vinetur

El mercado de bebidas sin alcohol en EE.UU. crecerá un 18% anual hasta 2028

Vinos, cervezas y destilados sin alcohol alcanzarán los 5.000 millones de dólares en 2028

viernes 7 de febrero de 2025



El mercado de bebidas sin alcohol en Estados Unidos sigue en expansión y se prevé que crezca a una tasa compuesta anual del 18% en volumen entre 2024 y 2028, según los últimos datos de IWSR. Aunque esta proyección indica un ritmo de crecimiento

ligeramente menor que en años anteriores, la categoría continuará ganando relevancia dentro del sector de bebidas. Para 2028, se estima que el mercado de bebidas sin alcohol alcanzará un valor cercano a los 5.000 millones de dólares.

El segmento de la cerveza sin alcohol es el principal motor de crecimiento en volumen, gracias a la madurez del mercado y la inversión en nuevas marcas. Además, las bebidas listas para beber (RTD, por sus siglas en inglés) sin alcohol han experimentado un importante aumento, logrando sus niveles más altos hasta la fecha. En términos generales, las categorías de bebidas sin alcohol están superando en crecimiento a sus equivalentes con alcohol, especialmente en los segmentos menos desarrollados, como los RTD sin alcohol y las bebidas adyacentes al alcohol, que registrarán un crecimiento anual superior al 20% en volumen entre 2024 y 2028. Las bebidas espirituosas sin alcohol también seguirán en ascenso, con una previsión del 18% de crecimiento anual, impulsadas por el lanzamiento de nuevos productos y una mayor conciencia de los consumidores. En el caso del vino sin alcohol, su expansión se verá respaldada por una base de consumidores ya establecida, reflejo de su mayor madurez en el mercado. La cerveza sin alcohol, por su parte, mantendrá un crecimiento del 17% anual hasta 2028.

El segmento premium y superior ha sido el principal impulsor del crecimiento en categorías ya establecidas, como la cerveza, el vino y las bebidas espirituosas sin alcohol. En particular, el vino sin alcohol ha mostrado un notable crecimiento, con la consolidación de marcas de valor y la entrada de nuevas propuestas en el segmento premium. En cuanto a las bebidas espirituosas sin alcohol, los productos premium tienen la mayor cuota de mercado dentro de su categoría, a excepción de los RTD, que se ubican principalmente en la gama estándar.

Los millennials representan el mayor grupo de consumidores de bebidas sin alcohol por cohorte de edad y son los más propensos a probar diferentes subcategorías dentro del sector. La generación Z en edad legal para beber suele consumir estos productos de manera ocasional, mientras que los baby boomers que optan por bebidas sin alcohol tienden a abstenerse completamente del alcohol en mayor medida que otros grupos. La frecuencia de consumo de estas bebidas ha aumentado debido a la llegada de nuevos consumidores y compradores más jóvenes. Los principales motivos que impulsan la elección de bebidas sin alcohol se mantienen estables, con la reducción del

consumo de alcohol y la salud como las razones predominantes.

A pesar del crecimiento del mercado, persisten ciertos obstáculos. La disponibilidad de los productos, el precio y el sabor siguen siendo limitaciones para la expansión del sector. En particular, los baby boomers esperan precios más bajos, lo que entra en conflicto con los elevados costes de producción de muchas de estas bebidas. La innovación sigue desempeñando un papel clave en la evolución del mercado, con esfuerzos por replicar la experiencia del alcohol más allá del sabor. Empresas como AF, GABA Labs y Sentia están desarrollando compuestos botánicos y sintéticos para imitar los efectos del alcohol sin generar resaca. Asimismo, la participación de celebridades que promueven la sobriedad está contribuyendo a una mayor aceptación social de estas bebidas. Figuras como Tom Holland y las hermanas Delevingne han impulsado la inversión y el interés en este segmento emergente.