vinetur

El consumo mundial de bebidas alcohólicas cae un 1% en 2024

Estados Unidos y China lideran la disminución

jueves 3 de abril de 2025



El consumo total de bebidas alcohólicas cayó un 1% en 2024 en los veinte principales mercados del mundo, según datos preliminares de IWSR. La disminución estuvo marcada por el bajo rendimiento de países clave como Estados Unidos, China, India y las principales economías europeas, cuyas cifras no alcanzaron las previsiones. A pesar del retroceso general, algunas categorías registraron subidas, como la cerveza premium, los espirituosos de agave, el whisky indio y el Prosecco.

Los datos indican que el volumen mundial de bebidas alcohólicas se sitúa ahora un 2% por debajo del nivel anterior a la pandemia de 2019. Durante este periodo, sólo los espirituosos –excluyendo los de consumo nacional– y las bebidas listas para tomar

(RTDs, por sus siglas en inglés) han conseguido crecer, mientras que la cerveza cayó un 2% y el vino un 21%.

La pérdida frente a las expectativas oscila entre el 1% y el 2%, lo que representa más de 300 millones de cajas de nueve litros no vendidas. En China, el cierre de locales y una economía debilitada provocaron una caída del 4% en el consumo, afectando a la cerveza, el coñac y en menor medida al whisky escocés. India, que se preveía como mercado compensatorio, registró resultados mejores que otros países pero inferiores a lo esperado.

Las economías emergentes como Brasil, Sudáfrica, India y México mostraron un comportamiento más sólido, mientras que los mercados más maduros, como Estados Unidos y China, siguieron en retroceso. Aunque la inflación ha sido contenida en algunos países desarrollados, el bajo crecimiento del PIB y el mantenimiento de precios elevados redujeron el poder adquisitivo.

En este entorno, la cerveza premium mostró un comportamiento positivo en mercados en desarrollo y las RTDs continuaron creciendo, aunque las bebidas tipo hard seltzer cayeron. Los espirituosos de agave mantuvieron su expansión pese a un menor impulso en Estados Unidos y México, y el whisky indio –especialmente el segmento de malta– registró un aumento notable en su país. También el consumo de aperitivos y Prosecco se vio beneficiado por la consolidación del momento de consumo previo a la cena, en particular mediante la preparación de spritz.

La tendencia hacia el consumo moderado también abre espacio a las bebidas sin alcohol y opciones con menor graduación, que ganan participación aunque todavía representan una parte pequeña del mercado. Las bebidas espirituosas sin alcohol crecieron con fuerza en los veinte principales mercados.

En términos de precio, se ralentizó la tendencia de premiumización. En 2024, los consumidores priorizaron la relación calidad-precio, lo que se tradujo en una caída de más del 3% en el volumen de espirituosos de gama superpremium, mientras que la gama económica tuvo un leve aumento. Excepciones fueron el tequila y el whisky indio de gama alta, que lograron avanzar. En el caso del vino, la caída fue más suave en los segmentos superiores, mientras que la cerveza premium aumentó su volumen al

tiempo que la cerveza de gama baja cayó un 3%.

Los espirituosos sufrieron una caída general del 3%, aunque sin contar los productos nacionales, la bajada fue inferior al 1%. En Estados Unidos, la reducción del 4% fue especialmente notable, siendo el tequila la única categoría con crecimiento. También se registraron pérdidas en gran parte de Europa Occidental, América Latina y China. Por el contrario, países como India, Filipinas, Japón, Rusia y Tailandia mejoraron sus cifras. India fue el principal motor de crecimiento en volumen absoluto, mientras que Filipinas tuvo el mayor crecimiento porcentual.

El segmento más afectado fue el de gama superpremium, que perdió un 3%, señal de que incluso los consumidores con mayor poder adquisitivo recortaron en bienes considerados de lujo. Emily Neill, directora de operaciones de investigación de IWSR, indicó que productos como el champán, el coñac y el whisky escocés reflejan bien el entorno económico, ya que sufrieron caídas notables durante el año.

En cuanto al vino, la caída mundial fue del 4%, arrastrada por los descensos en mercados como Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Alemania. China también redujo su consumo, a pesar del fin de los aranceles a los vinos australianos. España fue una excepción, con crecimiento en vinos tranquilos gracias a precios competitivos que atrajeron a consumidores locales, especialmente en los segmentos de entrada. El Prosecco también aumentó su volumen a nivel internacional, favorecido por su precio asequible y por sustituir al champán en ciertos momentos de consumo.

La cerveza cayó un 1%, principalmente por la caída del mercado chino, aunque mercados como Brasil y México volvieron a crecer. En Europa, la evolución también fue positiva. Las grandes cerveceras apuestan por gamas más premium, lo que se reflejó en ganancias de cuota para estos productos frente a las cervezas estándar o de bajo precio.

Por su parte, las bebidas listas para tomar crecieron un 2% en 2024, con subidas en la mayoría de los países analizados. Sólo Australia, China, India y Reino Unido registraron caídas. Este segmento continúa siendo un espacio de innovación y alianzas, tanto por parte de cerveceras como de marcas de vino y espirituosos, en colaboración con fabricantes de refrescos.