vinetur

El consumo moderado de alcohol crece en todo el mundo y se consolida entre los jóvenes

La tendencia responde a motivos de salud y economía, con un aumento de bebidas sin o con bajo contenido alcohólico

jueves 24 de julio de 2025



El consumo moderado de alcohol está cambiando la forma en que las personas beben en todo el mundo. Este jueves, nuevos datos de la consultora IWSR muestran que la tendencia hacia la moderación, ya sea por motivos de salud o económicos, sigue

extendiéndose y afecta a todos los grupos de edad, aunque con diferencias notables entre generaciones y países.

Según el estudio Bevtrac realizado en marzo de 2025, el gasto recordado en bebidas alcohólicas ha disminuido en la mayoría de los 15 principales mercados internacionales. Además, el informe estratégico sobre productos sin o con bajo contenido alcohólico publicado en diciembre del año pasado indica que el consumo per cápita de alcohol puro ha bajado un 20% desde el año 2000 en los diez mercados analizados. Esta reducción no solo refleja una menor ingesta, sino también un cambio hacia categorías con menor graduación alcohólica, como los preparados listos para beber (RTDs) y las bebidas sin o con bajo alcohol.

La moderación se observa en todas las edades, pero es más visible entre los jóvenes. El 75% de los consumidores de la Generación Z afirma haber reducido su consumo en los últimos seis meses, frente al 74% de los Millennials, el 66% de la Generación X y el 55% de los Boomers. Richard Halstead, director de Consumer Insights en IWSR, explica que esta tendencia se debe tanto a una mayor conciencia sobre la salud como a la presión económica persistente. Países como Canadá, Sudáfrica, China y Estados Unidos han registrado caídas importantes en el gasto en alcohol.

El estudio también señala que las tasas de abstinencia total se mantienen estables respecto al pico registrado en abril de 2023. Solo China muestra un aumento claro en la proporción de personas que no consumen alcohol. En marzo de este año, el 22% de los consumidores adultos declaró haberse abstenido completamente durante los seis meses anteriores, una cifra ligeramente inferior al 25% registrado dos años antes.

Por otro lado, cada vez más personas optan por pausas temporales o reducen la frecuencia e intensidad del consumo. En marzo de este año, el 41% afirmó haber dejado de beber durante algún periodo reciente, frente al 39% del año anterior. En Sudáfrica este porcentaje subió del 53% al 58%, mientras que Asia-Pacífico pasó del 22% al 26% y Europa del 34% al 36%. En España, el 56% de los Millennials dijo haber hecho una pausa en su consumo durante algún tiempo, frente al 42% del año anterior.

La abstinencia temporal se ha convertido en una forma habitual de regular la ingesta y es especialmente común entre los jóvenes. Con excepción de India y China, la proporción de consumidores ligeros ha aumentado en los últimos dos años en los principales mercados internacionales: del 33% en abril de 2023 al 37% en marzo pasado. En Norteamérica este grupo pasó del 39% al 44%. Entre la Generación X también se observa un cambio: aunque siguen siendo quienes más consumen alcohol, su proporción de bebedores ligeros subió del 16% al 24%, mientras que los grandes consumidores bajaron del 60% al 51%.

El análisis muestra que los jóvenes tienden a moderar su consumo más que las generaciones mayores, aunque existen matices. Por ejemplo, entre los adultos jóvenes Gen Z con edad legal para beber se ha detectado un repunte reciente respecto a mínimos anteriores; sin embargo, ahora prefieren regularse mediante periodos definidos sin consumir alcohol antes que mantener una moderación constante.

En Estados Unidos se observa que los Millennials están reduciendo su consumo general y adoptando hábitos más alineados con la moderación. Los comportamientos dentro del grupo parecen influir para consolidar esta tendencia.

Las estrategias para moderar varían según la edad. Los más jóvenes suelen ser “moderadores situacionales”, es decir, solo beben durante fines de semana o eventos especiales; otros son “moderadores ocasionales”, evitando el alcohol durante ciertos periodos como entrenamientos deportivos o campañas como Dry January o Sober October. Las generaciones mayores tienden a ser “moderadores conscientes”, intentando limitar su ingesta siempre o absteniéndose por completo.

Estas diferencias también se reflejan según el país. Brasil y Francia figuran entre quienes practican una moderación situacional; Reino Unido y Canadá apuestan más por una actitud consciente y constante. Alemania tiene la mayor proporción de abstemios y Estados Unidos lidera entre quienes optan por pausas ocasionales.

Estos patrones influyen en el futuro comportamiento respecto al alcohol. Quienes practican una moderación constante o se abstienen tienen más probabilidades de seguir reduciendo su consumo. Por el contrario, quienes solo lo hacen durante ciertos periodos tienden a mantener sus hábitos actuales.

Comparando los datos recogidos por IWSR entre septiembre del año pasado y marzo de este año se observa que la tendencia hacia la moderación permanece estable. Salvo India, donde el compromiso ha disminuido recientemente, reducir el consumo sigue siendo prioritario para la mayoría de mercados analizados.

La presencia cada vez mayor de productos sin o con bajo contenido alcohólico responde a esta demanda social y económica por parte del consumidor actual. La industria sigue adaptándose a estos cambios para ofrecer alternativas acordes a las nuevas preferencias y necesidades detectadas por estudios recientes.