vinetur

Las bebidas picantes y funcionales marcan las tendencias del verano 2025 entre los jóvenes consumidores

El interés por sabores atrevidos y beneficios para la salud impulsa la innovación en el sector de alimentación y bebidas

viernes 5 de septiembre de 2025



El informe Summer F&B Playbook, elaborado por la plataforma de análisis Tastewise, ha recogido datos de conversaciones en redes sociales, recetas, menús y servicios de restauración entre abril de 2023 y abril de 2025. El objetivo ha sido identificar las tendencias actuales en alimentación y bebidas, así como las razones detrás de estos cambios. El estudio señala que los consumidores, especialmente los más jóvenes, buscan bebidas atrevidas y diferentes, tanto alcohólicas como sin alcohol.

Uno de los datos más llamativos es el aumento del interés por las bebidas alcohólicas con sabores picantes. Según el informe, este tipo de bebidas ha experimentado un crecimiento del 6% interanual. Ejemplos como el ‘Spicy Sauvy B’, un vino blanco mezclado con jalapeños, o las versiones picantes del clásico margarita mexicano están ganando popularidad en internet y en bares. Marcas y locales han respondido a esta demanda: la marca Moth lanzó su Spicy Margarita en supermercados Sainsbury’s durante la primavera, mientras que bares londinenses como Cavita y Corrochio’s han incluido estas opciones en sus cartas.

En el ámbito de las bebidas sin alcohol, el verano de 2025 ha estado marcado por la búsqueda de productos con beneficios funcionales. El 77% de los consumidores afirma buscar algún tipo de beneficio para la salud en sus bebidas. Celebridades como Snoop Dogg han impulsado esta tendencia al asociarse con marcas para lanzar gamas de bebidas funcionales y con cannabis, como Iconic Tonics. Se prevé que este sector alcance los 200.000 millones de dólares a nivel internacional para 2030.

Dentro de las bebidas funcionales, las elaboradas con setas han registrado un crecimiento del 11% en el interés del consumidor. Variedades como reishi y melena de león han pasado a formar parte habitual de menús, con un aumento del 14% en su presencia. Las bebidas con prebióticos han crecido un 29% y aquellas que apoyan el equilibrio hormonal un 19%, según los datos recogidos por Tastewise.

La nostalgia también influye en las elecciones actuales. Hay un renovado interés por los refrescos tradicionales y sabores retro. Sin embargo, la búsqueda de novedades sigue presente. Un ejemplo es la limonada con pepinillo, que ha aumentado un 239% en menciones entre consumidores, mientras que el sabor a pepinillo ha subido un 19% en bebidas sin alcohol.

El matcha se consolida como otra tendencia importante, con un crecimiento del 43% interanual en el interés mostrado por los consumidores. Este té verde aparece cada vez más en menús y redes sociales, mezclado con ingredientes como fresa, ube (batata morada), miel salada o pistacho. La moda de buscar pequeños caprichos o “little treats” sigue extendiéndose entre los usuarios.

El informe también analiza las preferencias de la Generación Z. Este grupo muestra una inclinación creciente hacia alimentos y bebidas ricos en proteínas, con un aumento del 27%. Según Caroline Benetti, responsable de comunicación internacional del Consejo Interprofesional de Vinos de Provenza (CIVP), no siempre resulta sencillo entender qué busca este segmento joven ni cómo consume sus bebidas. Sin embargo, los datos indican que para ellos no solo importa el producto sino también la experiencia asociada al consumo.

El 54% de los miembros de la Generación Z prefiere acudir a locales que ofrezcan experiencias adicionales como música en directo o retransmisiones deportivas, frente al 50% del total de consumidores. Algunas marcas ya están apostando por propuestas originales para atraer a este público mediante eventos o actividades poco habituales relacionadas con sus productos.

El informe Summer F&B Playbook pone así sobre la mesa cómo cambian los gustos y hábitos en alimentación y bebida entre los consumidores más jóvenes y cómo la industria responde adaptando su oferta a estas nuevas demandas.