vinetur

El mercado mundial de bebidas alcohólicas superará los 2,2 billones de dólares en 2030

Un informe prevé una tasa media de crecimiento anual del 3,57 % entre 2025 y 2030

viernes 3 de octubre de 2025



El mercado internacional de bebidas alcohólicas prevé un crecimiento importante en los próximos años, según un informe de Mordor Intelligence. El estudio estima que el sector pasará de mover 1,83 billones de dólares en 2025 a alcanzar los 2,2 billones en

2030, con una tasa media anual del 3,57 %. Este avance se atribuye a varios factores, entre ellos la preferencia por productos premium, la flexibilización de políticas regulatorias, la recuperación del turismo y la demanda de bebidas con bajo o nulo contenido alcohólico. Además, las iniciativas relacionadas con la sostenibilidad, como el uso de envases reciclables y destilerías que buscan reducir su impacto hídrico, están influyendo en la evolución del sector.



El informe señala que la digitalización está cambiando los hábitos de compra. Las ventas en línea y los modelos de suscripción permiten a los consumidores acceder a una oferta más amplia y personalizada. Esta tendencia se observa tanto en mercados

consolidados como en regiones emergentes. En Asia-Pacífico, por ejemplo, el aumento de la clase media impulsa el consumo de destilados, cerveza y vino. Los canales omnicanal amplían el alcance de las marcas y facilitan la llegada a nuevos públicos.

La sostenibilidad ha pasado de ser un argumento comercial a convertirse en una prioridad para las empresas. Los productores invierten en latas de aluminio reciclable, cierres ecológicos y destilerías que buscan devolver más agua al entorno del que consumen. También se están desarrollando envases innovadores, como botellas de licor fabricadas con papel o cierres inteligentes con tecnología NFC para mejorar la experiencia del cliente y reforzar la autenticidad del producto.

El turismo tiene un efecto multiplicador sobre el mercado de bebidas alcohólicas. La recuperación del sector turístico tras la pandemia ha reactivado el consumo en hoteles, restaurantes y complejos vacacionales. Los destinos turísticos apuestan por experiencias gastronómicas y culturales que impulsan la demanda de etiquetas locales premium. Las compras de souvenirs, los canales duty free y las colaboraciones con aerolíneas y hoteles refuerzan la presencia regional en el consumo internacional.

La demanda de bebidas con bajo o nulo contenido alcohólico representa otro cambio estructural. Las advertencias sanitarias sobre los riesgos del alcohol han llevado a regulaciones más estrictas en países como Irlanda o Estados Unidos. Las grandes compañías del sector invierten en ampliar su oferta sin alcohol para llegar a nuevos consumidores sin perder cuota en sus productos tradicionales.

La influencia digital también está modificando el consumo. Plataformas como Douyin (la versión china de TikTok) combinan contenidos sobre estilo de vida y tendencias en coctelería, acercando las bebidas alcohólicas a públicos más jóvenes. En Oriente Medio, cambios normativos como el nuevo marco legal para licencias en Arabia Saudí abren oportunidades inéditas para productores internacionales y alianzas locales.

El informe identifica Oriente Medio y África como zonas con mayor potencial de crecimiento. Arabia Saudí prevé aprobar hasta 600 licencias para puntos de venta antes de 2026, lo que supone una apertura relevante para el sector. Emiratos Árabes Unidos mantiene su papel como centro logístico para la distribución regional, mientras que Sudáfrica aprovecha acuerdos comerciales para exportar vino pese a las

dificultades internas.

En América del Norte y Europa el mercado es maduro pero sigue siendo rentable. La preferencia por productos premium, la procedencia artesanal y las variantes funcionales con bajo contenido alcohólico impulsan un crecimiento moderado. En Europa, las regulaciones sobre salud pública y sostenibilidad obligan a los productores a equilibrar innovación y cumplimiento normativo. En Sudamérica se observan diferencias: Brasil mantiene estable su mercado de destilados premium mientras que Argentina y Colombia sufren por la inflación.

El panorama empresarial combina concentración e innovación. Diageo adquirió Ritual Zero Proof en 2024 para reforzar su presencia en bebidas sin alcohol; Anheuser-Busch InBev y Heineken amplían su distribución omnicanal e introducen productos funcionales; Constellation Brands ha invertido en start-ups especializadas en bebidas no alcohólicas para adaptarse a nuevas tendencias saludables.

La tecnología es otro motor relevante. La compra de Cask & Barrel Club por parte de AccelPay este año muestra cómo las plataformas digitales están transformando la comercialización directa al consumidor y permitiendo a pequeños productores sortear intermediarios tradicionales.

La innovación en envases también marca diferencias entre empresas líderes. Prototipos como la botella de papel para Baileys o cierres inteligentes demuestran cómo se busca combinar sostenibilidad, autenticidad e interacción con el cliente final.

El informe segmenta el mercado por tipo de producto (cerveza —incluyendo ale, lager y opciones sin alcohol—; vino —tranquilo, espumoso o fortificado—; destilados —como brandy, licores o whisky—), tipo de consumidor (masculino o femenino), formato (botellas, latas u otros) y canal de distribución (venta directa o minorista especializado). Esta diversificación permite a las empresas adaptarse mejor a las preferencias cambiantes del consumidor actual.