vinetur

El 71% de los europeos reduce su consumo de alcohol y las ventas caen a 68.000 millones de euros

Las bebidas sin alcohol ya representan el 60% del mercado y crecen un 5,1% en valor en el último año

miércoles 29 de octubre de 2025



Un estudio reciente de la consultora Circana muestra un cambio importante en los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas en Europa. Según los datos recogidos, el 71% de los consumidores europeos compra, almacena y consume menos alcohol que antes. Además, cerca de una cuarta parte de las personas entre 25 y 35 años ha dejado de comprar bebidas alcohólicas. Este fenómeno refleja una transformación en los gustos, las expectativas y los comportamientos de los consumidores.

En el último año, las ventas de bebidas alcohólicas han bajado un 1,8% en valor, situándose en 68.000 millones de euros. Por el contrario, las bebidas no alcohólicas han subido un 5,1%, alcanzando los 97.000 millones de euros. Las bebidas refrescantes sin alcohol (BRSA), las bebidas funcionales y otras alternativas con bajo o nulo contenido alcohólico representan ya cerca del 60% del mercado europeo de bebidas.

Circana señala que los cambios en el estilo de vida y en los rituales de consumo están modificando el sector. Los consumidores buscan ahora bebidas “más refrescantes” (55%), “más saludables con ingredientes vegetales” y “mejor sabor” (27%), “mejores para la salud” (22%) y “más acordes con su estilo de vida actual” (21%). Estas preferencias impulsan la demanda de una amplia variedad de productos como bebidas funcionales, proteicas o kombucha.

Ananda Roy, experto en estrategia en Circana, explica que las empresas deben replantear su modelo tradicional para adaptarse a esta nueva realidad. La innovación no se basa solo en cambios rápidos, sino en una reinvención estratégica que abarque desde el diseño del producto hasta su distribución y relación con el consumidor.

El informe también indica que es necesario difuminar las fronteras entre categorías. Las marcas tradicionales de alcohol están lanzando alternativas sin o con bajo contenido alcohólico para atraer a un público más joven y preocupado por la salud. Al mismo tiempo, las BRSA están entrando en el ámbito del alcohol tradicional. Esta tendencia abre nuevas oportunidades para las empresas y les permite diferenciarse en un mercado saturado. Según la encuesta, el 55% de los europeos espera que los bares ofrezcan siempre cerveza sin alcohol.

En Estados Unidos se observa una tendencia similar. Un sondeo reciente realizado por Gallup muestra que el consumo de alcohol ha caído a su nivel más bajo desde 1939: solo el 54% de los adultos afirma consumir alcohol, frente al 67% registrado en 2022. Este descenso se atribuye al movimiento “sober curious”, que promueve la moderación a través de iniciativas como el “Dry January” o el “Sober October”.

Los expertos de la Universidad de Harvard añaden otros factores a este cambio. El uso generalizado de relojes inteligentes permite a los usuarios controlar no solo su actividad física diaria, sino también los efectos fisiológicos del consumo de alcohol,

como el aumento del ritmo cardíaco o la alteración del sueño. Marisa Silveri, profesora asociada de psiquiatría en Harvard, recuerda que estos dispositivos refuerzan la idea de que ningún nivel de consumo es seguro y contribuyen a reducir el interés por el alcohol.

Otro elemento relevante es el uso cada vez mayor de medicamentos antidiabéticos como Ozempic, recetados también para tratar la obesidad. Joji Suzuki, profesor asociado de psiquiatría en Harvard, explica que estos fármacos pueden ayudar a disminuir la ingesta de alcohol y que se están realizando ensayos para evaluar su eficacia en el tratamiento de trastornos relacionados con el consumo alcohólico. Varias empresas buscan la aprobación oficial para emplear estos medicamentos con este fin.

El aumento del número de alternativas atractivas a las bebidas alcohólicas y un efecto compensatorio tras la sobreingesta durante la pandemia han provocado un cambio notable entre los consumidores. Tanto en Europa como en Estados Unidos se observa una nueva cultura basada en la moderación y la búsqueda de experiencias diferentes al beber.