vinetur

Las 6 tendencias que definirán el mercado de las bebidas en 2026

Los seis factores que condicionarán el mercado mundial de bebidas alcohólicas este año

jueves 8 de enero de 2026



El sector de las bebidas alcohólicas afronta un periodo de cambios marcados por la evolución de los hábitos de consumo, la presión sobre el poder adquisitivo y la búsqueda de nuevas oportunidades en mercados y canales. Según el último informe de IWSR, seis factores principales influirán en el desarrollo del sector durante los próximos años.

Uno de los elementos más relevantes es el comportamiento de la Generación Z. Este grupo no está abandonando el consumo de alcohol, pero sí modifica su relación con estas bebidas. Los jóvenes adultos muestran una tendencia a consumir con mayor moderación y a elegir con más cuidado. El número medio de categorías consumidas por ocasión ha bajado en los últimos dos años, pasando de 2,8 a 1,8. Además, aunque la proporción de personas que se toman descansos temporales del alcohol sigue siendo alta entre los miembros de esta generación (53% frente al 39% del total), este porcentaje ha disminuido respecto al año anterior. En países como Australia y Reino Unido, la reducción es especialmente visible.

En cuanto a los lugares de consumo, la Generación Z mantiene una preferencia por el consumo en locales frente a otras generaciones en Europa, Norteamérica, Australia, Sudáfrica y Japón. En España, el 62% de los jóvenes adultos consume alcohol en establecimientos frente al 57% del total. Sin embargo, en China ocurre lo contrario: la proporción es menor entre los jóvenes.

El segundo factor que condiciona el mercado es la asequibilidad. El crecimiento lento de los salarios en mercados desarrollados limita el gasto en bebidas alcohólicas. Los consumidores priorizan el ahorro y son cautelosos con sus compras no esenciales. Incluso entre quienes tienen ingresos altos se observa una reducción del gasto en alcohol, aunque menos acusada que en otros grupos. En promedio, las personas con ingresos bajos han reducido su gasto neto en alcohol en 28 puntos porcentuales, mientras que entre quienes tienen ingresos altos la reducción es de 5 puntos.

Esta búsqueda de precios más ajustados también se refleja en un cambio hacia formatos alternativos. En Estados Unidos, tanto los envases pequeños como los grandes han ganado cuota porque ofrecen un mejor precio absoluto o un mejor precio por servicio. Esto afecta a todas las categorías principales: destilados como tequila, ginebra o whisky.

El canal duty-free y las tiendas libres de impuestos aparecen como otro motor para el sector, sobre todo para las bebidas premium y superiores. El informe señala que el crecimiento previsto para estos productos entre 2024 y 2029 será especialmente relevante en este canal, mientras que Norteamérica podría experimentar una ligera

caída.

Los productos listos para beber (RTD) representan otro punto clave. Las preferencias personales siguen siendo el principal motivo para elegir estas bebidas (68%), pero la moderación gana peso entre los compradores más jóvenes y la conveniencia es importante para todos los grupos de edad. El sabor es el criterio más valorado a la hora de seleccionar un RTD (52%), seguido del precio (43%). La sensibilidad al precio es mayor en países como Australia, Canadá, Sudáfrica y Japón.

El crecimiento generalizado en mercados emergentes también impulsa al sector. Países como India o México muestran tasas elevadas tanto en consumo como en participación juvenil.

Por último, la innovación adquiere cada vez más importancia para captar nuevos consumidores y adaptarse a las tendencias cambiantes. Las empresas buscan fórmulas novedosas para responder a las demandas actuales: productos con menos graduación alcohólica, ingredientes naturales o envases sostenibles.

Estos seis factores configuran un escenario donde las empresas deben adaptarse rápidamente a las nuevas pautas sociales y económicas si quieren mantener su posición y aprovechar las oportunidades que surgen tanto dentro como fuera de sus mercados tradicionales.

Creado por Vinetur | Fuente IWSR

6 Impulsores Clave del Mercado de Bebidas Alcohólicas para 2026



Evolución del Comportamiento de la Generación Z

Redefine su relación con el alcohol, no lo abandona.

46%
visitó el canal on-trade en su última ocasión

Consumo más selectivo: de 2.8 a 1.8 categorias por ocasión.

Beben de forma más selectiva con intencionalidad y moderación.

Preferencia por socialización más relajada y temprana; demanda por bebidas más ligeras.

Flexibilidad y descubrimiento primordial: eligen opciones con, sin, o baja graduación.



La Asequibilidad Impulsa la Elección

La premiumización se redefine: se busca valor y justificación.

La cerveza estándar (+1%) supera en valor a la premium (-2%)

Incluso consumidores de altos ingresos están recortando gastos.

Consumidores más selectivos; demandan valor claro.

Auge de los 'pequeños lujos' (miniaturas) y formatos grandes por mejor precio por servicio.



Crecimiento Impulsado por Mercados en Desarrollo

Motores del crecimiento global.

India y México liderarán el crecimiento en volumen hasta 2029.

India, Máxico, Nigerla, Sudáfrica y Brasil son mercados clave.

Regiones compensan la desaceleración en mercados maduros.

Oportunidades para licores importados (whisky escocés, ginebra) en Indla.

Las estrategias deben ser locales y adeptadas a las dinámicas del mercado.



Experiencia y Exploración en Global Travel Retail (GTR)

Evoluciona de un canal transaccional a un destino experiencial.

Se espera un crecimiento de 4.200 millones de dólares para 2034.

El descubrimiento es el principal motor de interacción.



RTDs: Punto de Encuentro de Múltiples Tendencias

Fuente de crecimiento resiliente.

Su versatilidad en sabor, formato y conveniencia les permite conectar con tendencias de descubrimiento, y practicidad.

El sabor es el factor de compra N.º 1 en todos los grupos de edad.



La Creciente Importancia de la Innovación

Generación de crecimiento incremental.

Más de la mitad de los 231 mil millones de dólares desde 2015 provino de productos innovadores.

De los 231 mil millones de dólares de valor afiadido.