vinetur

6 factores redefinen el mercado mundial de bebidas alcohólicas en 2026

Un informe de IWSR identifica cambios en consumo, precios, mercados emergentes y nuevos canales

martes 17 de febrero de 2026



El sector de las bebidas alcohólicas atraviesa un periodo de cambios marcados por la adaptación a nuevas tendencias y la búsqueda de oportunidades de crecimiento. Según el informe “Beverage Alcohol Drivers 2026: Six key drivers shaping beverage alcohol in

2026 and beyond” elaborado por IWSR, existen seis factores principales que están influyendo en la evolución del mercado y que determinarán las estrategias de las empresas en los próximos años.

El primer factor es la evolución del comportamiento de la Generación Z. Este grupo no rechaza el consumo de alcohol, sino que redefine su relación con él. Los jóvenes muestran una actitud más selectiva, priorizando la moderación y el valor en sus elecciones. Datos de IWSR Bevtrac recogidos en septiembre de 2025 indican que la participación de la Generación Z en el consumo de alcohol se mantiene estable respecto al año anterior y es superior a la registrada en septiembre de 2023. Sin embargo, el número medio de categorías consumidas por ocasión ha bajado de 2,8 a 1,8 en los últimos dos años. Además, disminuye la proporción de jóvenes adultos que optan por días sin consumo, y el interés por pausas temporales parece haber alcanzado su punto máximo en la mayoría de los mercados analizados. La Generación Z también juega un papel importante en la recuperación del canal hostelero, ya que muestra una mayor predisposición a visitarlo en Europa, Norteamérica, Australia, Sudáfrica y Japón.

El segundo factor es el peso de la asequibilidad en las decisiones de compra. Aunque la tendencia hacia productos premium sigue presente, los consumidores son cada vez más conscientes del precio debido a las preocupaciones sobre el coste de vida y a una mayor inclinación hacia la moderación. Según Bevtrac, los presupuestos destinados al alcohol se redujeron en muchos mercados durante el primer semestre de 2025, incluso entre personas con altos ingresos. Aunque la confianza financiera mejora en algunos países, esto no se traduce necesariamente en un aumento del gasto en bebidas alcohólicas. Esta sensibilidad al precio ha provocado una disminución anual en las visitas al canal hostelero y un aumento del consumo de categorías percibidas como más accesibles, como la cerveza estándar y las bebidas listas para tomar (RTDs).

El tercer factor es el crecimiento generalizado en mercados en desarrollo. Mientras que los mercados maduros muestran signos de estancamiento, economías como India, México, Nigeria, Sudáfrica, Brasil y Etiopía se perfilan como motores principales del crecimiento internacional hasta 2029. Las previsiones apuntan a que India liderará este avance. Por otro lado, China podría experimentar una reducción del volumen total pese al crecimiento previsto para RTDs, vinos espumosos e importados y algunas categorías

de destilados. Aunque los mercados desarrollados afrontan dificultades, no deben ser ignorados; Estados Unidos sigue ofreciendo oportunidades importantes para el desarrollo de nuevas categorías.

El cuarto factor es la transformación del canal travel retail internacional. La recuperación del tráfico aéreo ha sido desigual y esto ha impulsado una evolución desde un canal puramente transaccional hacia uno centrado en la experiencia del consumidor. Elementos como la exclusividad y el relato sobre el producto ganan peso a la hora de captar clientes y aumentar las ventas. Las previsiones indican que este canal crecerá hasta alcanzar 4.200 millones de dólares y 10.000 millones de cajas equivalentes a nueve litros para 2034. Sin embargo, el crecimiento del volumen aún no iguala al ritmo de recuperación del tráfico aéreo, especialmente en China y Norteamérica. El espacio dedicado a nuevas categorías como espirituosos de agave o amargos aumenta frente al whisky tradicional.

El quinto factor es el papel multifacético de las bebidas listas para tomar (RTDs). Su versatilidad les permite adaptarse a diferentes ocasiones y canales, lo que impulsa su expansión dentro del sector. Estas bebidas conectan con consumidores interesados en descubrir nuevos sabores y buscan comodidad sin renunciar a la moderación. Según IWSR, los RTDs superan el ritmo general del sector en ocho de los diez principales mercados mundiales; aunque su crecimiento se ha ralentizado recientemente, mantienen una cuota superior al 5% del volumen total donde están bien implantados. El aumento del consumo entre los grupos más jóvenes y su presencia tanto en hostelería como en venta online refuerzan sus perspectivas positivas.

El sexto factor es la importancia creciente de la innovación. El desarrollo constante de nuevos productos o extensiones dentro de las marcas existentes ha sido clave para generar valor añadido durante la última década: según IWSR, la innovación representó el 55% del valor añadido total entre 2014 y 2024. El número anual de lanzamientos creció a un ritmo compuesto anual del 5%, impulsado sobre todo por los RTDs pero también por destilados y cervezas. Las empresas deben centrar sus esfuerzos innovadores en productos capaces de aportar crecimiento adicional sin perjudicar sus líneas actuales y analizar cuidadosamente qué tendencias o sabores pueden consolidarse a largo plazo.

Estos seis factores marcan el rumbo inmediato para productores y distribuidores ante un escenario marcado por presiones económicas y cambios sociales relevantes para el sector.