vinetur

El sector de las bebidas sin alcohol duplicará su cuota de mercado en una década

El consumo moderado y la innovación impulsan un mercado que crecerá un 37% hasta 2027 según Good Culture Ingredients

jueves 19 de febrero de 2026



El segmento de bebidas con bajo o nulo contenido alcohólico está experimentando un crecimiento importante en el sector de las bebidas a nivel internacional. Según el informe “The 2026 No/Low Alcohol Beverage Report” elaborado por Good Culture

Ingredients, se prevé que este mercado aumente un 37% entre 2020 y 2027. Para ese año, se estima que representará el 4% del volumen total de bebidas, lo que supone el doble respecto a una década atrás.

Este avance se atribuye a un cambio cultural en los hábitos de consumo. Más de 60 millones de personas han comenzado a consumir opciones sin alcohol entre 2022 y 2024, según datos de IWSR. En Estados Unidos, uno de cada tres adultos opta por bebidas sin alcohol en diferentes ocasiones, con especial interés en el grupo de edad entre 35 y 44 años. Además, más del 50% de los consumidores de la Generación Z y los Millennials que beben alcohol afirman querer reducir su consumo. En el Reino Unido, el 76% de los adultos declara moderar su ingesta alcohólica. Este fenómeno no implica necesariamente abstinencia, sino un mayor control sobre la cantidad consumida.

El informe señala la tendencia conocida como “zebra striping”, que consiste en alternar bebidas alcohólicas y sin alcohol durante una misma ocasión social para prolongar el tiempo compartido sin excederse en la ingesta.

En cuanto a la clasificación, el estudio diferencia tres categorías principales: Alcohol-Free (0,0% ABV), Non-Alc/Dealcoholised (hasta 0,5% ABV) y Low Alcohol (hasta aproximadamente 1,2% ABV, según la normativa de cada país). Estas categorías influyen en cómo se posicionan los productos y en qué momentos se consumen. Las principales familias son cerveza y sidra, vino y espumosos, destilados sin alcohol y cócteles listos para beber (RTD). Cada una responde a situaciones concretas: la cerveza suele asociarse a reuniones informales, el vino al acompañamiento de comidas, los destilados sin alcohol al ritual del cóctel y los RTD a celebraciones.

Uno de los principales problemas para los productores es sustituir la función estructural del alcohol en las bebidas. El alcohol aporta cuerpo, viscosidad y persistencia aromática. Su ausencia puede dar lugar a productos percibidos como simples refrescos para adultos, pero sin la complejidad sensorial esperada en vinos, cervezas o cócteles tradicionales. Por ello, las empresas buscan nuevas técnicas para mantener la calidad organoléptica.

El informe identifica cuatro regiones clave para este segmento: Reino Unido y Europa, donde el consumo en bares impulsa la categoría; Estados Unidos y Canadá, donde el canal minorista lidera el crecimiento; Australia y Nueva Zelanda, con mercados pequeños pero exigentes; y Asia Pacífico junto a América Latina, donde la cerveza sigue siendo predominante pero se están probando nuevos formatos.

A pesar del crecimiento previsto, existen obstáculos. La cerveza sin alcohol aún arrastra dudas sobre su calidad. El vino sin alcohol presenta carencias en estructura y textura. Los destilados sin alcohol pueden ser percibidos como simples zumos aromatizados si no logran una experiencia similar a la original. Los minoristas buscan márgenes superiores respecto a los refrescos convencionales y los bares necesitan referencias que permitan un servicio rápido y rentable.

Good Culture Ingredients propone varias estrategias para afrontar estos problemas: diseñar productos pensando en las ocasiones de consumo específicas, emplear la fermentación para aportar estructura, integrar el control del grado alcohólico con el desarrollo aromático desde el inicio del proceso productivo y posicionarse en segmentos premium.

El informe concluye que las bebidas No/Low ya no son solo una alternativa temporal o estacional sino una categoría consolidada con reglas propias dentro del sector. En un momento donde los volúmenes tradicionales de bebidas alcohólicas permanecen estables o decrecen, este segmento representa una oportunidad real de crecimiento para productores y distribuidores.