vinetur

La generación Z bebe más alcohol pero reduce la variedad de bebidas en cada ocasión

El consumo fuera del hogar crece entre los jóvenes, mientras disminuyen las pausas largas sin alcohol y la diversidad de categorías elegidas

jueves 5 de marzo de 2026



El consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes adultos está experimentando cambios en varios países, según un estudio realizado por IWSR Bevtrac en septiembre de 2025. El informe, que abarca 15 mercados internacionales, analiza los hábitos de consumo de las generaciones Z y Millennial, mostrando una tendencia hacia una mayor selectividad en la elección de bebidas y una reducción en la variedad consumida durante una misma ocasión.

Los datos indican que la participación de la generación Z en el consumo de alcohol ha aumentado ligeramente, pasando del 72% en septiembre de 2023 al 74% en septiembre de 2025. Este incremento se observa sobre todo en Taiwán, Reino Unido, India, Brasil y Francia. Sin embargo, en otros países como Estados Unidos, Sudáfrica y Canadá, la tendencia se ha estabilizado o incluso ha retrocedido. En mercados como Taiwán y China, la proporción de jóvenes adultos que consumen alcohol supera ya a la del conjunto de consumidores mayores de edad legal.

A pesar del aumento en la participación, el número medio de categorías de bebidas consumidas por ocasión entre los miembros de la generación Z ha descendido de 2,8 a 1,8 en los últimos dos años. Este fenómeno es especialmente visible en Brasil, India, México y España. En estos países, los jóvenes tienden a elegir menos tipos de bebidas cuando salen o se reúnen con amigos.

El estudio también señala que el consumo en locales sigue siendo importante para la generación Z. El 46% de estos jóvenes visitó un bar o restaurante la última vez que bebió alcohol, frente al 39% del total de consumidores. Esta preferencia por el consumo fuera del hogar es común en Europa, Norteamérica, Australia, Sudáfrica y Japón. En China ocurre lo contrario: los jóvenes prefieren consumir alcohol en casa.

En cuanto a los Millennials, el informe muestra diferencias notables según el país. En Estados Unidos, este grupo sigue siendo el más implicado tanto en frecuencia como en variedad de consumo. Sin embargo, su repertorio se está reduciendo y cada vez son más quienes afirman beber menos y tener intención de seguir moderando su consumo. El número medio de categorías consumidas por ocasión bajó de 2,1 a 1,7 entre septiembre de 2024 y septiembre de 2025. Además, solo el 36% acudió a un local la última vez que bebió alcohol, frente al 41% del año anterior.

En Australia se observa una mejora en la percepción financiera entre los Millennials pero esto no se traduce todavía en un mayor gasto en bebidas alcohólicas. La variedad consumida es menor que hace un año y las actitudes hacia la moderación parecen haberse estabilizado.

En Brasil ocurre lo contrario: el empeoramiento económico percibido por los Millennials está afectando tanto al consumo actual como a las intenciones futuras respecto al alcohol. La confianza sobre sus perspectivas personales y financieras ha caído respecto a septiembre de 2024. Esto ha repercutido especialmente en las bebidas espirituosas y los vinos espumosos: el porcentaje que recuerda haber consumido espirituosos bajó del 78% al 72%, mientras que el consumo de vino espumoso pasó del 21% al 16%.

En Francia, tanto la participación como la variedad entre los Millennials se mantienen estables. Sin embargo, hay un cambio hacia el vino tranquilo: el 72% declaró haberlo consumido en los últimos seis meses frente al 64% del año anterior. Por otro lado, disminuyó el consumo de bebidas listas para tomar (RTDs), tequila/mezcal y brandy.

El informe también analiza las tendencias relacionadas con la abstinencia temporal. Aunque los niveles declarados de moderación se mantienen estables respecto al año pasado y cada vez más personas dicen conocer a alguien que reduce su consumo, el porcentaje que toma días sin beber está disminuyendo entre los jóvenes adultos. Aun así, este grupo sigue siendo el más comprometido con las pausas temporales.

La generación Z fue considerada pionera en nuevas formas de moderación pero ahora parece menos interesada en hacer pausas largas sin consumir alcohol. En septiembre de 2025, el 53% afirmó haber dejado de beber durante algún periodo reciente (frente al 39% del total), aunque esta cifra es inferior a la registrada un año antes. Además, solo el 28% dijo haber estado un mes o más sin consumir alcohol recientemente; este dato era del 30% doce meses antes. Esta tendencia es especialmente clara en Australia, Reino Unido, Italia y Francia.

El estudio concluye que aunque las tasas generales de participación se mantienen estables o suben ligeramente entre los jóvenes adultos, estos muestran una preferencia creciente por consumir menos tipos diferentes de bebidas alcohólicas por ocasión y tienden a reducir tanto la frecuencia como la duración de sus periodos sin

alcohol.