vinetur

La salud y la digitalización transforman el consumo de bebidas en Estados Unidos y Brasil

El 66% de estadounidenses reduce el azúcar y el 45% de brasileños usa inteligencia artificial para elegir productos

martes 10 de marzo de 2026



La consultora EY ha publicado los resultados de su último estudio sobre hábitos de consumo de bebidas en Estados Unidos y Brasil. El informe, basado en una encuesta realizada a 2.512 adultos entre el 20 de noviembre y el 11 de diciembre de 2025, analiza cómo la salud, la digitalización y los cambios generacionales están influyendo en las decisiones de compra y consumo.

Según los datos recogidos, el interés por la salud es uno de los principales factores que guían la elección de bebidas. En Estados Unidos, el 58% de los encuestados afirma que presta atención a los ingredientes al comprar bebidas. Además, el 52% está dispuesto a pagar más por productos que contribuyan a sus objetivos de bienestar. La reducción del azúcar también es una tendencia clara: el 66% opta por bebidas con menos azúcar

y menos calorías.

En Brasil, la preocupación por la salud va más allá de la hidratación. Tres de cada cuatro consumidores consideran que el apoyo al sistema inmunológico es un beneficio importante a la hora de elegir bebidas funcionales. Este dato muestra una demanda creciente de productos que ofrezcan ventajas concretas para la salud.

El estudio también señala el papel cada vez mayor de las herramientas digitales en el descubrimiento y la fidelización hacia nuevas bebidas. Un 19% de los consumidores utiliza recomendaciones en supermercados online, un 17% recurre a aplicaciones de fitness y salud, y un 16% emplea aplicaciones de fidelidad para conocer o volver a comprar bebidas. Entre los jóvenes de la Generación Z, este uso digital sube hasta el 26%. En Brasil, el uso de inteligencia artificial para recibir recomendaciones ha alcanzado al 45% de los encuestados en el último año, frente al 27% en Estados Unidos. Además, un 70% de los brasileños afirma que probablemente usará estas herramientas en el futuro próximo, especialmente entre los millennials.

Las diferencias generacionales también están modificando el consumo tanto en bebidas alcohólicas como no alcohólicas. En Estados Unidos, aunque persiste cierta presión social para consumir alcohol (20%), las bebidas funcionales ganan terreno. El 80% de los jóvenes de la Generación Z y el 75% de los millennials consumen bebidas alcohólicas al menos cada dos semanas, frente al 65% del total. En Brasil, el consumo regular de alcohol se sitúa en el 57%, pero baja al 47% entre los más jóvenes, lo que indica una tendencia hacia la moderación y la búsqueda de alternativas.

El segmento de las bebidas energéticas refleja también esta diferencia generacional. En Estados Unidos, más del 53% de la Generación Z y casi el 47% de los millennials consumen este tipo de productos al menos cada dos semanas, mientras que la media general es del 34%.

Los responsables del estudio señalan que las empresas deben adaptarse a estos cambios mediante innovación y transparencia. Los consumidores buscan beneficios claros y confían cada vez más en canales digitales para informarse y tomar decisiones. La encuesta se realizó con una muestra representativa según datos censales y tiene un margen de error aproximado del ±2,5% para Estados Unidos y ±3,1% para Brasil.

Más información sobre este estudio está disponible en la web oficial de EY.