vinetur

La premiumización del alcohol se frena, según datos de IWSR

El valor cae un 4% y solo los RTD resisten con avances en casi todos los mercados

jueves 16 de abril de 2026



El mercado mundial de bebidas alcohólicas cerró 2025 con un comportamiento peor en valor que en volumen, algo que no ocurría en los registros recientes de IWSR. Según los datos preliminares de la consultora, el volumen total de bebidas alcohólicas en los 21 principales mercados analizados, más el canal de travel retail internacional, cayó un 2%, mientras que el valor retrocedió un 4%. La caída del gasto se extendió por la

mayor parte de los grandes mercados y frenó la tendencia de premiumización que había marcado al sector en los últimos años.

La consultora atribuye este cambio a una combinación de inflación alta, menor confianza del consumidor, polarización política y tensiones comerciales. Ese escenario llevó a muchos compradores a recortar gasto en alcohol y a priorizar otras partidas del hogar, como alimentación fresca, cuidado personal y productos de limpieza. También se redujeron las salidas a bares y restaurantes, lo que afectó al consumo fuera del hogar.

Por categorías, la bajada fue generalizada. La cerveza cedió un 1% en volumen. Los espirituosos bajaron un 1% si se excluyen las bebidas espirituosas nacionales y un 4% si se incluyen. El vino perdió un 4%. Solo los RTD, las bebidas listas para tomar, avanzaron con fuerza: subieron un 2% en volumen y un 4% en valor.

IWSR señala que la premiumización perdió impulso y que, en algunos mercados, incluso dio marcha atrás. En espirituosos, las gamas superpremium sufrieron una caída del 15% en valor si se incluyen las bebidas nacionales. Los productos de precio estándar bajaron un 7%. Las referencias de precio medio-bajo resistieron algo mejor, aunque también registraron descensos. En cerveza y espirituosos, las gamas más caras rindieron peor que las inferiores.

En Estados Unidos, el sector quedó muy afectado por la imposición de aranceles y por las medidas de respuesta adoptadas después por otros países. Canadá fue uno de los mercados más golpeados: allí se retiraron productos de las tiendas y se impulsaron boicots a marcas estadounidenses. La inestabilidad comercial también alteró la logística, con importadores que suspendieron envíos en tránsito y otros que adelantaron compras para evitar cambios normativos.

India fue una de las pocas grandes economías con evolución positiva. El país sumó un 4% en volumen y un 5% en valor durante 2025, con avances en casi todas las categorías. IWSR apunta además a nuevos acuerdos comerciales con Reino Unido, la Unión Europea y Nueva Zelanda, así como a un pacto provisional con Estados Unidos, como factores que pueden favorecer el negocio en los próximos meses.

Fuera de India, otros mercados emergentes aportaron algo de alivio al sector. Sudáfrica, Tailandia, Colombia y México cerraron el año con avances en bebidas alcohólicas totales. Para las marcas internacionales, estos países ofrecen una vía para crecer fuera de los grandes mercados maduros.

Los RTD siguieron siendo uno de los motores del sector. La categoría avanzó en casi todos los mercados analizados. Solo China y Alemania registraron caídas en valor. Los mayores aumentos se dieron en Sudáfrica, Canadá y Japón, con buenos resultados también en México y Brasil. En Estados Unidos, el valor quedó plano porque la caída de los hard seltzers compensó el avance de otras líneas, como los cócteles premixados. Las bebidas a base de vino también tuvieron buen comportamiento por su ventaja fiscal frente a las elaboradas con destilados.

Las bebidas sin alcohol siguieron ganando espacio dentro del mercado total, aunque aún representan una parte pequeña del volumen en sus respectivas categorías. La cerveza sin alcohol creció un 8% en volumen durante 2025, frente a una caída del 1% del conjunto de la cerveza. Los espirituosos sin alcohol subieron un 7%. El vino sin alcohol avanzó en Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Francia pese al mal tono general del segmento. IWSR vincula esta evolución al interés por un consumo más medido y por productos asociados a salud y bienestar.

Entre los espirituosos internacionales hubo dos excepciones claras: el whisky irlandés y el agave. El primero aumentó sus ventas un 2% en volumen y el segundo un 1%. Ambos crecieron en varios mercados pese a la debilidad registrada en Estados Unidos, su principal plaza. El whisky irlandés ganó terreno en India, Japón y Polonia; el agave lo hizo en México, Colombia y Reino Unido.

Las bebidas espirituosas locales tuvieron un papel importante en el resultado final del mercado. En India, el whisky doméstico sumó otro año fuerte: añadió cinco millones de cajas y casi 500 millones de dólares en valor. En Filipinas e India también ayudaron al avance del gin algunas referencias locales de bajo precio. En cambio, las bebidas nacionales chinas y japonesas siguieron perdiendo volumen. El baijiu chino sufrió además una caída mayor en valor por la desaceleración económica y por nuevas restricciones impuestas por Pekín.

El vino mantuvo su tendencia bajista estructural. El vino tranquilo perdió un 5% en volumen por descensos notables en China, Francia, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido. Aun así, hubo señales de cambio dentro del segmento: las referencias sin alcohol crecieron en varios mercados y las botellas más caras resistieron mejor que las opciones asequibles. IWSR interpreta ese movimiento como una preferencia más selectiva del consumidor cuando decide comprar vino.

La consultora concluye que el sector entra en una fase distinta a la vivida desde 2020: menos foco en subir precios y más atención al volumen, a la relevancia comercial y a carteras equilibradas entre distintos tramos de precio. Las últimas reestructuraciones empresariales y cambios directivos entre grandes grupos internacionales apuntan ya a esa nueva orientación comercial.