vinetur

Carlsberg gana volumen con las cervezas sin alcohol y premium

La cerveza tradicional cae un 2% en el trimestre, pero el grupo danés mantiene sus previsiones para 2026

miércoles 29 de abril de 2026



Carlsberg cerró el primer trimestre de 2026 con un aumento orgánico del volumen del 2,8%, hasta 35,1 millones de hectolitros, y una subida orgánica de los ingresos por hectolitro del 3,6%, según la comunicación remitida por el grupo cervecero danés. La compañía confirmó además sus previsiones para el conjunto del ejercicio.

El dato más llamativo del periodo fue la evolución desigual entre categorías. La cerveza registró una caída del 2% en volumen orgánico, mientras que las marcas premium avanzaron un 3% y las referencias sin alcohol crecieron un 7%. La empresa atribuye esa evolución a cambios en la demanda y al peso mayor de las gamas de mayor valor añadido dentro de su cartera.

Carlsberg explicó que el comportamiento del trimestre estuvo marcado por una presión sobre la cerveza tradicional, al tiempo que siguió ganando terreno el consumo de productos sin alcohol y de segmentos premium. Esa combinación permitió sostener el crecimiento orgánico del grupo en ingresos, pese al retroceso en volumen de la categoría principal.

La compañía no detalló en este avance trimestral cambios en su guía para 2026 y mantuvo sus previsiones. El grupo suele presentar estos datos como una referencia para inversores y distribuidores, ya que sirven para medir la evolución de la demanda en distintos mercados y categorías.

En el sector cervecero europeo, estas cifras refuerzan una tendencia que varias empresas vienen observando desde hace meses: menor empuje de la cerveza estándar y mayor interés por productos con más margen, como las referencias premium, y por opciones sin alcohol. Para fabricantes y cadenas de distribución, ese cambio obliga a ajustar surtido, producción y estrategia comercial.