

Imitan a cócteles como el Aperol y Ramazzotti, cosa de no quedarse abajo del brindis

¿Abstemia de lunes a jueves? Llegan los spritz 0% alcohol

La baja en el consumo alcohólico no es una moda, dicen especialistas, sino un total ajuste en los hábitos juveniles.

BANYELIZ MUÑOZ

El consumo mundial de bebidas alcohólicas lleva años sufriendo una baja sostenida. Detrás de esta tendencia aparece una mayor preocupación por la salud y, sobre todo, un cambio generacional en la forma de relacionarse con el alcohol. Los números globales lo demuestran: los jóvenes están bebiendo menos.

Lejos de ignorar ese giro, la industria está reaccionando con el foco en la innovación: a la conocida oferta de cervezas sin alcohol en el mercado nacional ya se suman vinos, gin, pisco, espumantes y, muy recientemente, aperitivos.

Estas nuevas bebidas apuntan a reproducir perfiles de sabor conocidos, pero sin alcohol. Un ejemplo es **Aurelia Spritz Rosato**, aperitivo sin graduación que se inscribe dentro de la familia de los spritz: su perfil combina notas amargas, frutales y herbales, con una estructura pensada para asemejarse a tragos italianos tradicionales como el Ramazzotti.

La oferta se amplía con otras variantes dentro del mismo segmento. **Aurelia Spritz Italiano** se presenta como una alternativa orientada a quienes prefieren perfiles cítricos y amargos, similares al Aperol; **Momentum**, en tanto, es un aperitivo inspirado en la flor de saúco, con un registro aromático que remite a licores de ese origen, como el St. Germain.

En todos estos casos, se trata de preparaciones pensadas para ser consumidas en formatos habituales del aperitivo: por ejemplo, combinadas con espumante sin alcohol, se sirven de manera similar a sus equivalentes con graduación para mantener el ritual asociado a ese momento de consumo.

Otros hábitos

Cony Sepúlveda, gerente de marketing de la distribuidora Tost, confirma que la transformación en los hábitos de consumo de alcohol es evidente: "Lo vemos en el día a día: en cómo compra la gente y qué productos elige. Los consumidores de estas bebidas son personas que alternan, que



Los spritz sin alcohol se preparan y sirven tal como los aperitivos tradicionales.

\$11.990
CUESTAN

en Tost.cl las botellas de aperitivos sin alcohol Aurelia Spritz Rosato e Italiano

eligen tragos sin alcohol entre semana, que no quieren quedarse fuera del brindis o que simplemente quieren cuidarse un poco más sin dejar de disfrutar. No es una decisión radical, es una elección según el momento", explica.

Esa lectura, aclara, no es exclusiva del mercado local. "Es muy similar a lo que viene pasando hace algunos años en Europa y Estados Unidos. Chile llegó un poco después, pero hoy está claramente en ese mismo camino", afirma.

¿Lo ven como una moda?

"No. Las modas son más rápidas y más volátiles. Esto lleva varios años creciendo de manera constante. No creemos que el alcohol vaya a desaparecer, pero sí está cambiando su rol. El consumo sin alcohol llegó para convivir con el tradicional y eso refleja un cambio más profundo en cómo las personas se relacionan con el consumo".

¿Qué proyecciones le ven a este mercado?

"Vemos un crecimiento fuerte en varios frentes: ecommerce, retail especializado, restaurantes y bares que quieren ofrecer mejores alternativas; también en empresas, hoteles

y eventos que buscan opciones más inclusivas. Al ser productos sin alcohol, se eliminan muchas barreras de entrada y pueden llegar a espacios donde el alcohol tradicional no tiene cabida, como cafeterías, minimarkets o ciertos formatos de conveniencia. En general, creemos que el crecimiento va a venir de la mano de la calidad, educación y buena experiencia".

¿Precios? En Tost.cl (<https://acortar.link/Q3BACu>) los aperitivos sin alcohol Aurelia Spritz Rosato e Italiano cuestan \$11.990; el espumante sin alcohol, \$4.190; y el licor Momentum Flor de Saúco, \$10.990. La oferta se completa con pisco sin alcohol Disco Wav (\$9.990) y Gin Praga (\$11.990).

Cambio cultural

La doctora en sociología Beatriz Revuelta, directora de Sociología de la Universidad Central, ratifica que en muchos países de altos ingresos el consumo de alcohol en la adolescencia y la primera juventud viene disminuyendo, con variaciones según país y grupo social. Aun así, aclara que el alcohol sigue siendo popular.

En Chile, ese descenso también se refleja en las cifras oficiales. Según la última encuesta del Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (Senda),

el consumo de alcohol bajó 34,6%, el nivel más bajo desde que comenzó el estudio en 1994.

Para Revuelta, una primera explicación apunta a los cambios en la vida social: "Hay menos socialización en la calle, en el espacio público o en bares. También influye la edad: hoy existe una socialización más centrada en pantallas, hobbies y entretenimientos en casa, por lo cual el alcohol como parte de la vida social en espacios públicos tiende a disminuir".

A ese factor se suma una mayor conciencia del riesgo. "Los estudios muestran la intención de evitar las consecuencias del consumo de alcohol para la salud, pero también los accidentes, las peleas o la vergüenza pública. Hay un sentido de autocontrol y una gestión del riesgo mucho más marcada", añade.

Otro elemento relevante es el económico. "Para los estratos más bajos, estas bebidas compiten con transporte, comida, ocio digital o el ahorro propiamente tal", plantea la académica, subrayando que el presupuesto disponible siempre condiciona las decisiones de consumo. Por último, la socióloga apunta al papel fundamental que juegan colegios, espacios educativos y familias en concientizar sobre los efectos de su consumo.