

# Tragos sin alcohol y "ready to drink" transforman a la industria de los licores en Chile y el mundo



POR BLANCA DULANTO

Durante los últimos años, la industria de las bebidas alcohólicas se ha visto enfrentada a una moderación del consumo, una tendencia que, en el sector, esperan se profundice este 2025 y que ha obligado a las marcas a adaptarse a nuevas alternativas.

Los conceptos de conciencia y bienestar se han instalado en la mente del consumidor y son vistos como los causantes de esta baja en la ingesta de alcohol. Según fuentes de la industria, los jóvenes toman menos que hace diez años; no obstante, aseguran que aún así buscan productos que "combinen el placer con el autocuidado y la salud".

El informe "Destilados 2025" de Diageo -la multinacional británica matriz de Johnnie Walker, Bailey's, los gin Gordon's y Tanqueray, Guinness, tequila Don Julio y Smirnoff-, sostuvo que "el bienestar consciente y el wellness fueron una combinación clave el año pasado y esto ha continuado, con los consumidores demandando más

**Consultoras y multinacionales del sector visualizan una moderación del consumo que ha obligado a las empresas a buscar alternativas a sus productos clásicos.**

opciones de moderación en todas las ocasiones sociales".

Dicho esto, de acuerdo a la consultora mundial de información y datos sobre bebidas, IWSR, los bebedores están adoptando una serie de conductas de moderación, entre ellas un consumo ligero, de bajo volumen y frecuencia, abstinencias temporales, la elección de una sola categoría de bebida e incluso -como sostuvo Diageo- alternando bebidas alcohólicas y no alcohólicas en una ocasión, lo que se conoce como "zebra striping" (rayas de cebra).

Bajo este contexto, IWSR aseguró que "la industria de las bebidas enfrenta un entorno moderado, pero lleno de oportunidades".

Las opciones por las que han optado las fabricantes y las distribuidoras de trago son claras: actualmente las bebidas sin alcohol y los "listos para tomar" o RTD

(por sus siglas en inglés, Ready To Drink) son categorías que han impulsado el consumo.

## Reconfiguración del sector

"Los consumidores que moderan su consumo no necesariamente están evitando el alcohol por completo, sino que buscan equilibrar su estilo de vida", aseguró IWSR y agregó que "para las marcas, esto significa una oportunidad: ampliar el portafolio e innovar en alternativas de bajo o sin alcohol que satisfagan tanto al consumidor consciente como al ocasional".

A modo de contexto, de acuerdo a Diageo, el panorama en Chile es el siguiente: la cerveza lidera la industria con el 62% de la venta de bebidas con alcohol, seguida por el vino, con aproximadamente un 17%. No obstante, actualmente la suma de todos los destilados le hace

la pelea a este último, e incluso lo supera con un 18%.

Estas cifras coinciden con la información del estudio "El vino es compartir", de Criteria junto con Vinos de Chile, el cual evidencia que el consumo interno de vino ha disminuido, especialmente entre los jóvenes, panorama bajo el cual nuevas alternativas de destilados han ido ganando terreno en el país.

Dicho esto, el Grupo Cepas -distribuidora argentina de Jim Beam, Bacardi, Dr Lemon y Fireball, entre otras- afirmó que el mercado chileno "muestra inclinación a

experimentar ante nuevas propuestas de producto: ejemplo de ello el fernet que, aún sobre bases pequeñas de volumen, encuentra una propuesta que sigue creciendo; los "shooters" (bebidas en formato shot); y el gin, instalado como el destilado de mayor evolución del último lustro".

No obstante, a medida que la tendencia de moderación gana fuerza, se espera un crecimiento continuo de las opciones sin o con bajo alcohol. De hecho, de acuerdo a IWSR, se espera que las bebidas "cero alcohol" representen el 5% del volumen mundial de bebidas alcohólicas para 2028.

## Las nuevas alternativas

Para la consultora especializada en bebidas, las categorías sin alcohol seguirán impulsando el crecimiento futuro. Eso sí, afirmó que las cervezas sin alcohol están logrando una mayor aceptación que las alternativas a los destilados, que aún enfrentan desafíos en términos de percepción del sabor. Sin embargo destacó que fueron las bebidas listas para beber (RTD) y los *hard seltzers* (bebidas premezcladas) las que mejor desempeño mostraron en 2024.

Ante esta tendencia, Cepas explicó que actualmente observan mayor interés por bebidas con menor graduación alcohólica y con variedad de funcionalidades como refrescancia, sabores y aromas, "tendencias que se ve particularmente afirmada en los grupos de consumidores más jóvenes". En ese sentido, agregó que ha tomado esta dirección como una oportunidad para el desarrollo de nuestras áreas de negocios y que los productos RTD son los que se adaptan más a esta tendencia.

A su vez, la viña Concha y Toro aseguró que más allá de las cifras globales de consumo de vino, ven atractivas tendencias de crecimiento que -a su juicio- han sabido capturar.

Por ejemplo, señaló que han incursionado en las líneas de sin o bajo alcohol de la mano de Casillero del Diablo "con una muy buena recepción". Además, sostuvo que otra línea atractiva se da en la búsqueda de frescura y de productos dulces o frutales, alternativas de producto que -según la viña- les han permitido llegar a nuevos segmentos de consumidores que se encontraban lejos de la categoría de vinos.

**5%**  
 DEL VOLUMEN MUNDIAL DE LA CATEGORÍA SERÁ SIN ALCOHOL PARA 2028.