

Cuota de estómago en la alimentación española | julio 2026

Vinos, spirits, refrescos, zumos y leche perdieron cuota de estómago en los últimos 10 años, frente a aguas y bebidas especiales

Cervezas, sidras, cafés e infusiones se mantuvieron muy estables,
con fuerte ganancia del café en valor

7 octubre 2026.- Aunque solo referido al canal de alimentación en España, es decir, dejando sin considerar todo el consumo de bebidas en hostelería, los datos del panel de consumo en los hogares españoles del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ofrecen información muy interesante sobre cómo ha evolucionado la venta y consumo de bebidas en el canal de alimentación en el país. Y, por lo tanto, cómo ha evolucionado la “cuota de estómago”. Si se supone que la cantidad de líquido que una persona ingiere diariamente es más o menos constante, la cuestión fundamental es qué líquidos ganan y cuáles pierden en esa ingesta de los consumidores. El análisis realizado por Del Rey AWM sobre estos datos muestra hacia dónde se dirige el consumo y qué bebidas pierden o ganan en los últimos 10 años. Las conclusiones parecen no estar tan claras.

Pese a sus limitaciones, referirse solo a una parte del consumo total español y pese a los

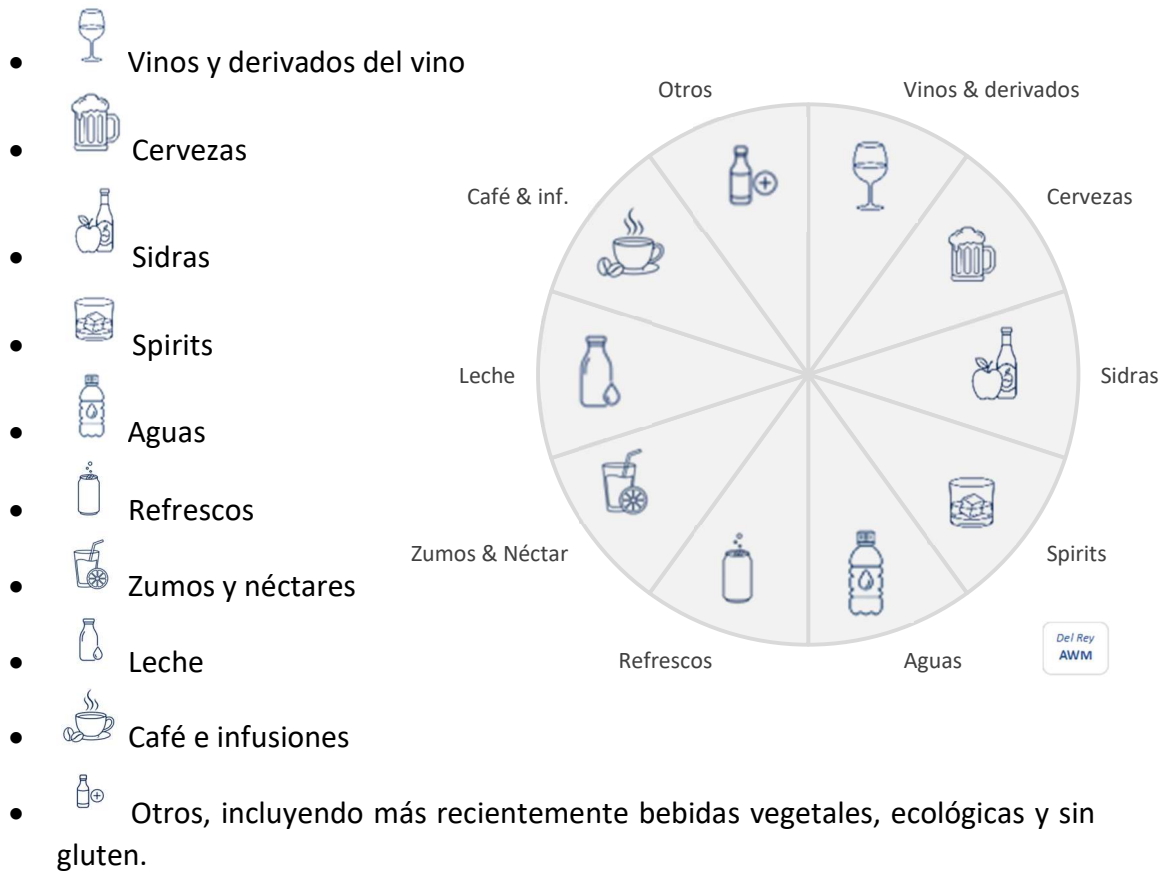
cambios a lo largo de los años, los datos del panel de alimentación en España del MAPA ofrecen la serie histórica más solvente de las disponibles en nuestro país. No todas las bebidas se han recogido a lo largo de los años con las mismas clasificaciones y detalles y, en particular, faltan datos del vino para los años 2013 y 2014, pero ofrece una serie continuada de la mayor parte de las bebidas que en sus categorías generales pueden dar una buena idea de esta evolución del consumo. Datos, además, que ofrece en volumen y en valor, por lo que pueden extraerse también sus precios unitarios, además de consumo per cápita, penetración y otros detalles. Nos centramos, sin embargo, en la evolución de las principales categorías de bebidas, en valor, volumen y precios medios sin considerar otros datos del consumo.

Demetrio Carceller, presidente ejecutivo de la empresa DAMM con facturación de más de 2.000 millones de euros, principalmente en cerveza, decía el pasado 5 de octubre que quiere “*vender lo que el público vaya a beber; **hay que capturar la cuota de estómago del consumidor***”.

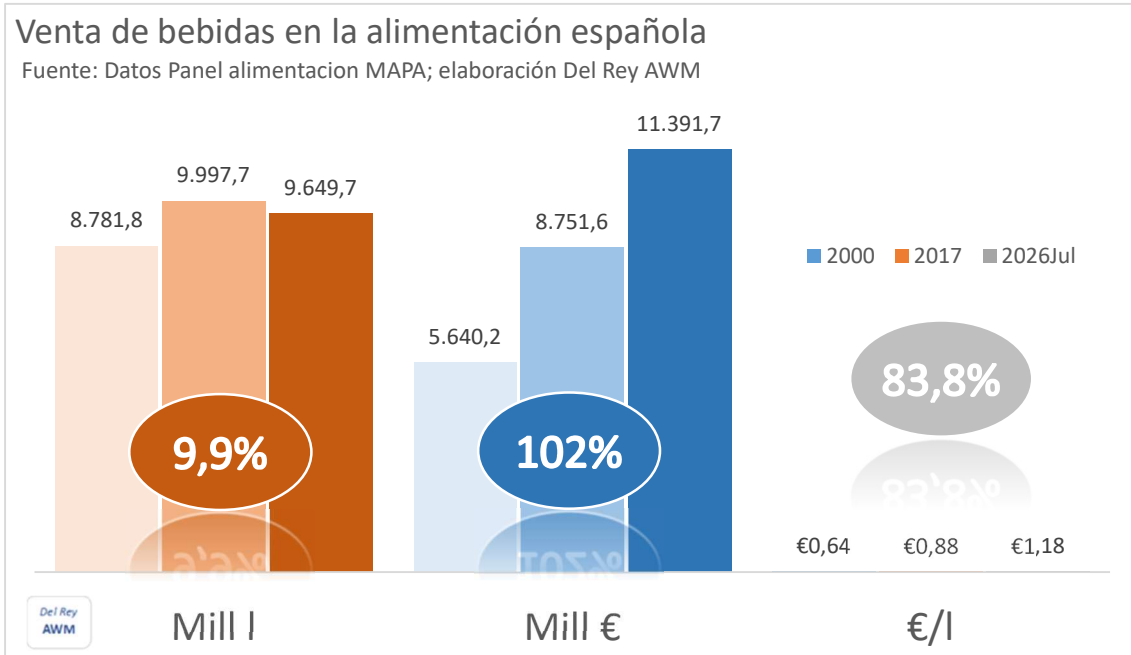
Expansión 5 octubre 2026, p. 4.

Bebidas en el hogar

Con distinto nivel de detalle y variaciones a lo largo de los años, pero un alto grado de continuidad, las principales categorías de bebidas que recoge el panel son las siguientes:



Siempre según los datos del panel, el consumo de bebidas en la alimentación española habría subido en los últimos años desde los 8.782 millones de litros en el año 2000 a los prácticamente 10.000 millones en 2017, para caer posteriormente de forma suave hasta



los 9.650 millones de litros en el dato interanual a julio del 2026, último disponible. Una diferencia, por lo tanto, de casi el 10% en el volumen de bebidas en 26 años, pero que en los últimos 10 ha caído ligeramente (-3,5%).

En valor, sin embargo, los crecimientos han sido mucho mayores. Entre el año 2000 y el interanual a julio del 2026 la facturación por bebidas en el canal de alimentación español se ha más que doblado (102%), desde los 5.640 millones de euros a los 11.392 millones, sin que este crecimiento se haya detenido en los últimos 10 años, en los que ha pasado de lo 8.752 millones de euros del 2017 a los mencionados 11.392 millones.

Según estos datos referidos solo al canal de alimentación, sí parece que el consumo de bebidas se mantiene relativamente estable en volumen y lo que varía es el precio medio, que deriva en cambios sensibles de la facturación total. Estos precios medios del conjunto de bebidas en el canal crecieron un extraordinario 83,8% a lo largo del presente siglo, lo que supone un aumento similar al que se estima para el conjunto de la alimentación española¹ y algo por encima de la inflación total del país². Ahora, si la cantidad total de alimentos líquidos que ingerimos los españoles en este canal se mantiene relativamente estable, ¿cómo han cambiado las distintas categorías?

Variación por categorías de bebidas

La composición más homogénea de los datos del Panel en los últimos 10 años y algunas ausencias de datos en años anteriores, llevan a concentrar el análisis en la evolución de los últimos casi 10, desde 2017 al interanual a julio del 2026.

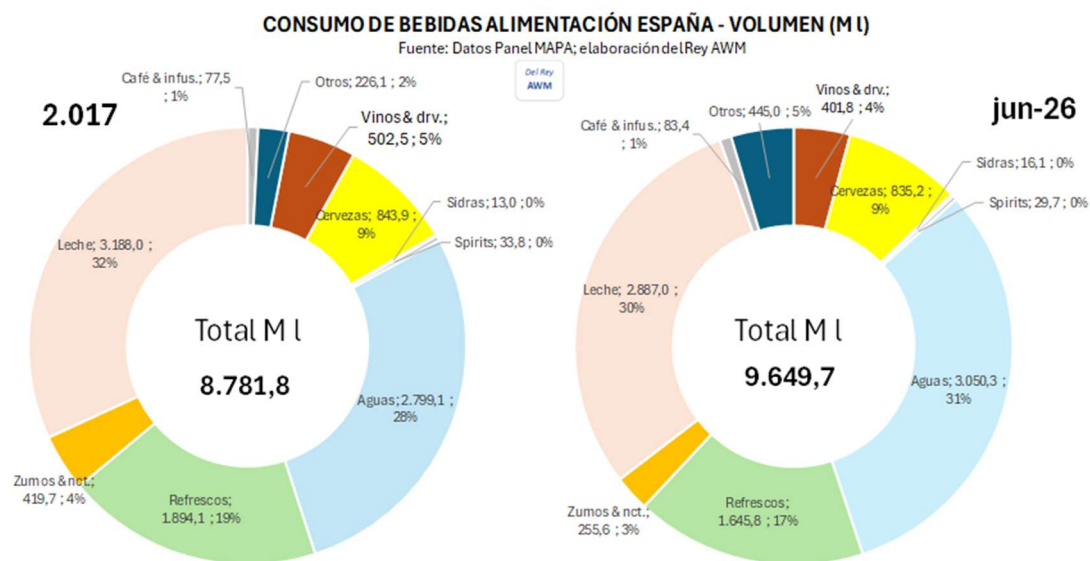
En este periodo de casi 10 años, han sido sobre todo el agua envasada y las nuevas bebidas ecológicas y sin gluten que antes apenas se recogían, las que más cuota han ganado en los estómagos de los españoles. Cafés e infusiones, sidras, cervezas y spirits han mantenido muy estables sus cuotas respectivas y quienes más han perdido han sido la leche, los refrescos, los zumos y el vino.

Las cuotas de los distintos tipos de bebidas en el “consumo en el hogar” mostraban en 2017 cantidades extraordinarias para la leche y el agua envasada, con cifras del 32% y del 28% respectivamente para cada una de estas categorías. Mucho más alejados en volumen se encontraban los refrescos (19%), las cervezas (9%), los vinos y derivados del vino (5%) y los zumos y néctares (4%).

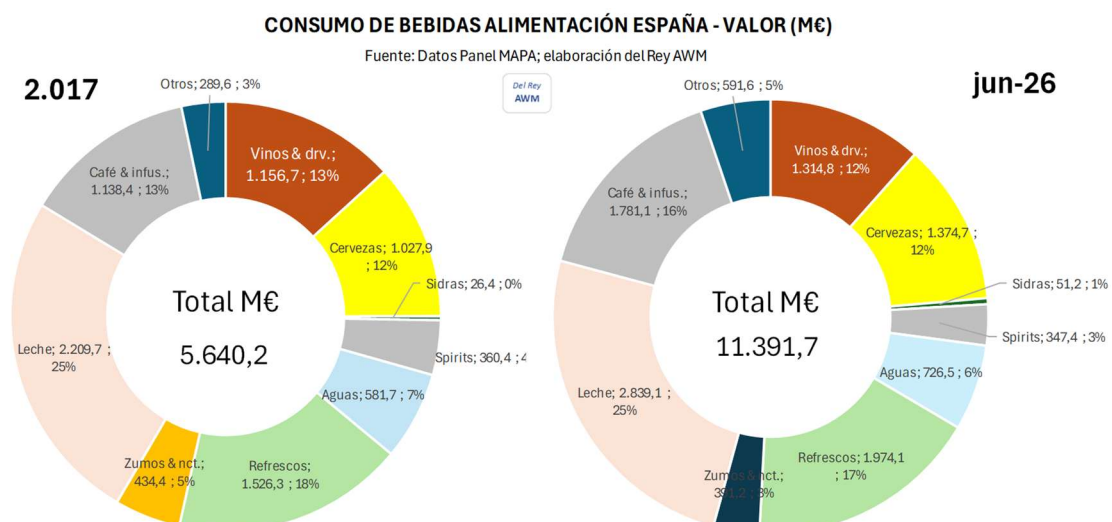
¹ “En España, el precio de los alimentos ha acumulado un incremento cercano al 100% (alrededor de un 80% a 100%) entre el año 2000 y el año 2026, impulsado por distintas crisis energéticas, factores climáticos y la alta inflación acumulada, especialmente tras 2021” (<https://www.directoalpaladar.com/actualidad-1/subida-100-20-anos-asi-ha-cambiado-precio-alimentos-dos-ultimas-decadas>)

² “La inflación acumulada en España entre 2000 y 2026 ronda el 75%” (<https://marketgeenius.app/tools/calculators/inflation/spain?lang=es>)

Sin embargo, a julio del 2026, la leche ha perdido casi 2 puntos de cuota hasta el 30% y el agua por el contrario ha aumentado en 3,6 puntos hasta superar el 31,6% de cuota del total de bebidas. Los refrescos y los zumos y néctares también han caído de forma significativa, perdiendo 1,9 y 1,5 puntos porcentuales en volumen en la disputada cuota de estómago, mientras que las nuevas bebidas ecológicas y sin gluten, que antes apenas se reflejaban en las estadísticas, han crecido en más de 2,3 puntos, hasta una cuota del 5% del total. Como adelantamos, cafés, sidras y cervezas han mantenido prácticamente estables sus respectivas cuotas de estómago en estos últimos 10 años en volumen, sobre el 1% para el café, menos para las sidras y en torno al 9% del total del volumen de bebidas ingeridas en el canal para las cervezas.



En valor, las cuotas de cada categoría difieren debido a su distinto precio medio. Leche y refrescos, relativamente baratos, disfrutaban en 2017 de cuotas del 25% y del 18% respectivamente, que no estaban tan alejadas del vino (13%), los cafés e infusiones (13%) y de las cervezas (12%), mientras que el agua envasada, que en volumen tenía una cuota extraordinaria del 28%, en valor apenas la tiene del 7%, debido a un precio medio

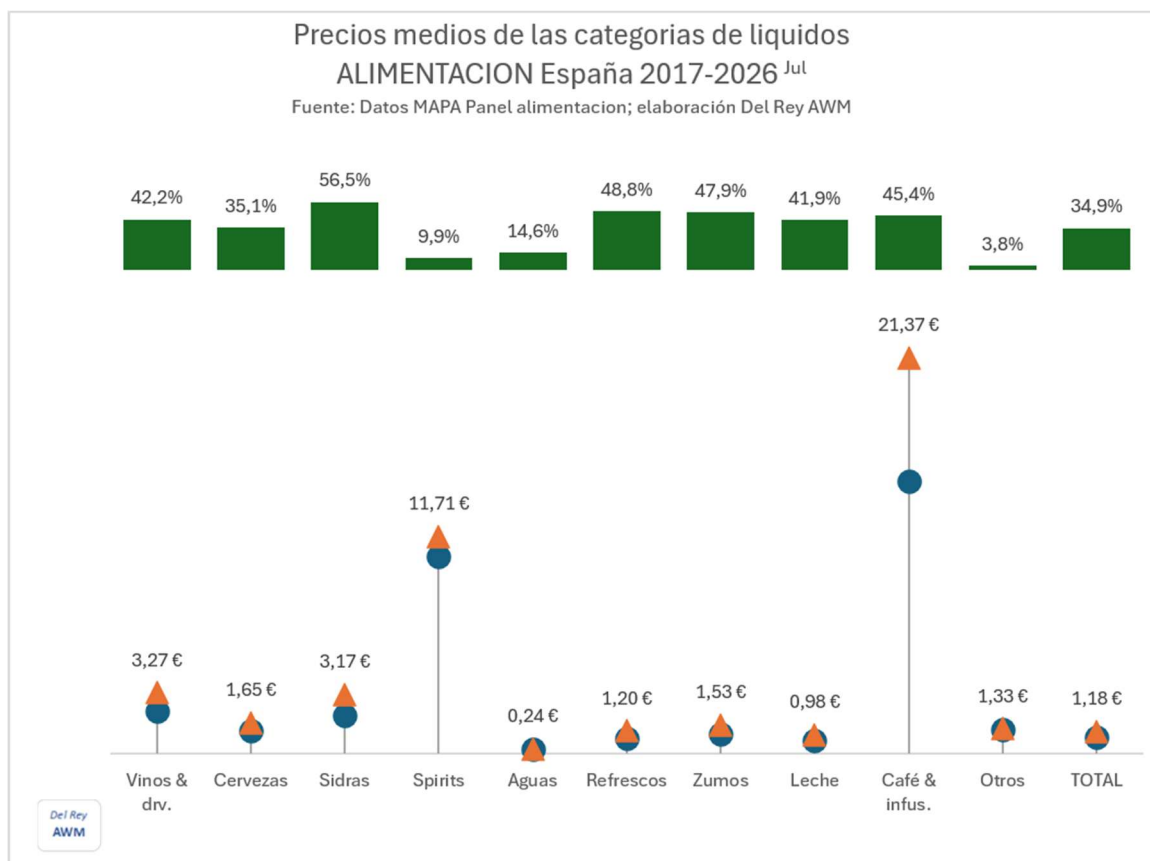


de apenas 21 céntimos de euro por litro. Cambian las cuotas de cada categoría de bebidas en valor respecto del volumen, y han cambiado también de forma muy diferente las ganancias y pérdidas de cada categoría en los últimos 10 años.

En euros, son los vinos los que más cuota se han dejado en este periodo, cayendo en 1,7 puntos porcentuales desde el 13,2% del 2017 al 11,5% del 2026 a julio. Los zumos y los spirits también se han dejado cuota importante en el consumo en el hogar con pérdida de 1,5 y 1,1 puntos en 10 años. Mucho más suaves han sido las caídas en aguas emvasadas, refrescos y leche (-0,3, -0,1 y -0,3 puntos porcentuales respectivamente), demostrando estas dos últimas categorías que lo que perdían en volumen lo podían compensar, parcialmente al menos, con subidas de los precios medios. En valor, lo que ha ganado cuota de mercado ha sido sobre todo el café y las infusiones, al sumar a su moderado crecimiento en volumen (7,6% en 10 años) un incremento considerable de sus precios medios, del 45% desde los 14,69 €/l del 2017 a los 21.37 €/l del interanual a julio del 2026. Como en el caso del volumen, cervezas y sidras se han mantenido muy estables también en euros, defendiendo sus cuotas respecto del resto de bebidas y aumentando sus precios medios ligeramente por encima de la media del sector bebidas.

El vino es la categoría de bebidas que más cuota ha perdido en valor, dentro del canal de alimentación.

Variaciones de cuotas por distinta evolución de unos y otros, en valor y en volumen, porque también han evolucionado de forma diferente los precios medios de cada una de las categorías.

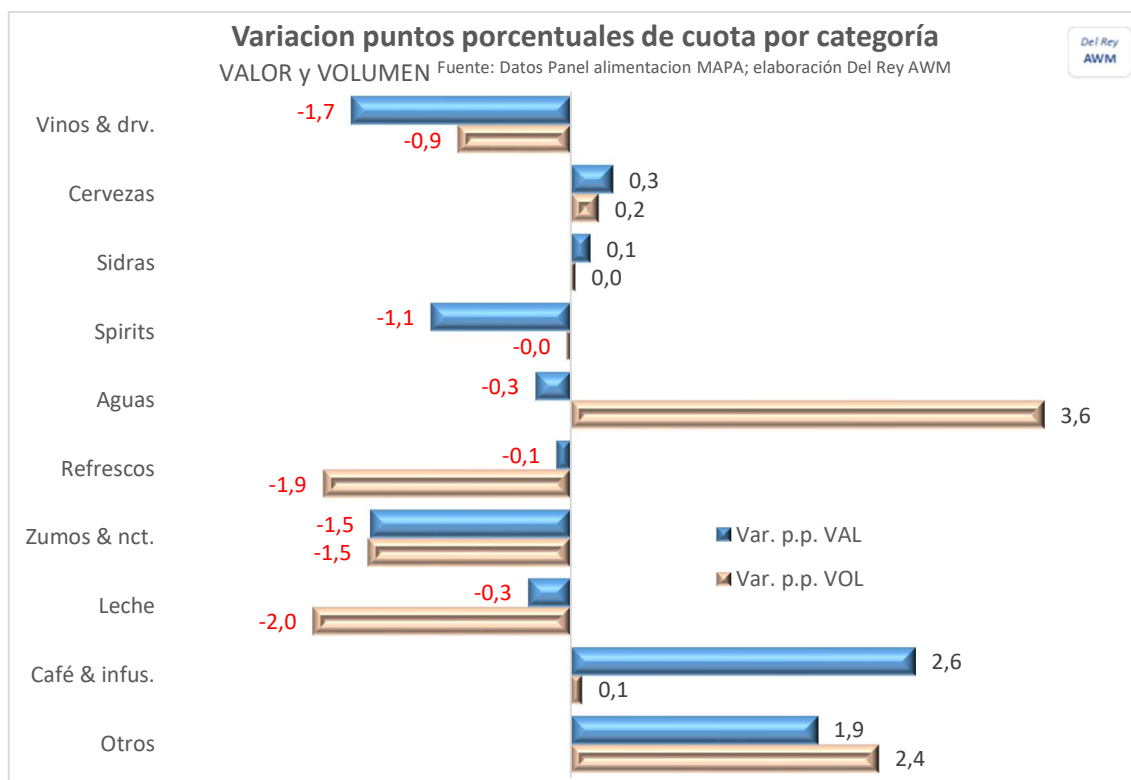


Siempre según los datos del panel del MAPA los cafés e infusiones son los tipos de bebidas que presentan, en el canal de alimentación, un mayor precio medio; unos extraordinarios 21,37 euros por litro en el interanual a julio de este año, que superan con mucho los precios de las bebidas espirituosas y que, a diferencia de éstas, han aumentado sensiblemente en los últimos años. Vinos y sidras presentan precios mucho más moderados, con medias de 3,27 €/l y 3,17 €/l respectivamente a julio de este año y subidas importantes desde 2017, algo más fuertes en el caso de las sidras (56,5%) que en el de los vinos (42,2%). Entre 1 y 2 euros por litro encontramos las cervezas, los refrescos, los zumos y las nuevas bebidas ecológicas y sin gluten, mientras que por debajo del euro por litro se sitúan el agua y la leche.

Variación de la cuota de cada categoría en valor y en volumen

El gráfico de variaciones en puntos porcentuales para las distintas categorías de bebidas en estos últimos 10 años muestra el distinto comportamiento de cada tipo de producto:

- El consumo de **agua envasada** ha crecido de forma considerable en volumen, pero a costa de mantener prácticamente estables sus precios medios (de 21 a 24 céntimos de euro por litro en 10 años), lo que le ha llevado a perder cuota en términos de valor.
- **Cafés e infusiones** han registrado un comportamiento opuesto: apenas han conseguido mantener la cuota de estómago en volumen, pero, gracias a precios sensiblemente mejores, han aumentado notablemente su facturación, bien por encima de la media de otras bebidas, ganando con ello cuota de mercado en valor.



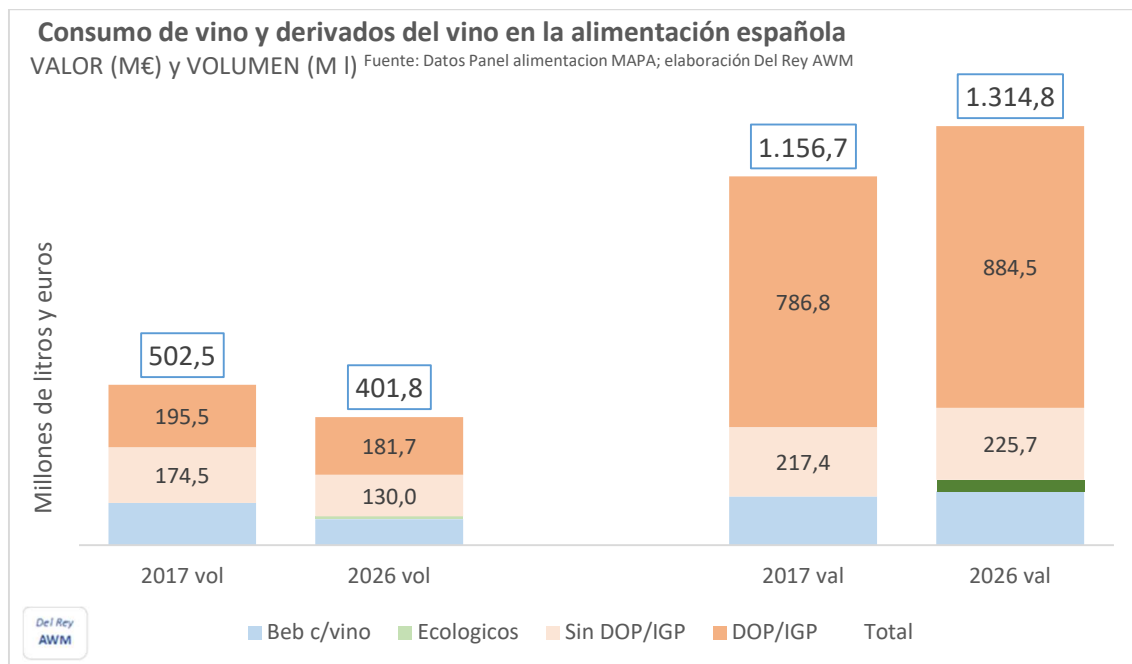
- Muy bueno también ha sido el comportamiento de las nuevas **bebidas ecológicas y sin gluten**, que se han hecho un hueco en la cuota de estómago de los consumidores en estos años.
- La **leche**, como los **refrescos**, han perdido cuotas de consumo en volumen, pero la mejora de sus precios les ha permitido mantenerlas relativamente estables en valor.
- **Spirits**, por el contrario, ha mantenido su cuota de consumo en volumen, pero a costa de precios medios que han crecido en este período muy por debajo de la media: 9,9% en 10 años hasta los 11,61 €/l frente al crecimiento medio de las bebidas del 34,9%.
- Como venimos viendo, **cervezas y sidras** se han mantenido muy estables durante todo el período, con ligeros crecimientos de cuotas en volumen y valor, acompañados de crecimientos de sus precios medios similares – cerveza – o ligeramente por encima del crecimiento del total de los precios de bebidas – sidra –.
- ¿Y el vino?

Evolución del vino y derivados de vino

La categoría de vinos y derivados de vinos ha caído un 20,1% desde 2017 en volumen desde los cinco hasta los poco más de 4 millones de hectolitros consumidos en el hogar, pero ha aumentado un 13,7% en valor hasta los 1.314,8 millones de euros. La radical diferencia entre evolución en volumen y en valor deriva de la revalorización de los vinos, que ha sido del 42,2% en 10 años, pasando de la media de 2,30 euros por litro en 2017 a los 3,27 euros por litro que reflejan los últimos datos del panel para el interanual a julio del 2026. Se bebe sensiblemente menos vino, pero a precios casi un euro por litro más caros que hace 10 años, lo que ha permitido aumentar la facturación en el periodo. Y la diferencia de precio conseguida en estos años se debe, no solo al aumento de los precios de las diferentes categorías, sino, especialmente al hecho de que se consuma más de la categoría más cara: los vinos con DFOP / IGP.

Según los datos del MAPA en estos últimos casi 10 años el consumo de vinos con DOP/IGP en el hogar se ha mantenido relativamente estable, con una ligera pérdida del 7,1% (apenas un -0,8% anual acumulado), que contrasta fuertemente con la caída del 25,5% en el consumo de vinos sin DOP/IGP. Aunque los precios de estos últimos han crecido más que los de indicación de origen (39,3% en 10 años frente al 21,0% de los vinos con indicación), la mejor marcha de los primeros ha permitido que los vinos con DOP/IGP hayan aumentado su facturación un 12,4% en 10 años frente a la mucho más modesta evolución de los vinos sin indicación, del 3,8%. Han irrumpido en este período en las estadísticas los vinos ecológicos con un pequeño porcentaje del total y, curiosamente, las estadísticas muestran una caída del consumo de bebidas a base de vino del 20%,

compensada con un notable aumento de sus precios que les permite incrementar su facturación en un 13,7%.



Ahora bien, independientemente del seguimiento del consumo de vino en el hogar que hacemos periódicamente, lo que interesa es ver **cómo ha evolucionado su cuota** dentro del consumo total de bebidas en el canal de alimentación en los últimos años. La comparación con otras bebidas, algo vista en los apartados anteriores, muestra que el vino y derivados del vino en su conjunto:

- Han pasado de una cuota en volumen del 5,0% en 2017 al 4,2% en el interanual a julio del 2026, por haber disminuido sus ventas en litros (-20,1%) mucho mas que la media de las bebidas en el canal (-3,5%), lo que representa una pérdida de 0,86 puntos porcentuales de cuota entre ambos años.
- Pero peor aun ha sido su pérdida de cuota en valor, donde el crecimiento de su facturación en este periodo, del 13,7%, ha sido sensiblemente inferior al crecimiento medio de las bebidas en el canal que fue del 30,2%, por lo que ha reducido su cuota en el total del 13,2% al 11,5%, lo que equivale a 1,68 puntos porcentuales. La peor caída de cuota del conjunto de bebidas.
- El vino ha perdido consumo mucho más que la media y ha subido su facturación bastante menos que la media porque, a diferencia de lo que ha pasado con otras bebidas, su revalorización en estos 10 años, del 42,2%, no ha permitido compensar la pérdida de volumen consumido, como sí ha pasado en otros casos.

En definitiva, comparando el consumo de vinos y sus derivados con otras bebidas en el limitado canal de alimentación y sin tener por lo tanto en cuenta todo el consumo que en España se hace fuera del hogar, comprobamos que efectivamente el total de bebidas

que se ingiere se ha mantenido relativamente estable en los últimos años; tanto en los últimos 26 años, creciendo muy ligeramente, como en los últimos 10, con una cierta pérdida de consumo en volumen. Pese a no incluir en el análisis el agua de grifo, los datos del panel de alimentación del MAPA permiten mantener la idea de que el consumo de bebidas por parte de un ser humano se mantiene. Y los que cambian son, sobre todo, los precios, que derivan en el cambio de la facturación.

En este entorno, la competencia por la cuota de estómago se vuelve cada vez más importante. Los datos del canal sobre los últimos casi 10 años permiten ver qué bebidas han ganado cuota y cuáles la han perdido, con diferencias importantes si el análisis se hace en valor o en volumen, derivadas de cómo evolucionan sus respectivos precios medios.

En **volumen**, los españoles bebemos en casa más agua y más bebidas ecológicas o sin gluten, a costa de haber disminuido la cuota de refrescos, zumos y leche y, en menor medida, también de vino, mientras cervezas, sidras y spirits se mantenían muy estables. En **valor**, ha sido el vino el que más cuota ha perdido porque su revalorización, aun por encima de la media, no ha conseguido compensar la caída del consumo en litros de igual manera que han hecho otras bebidas. Cervezas y sidras, de nuevo, han conseguido mantener sus cotas en euros, mientras spirits y zumos la han reducido sensiblemente, y algo menos los refrescos y la leche. En euros, los grandes ganadores en estos últimos 10 años han sido los cafés e infusiones, por su fuerte revalorización acompañada por mejora de sus ventas en volumen, y las nuevas bebidas ecológicas y sin gluten aparecidas más recientemente en las estadísticas.

Se trata, en todo caso, de datos limitados a un canal, obtenidos sobre la base del panel de alimentación del MAPA. Datos que pueden tener sus errores y de los que no parece fácil extraer tendencias claras respecto de la evolución del consumo. El agua envasada, a muy bajos precios, parece evolucionar claramente mejor que otras bebidas en volumen, pero no en valor. Refrescos, zumos y leche, sobre todo las dos últimas con imagen saludable, no parecen avanzar al mismo ritmo que las demás. El café y las infusiones sí, pero sobre todo por la mejora de sus precios medios, al tiempo que se consume algo más. Los spirits, han perdido cuota en valor, pero sobre todo porque su menor volumen de ventas apenas se ha compensado con la subida de precios. Y el vino, pese a haber compensado su pérdida de volumen de ventas con precios medios al alza y obtenido con ello una mejora de la facturación, no ha conseguido que esta mejora fuera del nivel de las de las otras bebidas por lo que ha perdido cuota de estómago en euros.

Ahora bien, todas estas diferentes evoluciones por categoría de producto no parecen responder a alguna explicación o seguir alguna tendencia clara.

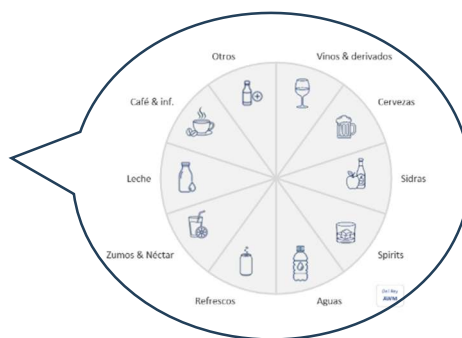
¿Preferencia por bebidas más saludables y de menor alcohol? La bajada de cuotas de vinos y spirits así podría explicarse, como las subidas de las ecológicas y sin gluten, pero también se observa que las cervezas y sidras se han mantenido muy estables pese a

tener contenido alcohólico y, por otra parte, bebidas tan aparentemente saludables como zumos, leche y refrescos también han disminuido su cuota.

¿Tendencia hacia bebidas más económicas? Es verdad que el agua ha ganado cuota de estómago en los últimos 10 años, siendo una de las bebidas más baratas, pero no así la leche, que también lo es. Con precios relativamente similares, vinos y sidras han evolucionado de forma muy distinta con pérdida de cuota para los primeros y gran estabilidad para los segundos. Y curiosamente el café y las infusiones, con una importante subida de su precio hasta niveles que superan con mucho al resto de bebidas también han mantenido su cuota en volumen, con gran ganancia en valor. Una explicación, que requeriría mayor análisis, sería la diferente elasticidad entre precio y demanda de las distintas categorías. El café ha demostrado que sus subidas de precio en los últimos años no han tenido un efecto muy negativo en su consumo. Otras bebidas se enfrentan a correcciones mucho más severas cuando los suben.

¿Es el frescor lo que impera? En vinos parece una clara tendencia, como muestra la mejor evolución de espumosos y vinos blancos frente a tintos tradicionales, pero, observando el conjunto de bebidas, tampoco parece que este argumento pueda explicar la diferente evolución de cuotas. Los refrescos y zumos han perdido cuota de estómago en volumen y, pese a incrementar sus precios por encima de la media, también han perdido cuota en valor.

Los datos permiten saber a quién le ha ido mejor y a quién peor, pero nos encontramos ante un panorama complicado, que está haciendo a muchas empresas del sector de bebidas diversificar su cartera de productos y explorar nuevas líneas de producción con las que seguir de cerca la evolución de los consumidores y sus preferencias.



Para más información, contacte:

info@delreyAWM.com | +34 607 417 357