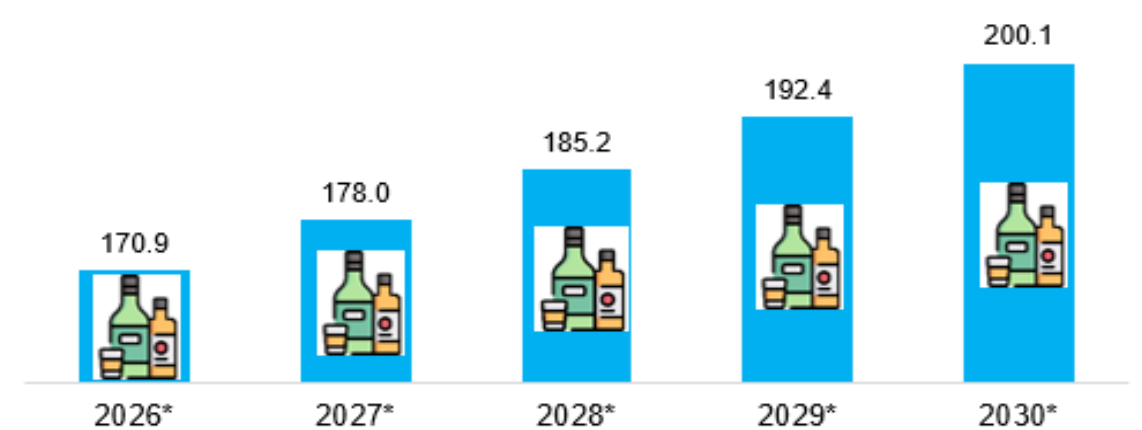


Ventas LATAM de Bebidas Alcohólicas (Miles de Millones US\$)



Fuente: Statista

Mercado LATAM⁽¹⁾ de Bebidas Alcohólicas

El mercado de bebidas alcohólicas incluye todas las bebidas alcohólicas que se producen por fermentación o destilación.

En 2026, las ventas mundiales de este sector alcanzarían los US\$ 170.9 mil millones, mientras que, en 2030, se registrarían ventas por US\$ 200.1 mil millones, lo que representaría un crecimiento anual promedio de 4.0% en el período 2026-2030.

• Categorías

En América Latina, las ventas de bebidas alcohólicas estarán lideradas por la categoría cerveza (US\$ 110.1 mil millones o 64.4% del total en 2026). Las ventas de esta categoría ascenderían a US\$ 130.2 mil millones en 2030 y se traduciría en un crecimiento promedio anual de 4.3% en el período 2026-2030. Esta categoría abarca bebidas fermentadas a base de malta, tanto cerveza con alcohol como sin alcohol.

La categoría de bebidas espirituosas representaría el 22.8% de las ventas latinoamericanas en 2026, con un valor estimado de US\$ 39.0 mil millones. En 2030, esta categoría alcanzaría los US\$ 44.6 mil millones y reflejaría un crecimiento promedio anual de 3.4%. Dentro de esta categoría se incluyen las bebidas alcohólicas producidas mediante la destilación de vino, frutas fermentadas o cereales, tales como whisky, vodka, ron, ginebra, brandy, soyu, tequila, entre otras.

Los vinos serían la tercera categoría más importante a nivel de ventas en 2026 (US\$ 19.8 mil millones o 11.6% del total). Se espera que las ventas asciendan a US\$ 22.7 mil millones en 2030, lo que implicaría una tasa de crecimiento promedio anual de 3.5% en el período de análisis.

En cuarto lugar, se ubicarían la sidra, perada y vino de arroz, con ventas estimadas en US\$ 1.7 mil millones en 2026 (1.0% de total) y US\$ 2.3 mil millones en 2030. Esta categoría sostendría una tasa de crecimiento promedio anual de 7.8%, la más alta entre todas las categorías.

• Mercados

En 2026, los principales mercados de bebidas alcohólicas en América Latina serían México, Brasil, Argentina, Chile y Colombia, que concentrarían, en conjunto, el 48.6% de las ventas latinoamericanas.

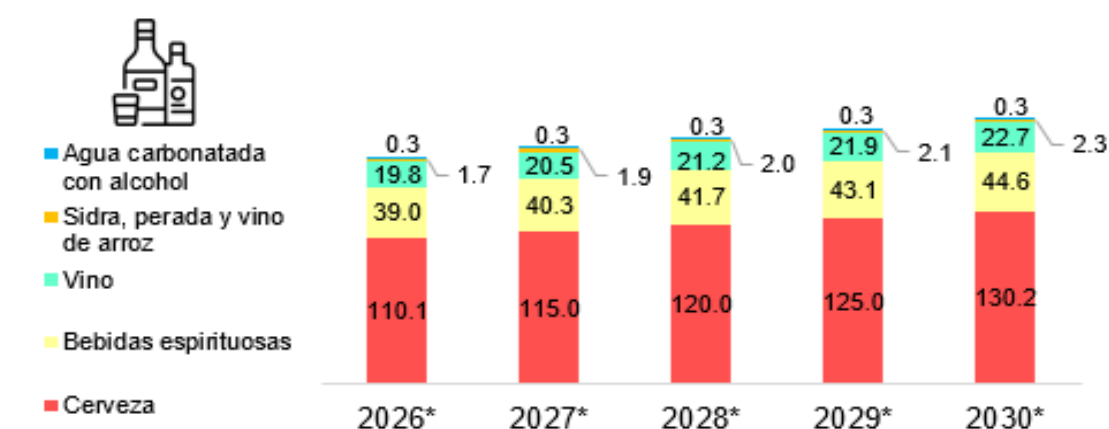
México lideraría las ventas latinoamericanas del sector en 2026 (US\$ 35.0 mil millones en 2026 o 20.5% del total). Brasil ocuparía el segundo lugar, con ventas por US\$ 30.0 mil millones y una participación de 17.6% en 2026. En tercer lugar, Argentina, registraría ventas por US\$ 8.0 mil millones en 2026 (4.7% del total).

• Canales

Las ventas latinoamericanas de bebidas alcohólicas se comercializan para consumo en el hogar y el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Caterings).

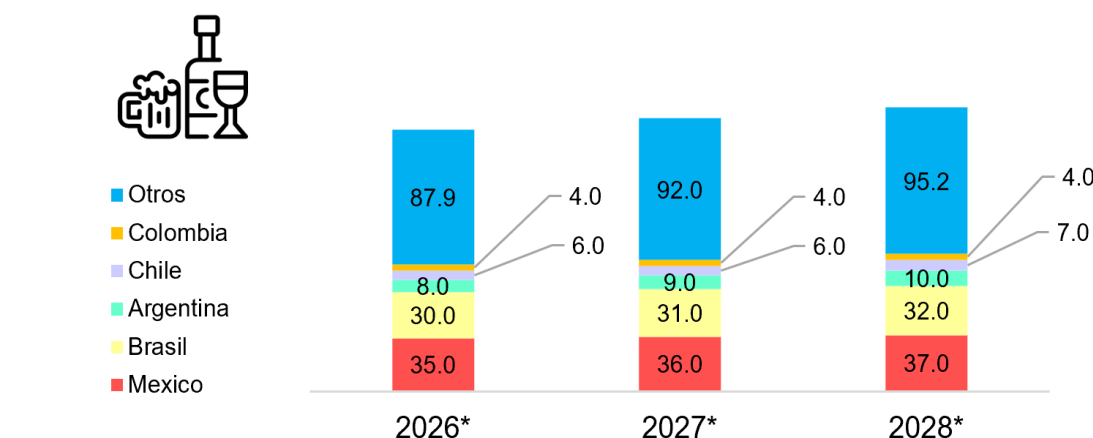
Las ventas para el hogar acumularían el 61.3% de las ventas totales de bebidas alcohólicas en LATAM para 2026 y ascenderían a US\$ 104.7 mil millones, mientras que el canal HORECA representaría el resto (38.7%). En ambos casos, se registrarían tasas de crecimiento promedio anual de 3.6% y 4.7%, respectivamente, para el período 2026-2030.

Ventas LATAM de Bebidas Alcohólicas por categorías (Miles de Millones US\$)



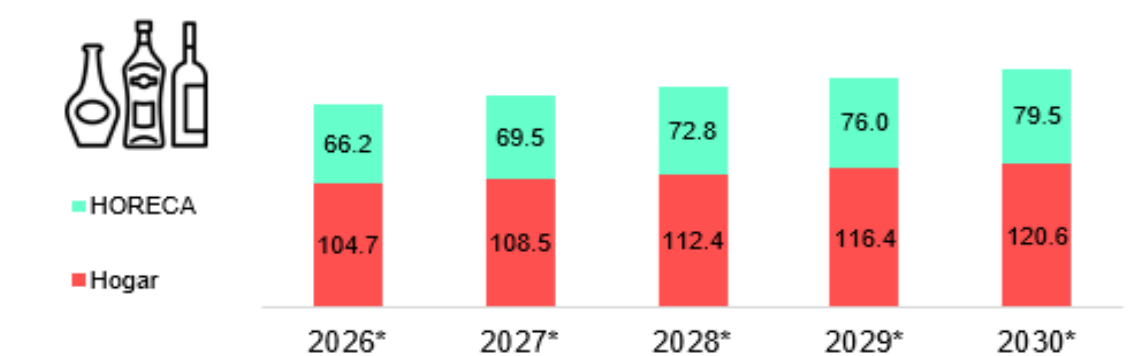
Fuente: Statista

Ventas de Bebidas Alcohólicas por principales mercados LATAM (Miles de Millones US\$)



Fuente: Statista

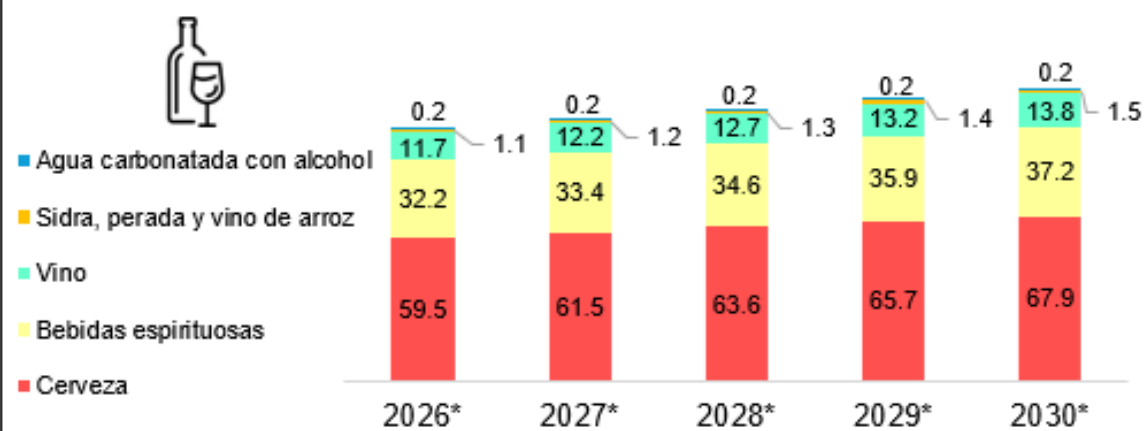
Ventas LATAM de Bebidas Alcohólicas por canales (Miles de Millones US\$)



Fuente: Statista

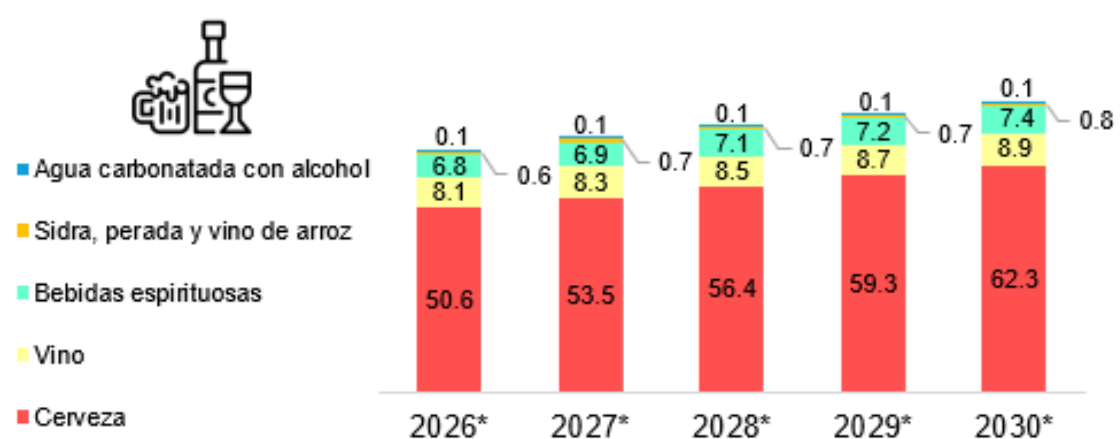
⁽¹⁾ Incluye a 24 economías (Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Surinam y Uruguay).

Ventas LATAM de Bebidas Alcohólicas en el Hogar por categorías (Miles de Millones US\$)



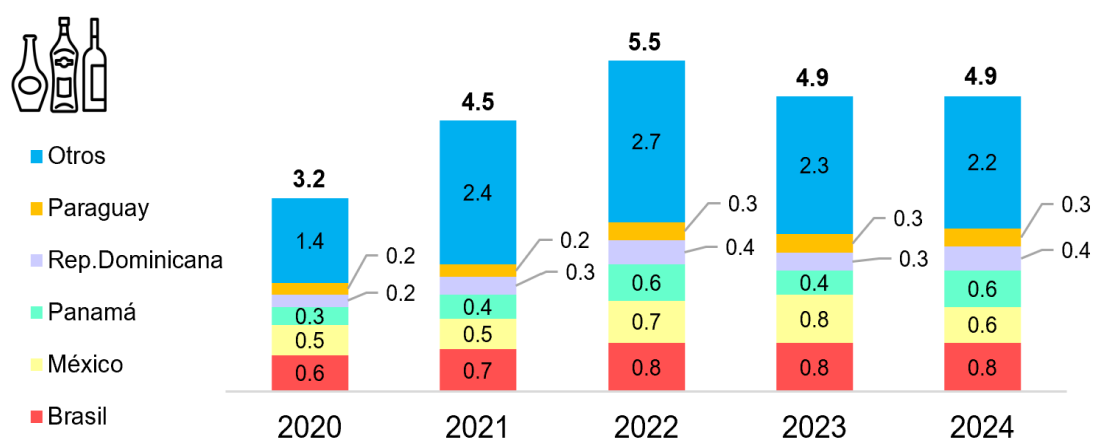
Fuente: Statista

Ventas Mundiales de Bebidas Alcohólicas en HORECA por categorías (Miles de Millones US\$)



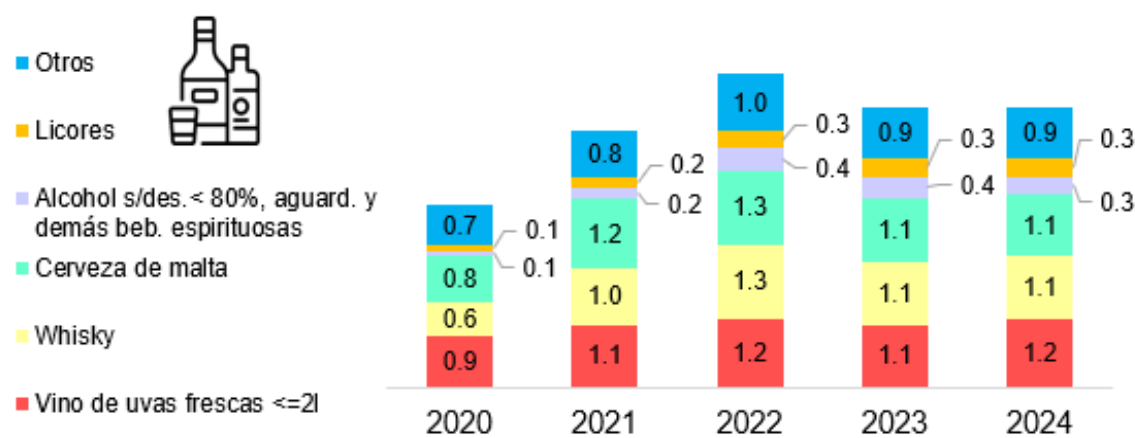
Fuente: Statista

Importaciones** LATAM de Bebidas Alcohólicas por principales países compradores (Miles de Millones US\$)



**Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208.
Fuente: Trade Map

Importaciones** LATAM de Bebidas Alcohólicas por principales subpartidas (Miles de Millones US\$)



**Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208.
Fuente: Trade Map

Al cierre del 2026, la principal categoría de ventas sería la cerveza, con ventas para el sector Hogar y HORECA por US\$ 59.5 mil millones y US\$ 50.6 mil millones, respectivamente.

Importaciones⁽²⁾ LATAM de bebidas alcohólicas

• Mercados

Las importaciones de bebidas alcohólicas en América Latina sumaron US\$ 4.9 mil millones en 2024, tras registrar un crecimiento anual promedio de 11.2% entre 2020 y 2024.

En 2024, los cinco principales países importadores LATAM fueron Brasil, México, Panamá, República Dominicana y Paraguay, que concentraron US\$ 2.7 mil millones (o 55.1% del total regional).

Brasil se posicionó como el mayor importador LATAM, con compras por US\$ 0.8 mil millones en 2024 (16.3% del total regional). Además, registró una tasa de crecimiento de 7.5% en el período 2020-2024.

En segundo lugar se ubicó México, con importaciones por US\$ 0.6 mil millones en 2024 (12.2% del total regional), tras registrar un incremento promedio anual de 4.7% en sus compras internacionales durante el periodo 2020-2024.

Por su parte, Panamá ocupó el tercer lugar, con importaciones por US\$ 0.6 mil millones en 2024 (12.2% del total regional), lo que representó un crecimiento promedio anual de 18.9% en el período de análisis, el más alto de los 5 principales mercados de la región, junto a República Dominicana.

Exportaciones⁽³⁾ LATAM de bebidas alcohólicas

Las exportaciones de bebidas alcohólicas de América Latina sumaron US\$ 14.8 mil millones en 2024, tras registrar un crecimiento anual promedio de 8.2% entre 2020 y 2024.

En 2024, los principales exportadores de bebidas alcohólicas en LATAM fueron México, Chile, Argentina, Panamá y Brasil, que conjuntamente concentraron el 93.9% de las exportaciones latinoamericanas, equivalentes a US\$ 13.9 mil millones.

México se consolidó como el mayor exportador LATAM, con envíos por US\$ 10.7 mil millones (72.3% del total regional) y un crecimiento promedio anual de 10.8% en el período 2020-2024.

En segundo lugar se ubicó Chile, con exportaciones por US\$ 1.7 mil millones en 2024 (11.5% del total regional). Entre 2020 y 2024, el país registró una caída promedio anual de 1.4%.

El tercer puesto correspondió a Argentina, con ventas internacionales por US\$ 0.7 mil millones en 2024 (4.7% del total regional). Sin embargo, fue el país con la mayor reducción de sus exportaciones entre los cinco principales mercados LATAM, con una tasa promedio anual de -3.3%, en el período 2020-2024.

Exportaciones⁽⁴⁾ peruanas de bebidas alcohólicas hacia LATAM

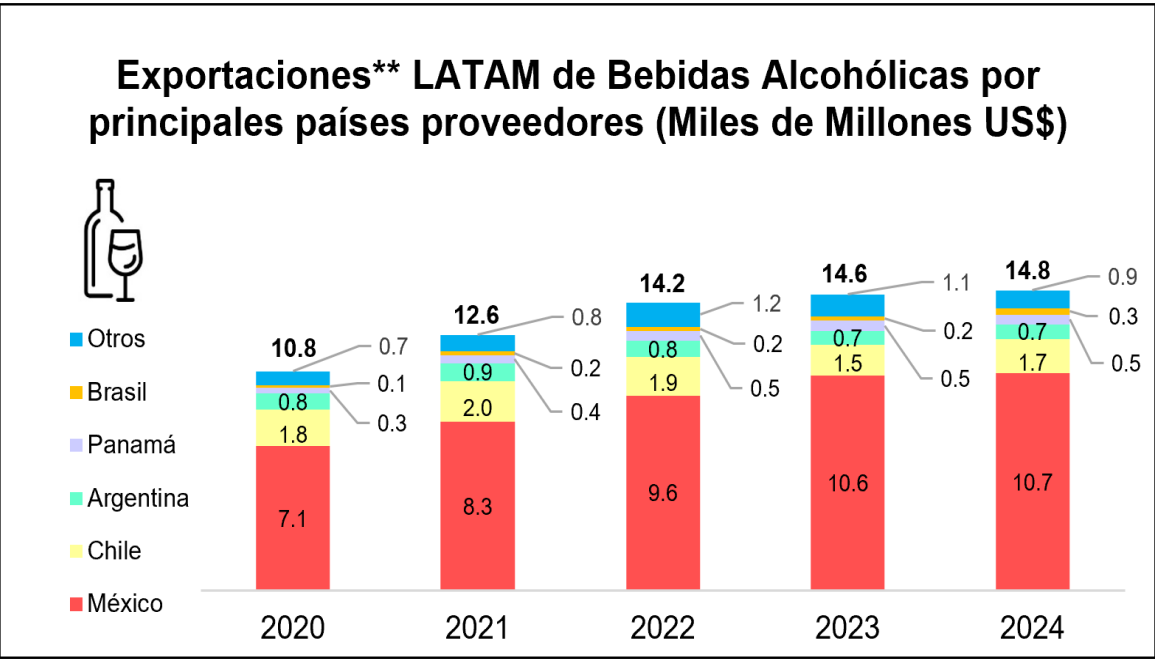
En 2024, las exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas hacia los países LATAM sumaron US\$ 9.7 millones, lo que representó el 41.4% de las exportaciones de bebidas alcohólicas del Perú al mundo. Entre 2020 y 2024, las exportaciones peruanas a LATAM registraron un caída promedio anual de 13.2%, principalmente, por los menores volúmenes exportados de cerveza (-32.3%).

En 2024, los envíos se realizaron esencialmente por vía marítima (98.2% del valor total exportado), a través de la aduana del Callao. El resto de envíos fue realizado por vía terrestre (1.1%) y aérea (0.7%).

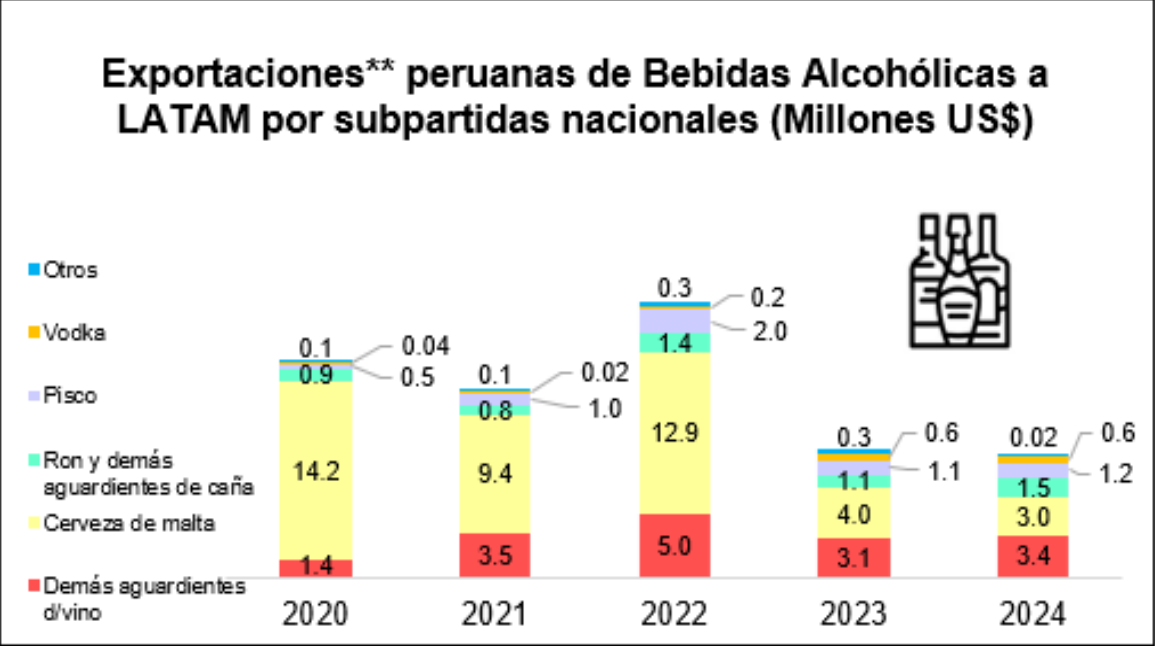
⁽²⁾ Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208. Se consideraron las importaciones de bebidas alcohólicas provenientes de países fuera de Latinoamérica.

⁽³⁾ Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208. Se consideraron las exportaciones de bebidas alcohólicas enviadas a países fuera de Latinoamérica.

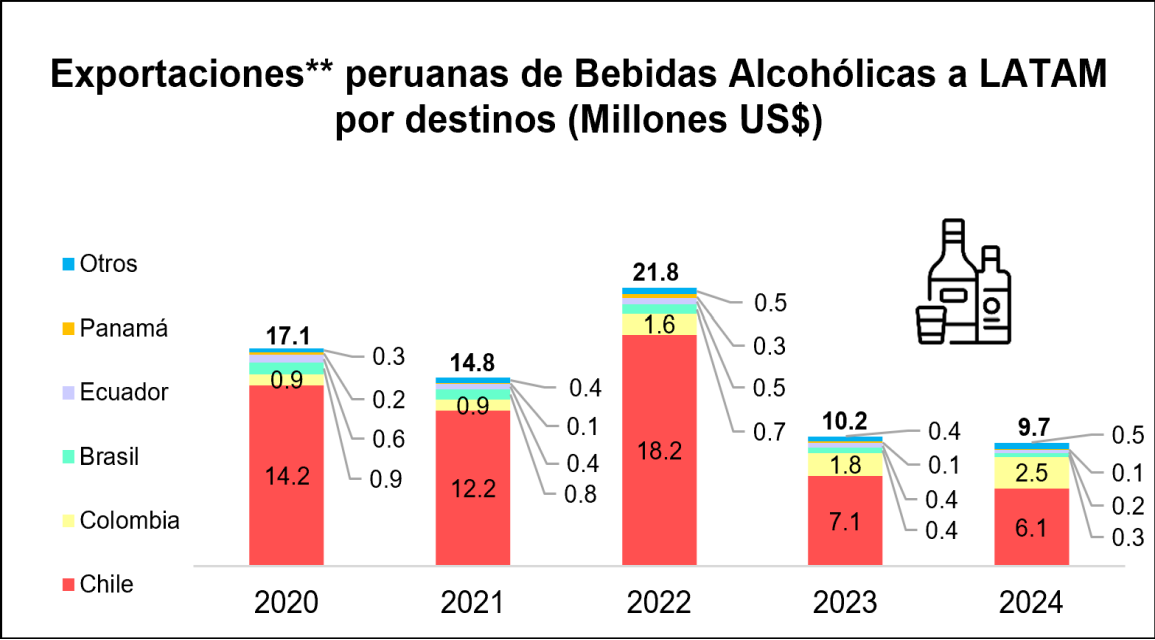
⁽⁴⁾ Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208. Se consideraron las exportaciones de bebidas alcohólicas provenientes de Perú hacia Latinoamérica.



**Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208.
Fuente: Trade Map



**Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208.
Fuente: ADEX Data Trade - SUNAT



**Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208.
Fuente: ADEX Data Trade - SUNAT



Fuente: Statista

• **Subpartidas nacionales**

En el caso de las subpartidas nacionales, la 2208202900 (demás aguardientes de vino), con envíos por US\$ 3.4 millones, fue la más exportada en 2024 y representó el 35.0% del total exportado por Perú a LATAM. Esta subpartida registró un crecimiento promedio anual de 24.8% entre 2020 y 2024.

La segunda subpartida nacional más exportada por Perú a LATAM en 2024 fue la 2203000000 (cerveza de malta), con envíos por US\$ 3.0 millones (30.9% del total enviado a la región estudiada). Sin embargo, registró una caída promedio anual de 32.2% entre 2020 y 2024.

• **Mercados**

Los cinco principales destinos latinoamericanos de las exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas fueron Chile, Colombia, Brasil, Ecuador y Panamá, que en conjunto concentraron el 94.8% de los envíos totales a LATAM en 2024.

Chile se consolidó como el principal mercado de destino LATAM de Perú, con compras por US\$ 6.1 millones en 2024. Sin embargo, entre 2020 y 2024, las exportaciones cayeron a una tasa anual de 19.0%. Las principales bebidas alcohólicas que Perú envió al mercado chileno fueron los aguardientes de vino o de orujo de uvas (220820), por un valor de US\$ 3.9 millones en 2024.

Colombia destacó entre los cinco principales socios comerciales por ser el único país con una tasa positiva de exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas entre 2020 y 2024, con un incremento promedio anual de 29.1%. Resaltaron como principales bebidas exportadas a Colombia los aguardientes de vino o de orujo de uvas (220820), por un valor de US\$ 0.2 millones en 2024.

Tendencias

1. **Premiumización selectiva**

La premiumización en LATAM no es masiva ni homogénea, sino focalizada en consumidores urbanos, ocasiones especiales y mercados líderes como Brasil, México y algunos países de Sudamérica, donde el consumidor está dispuesto a pagar más por diferenciación y experiencia (Observatorio Vitivinícola Argentino, 2025 / IWSR, 2024).

2. **Innovación**

Las bebidas “listas para beber” y cócteles enlatados son la innovación más dinámica de la región. Marcas y multinacionales están lanzando latas sleek⁽⁵⁾, sabores locales (cítricos, tropicales, agave, frutas amazónicas) y graduaciones moderadas de alcohol, apuntando al consumo en el hogar, eventos y conveniencia. Esta tendencia responde a estilos de vida urbanos y a la reducción del consumo on-trade⁽⁶⁾ tradicional (The Rum Lab, 2025).

Además, los fabricantes están lanzando nuevos tipos de cerveza, whisky y otras bebidas alcohólicas con sabores añadidos dirigidos a sectores como los millennials que son cada vez más proclives a probar estos nuevos productos. Este cambio en la producción está influyendo positivamente en el crecimiento del mercado LATAM (EMR, 2025).

3. **Bebidas sin alcohol**

La creciente preferencia por las opciones con poco o nada de alcohol está impulsando a los innovadores de bebidas a desarrollar alternativas con sabor a alcohol para adultos que den prioridad a la salud y el sabor (Innova Market Insights, 2024). Un ejemplo de ello es el Gordon 0.0%, que ofrece el sabor original del ginebra pero sin alcohol (Gordon’s, 2025)

En conjunto, el mercado ofrece espacio para crecer si se ingresa con una estrategia bien segmentada y alineada a los nuevos hábitos de consumo.

Nota: *Los valores del año 2025 en adelante son estimaciones de venta. Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.

⁽⁵⁾ Latas caracterizadas por ser más delgadas y estilizadas.

⁽⁶⁾ Se refiere al consumo de bebidas alcohólicas dentro del lugar donde se venden (bares, restaurantes, discotecas, hoteles, etc)