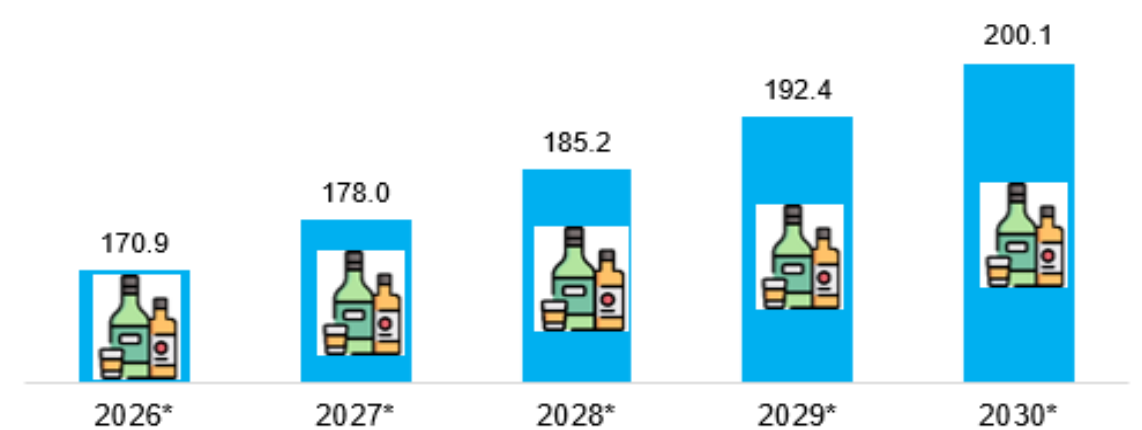


Ventas LATAM de Bebidas Alcohólicas (Miles de Millones US\$)



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.

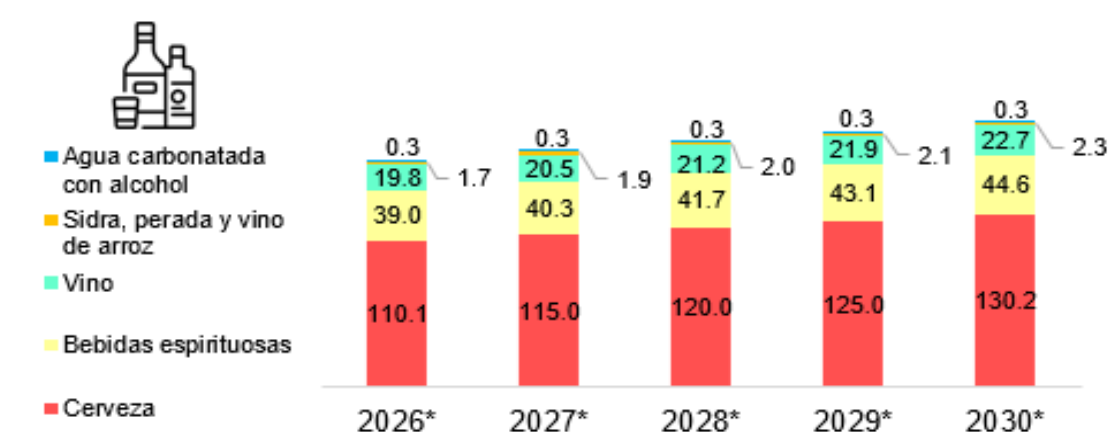
México lideraría las ventas latinoamericanas del sector en 2026 (US\$ 35.0 mil millones en 2026 o 20.5% del total). Brasil ocuparía el segundo lugar, con ventas por US\$ 30.0 mil millones y una participación de 17.6% en 2026. En tercer lugar, Argentina, registraría ventas por US\$ 8.0 mil millones en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

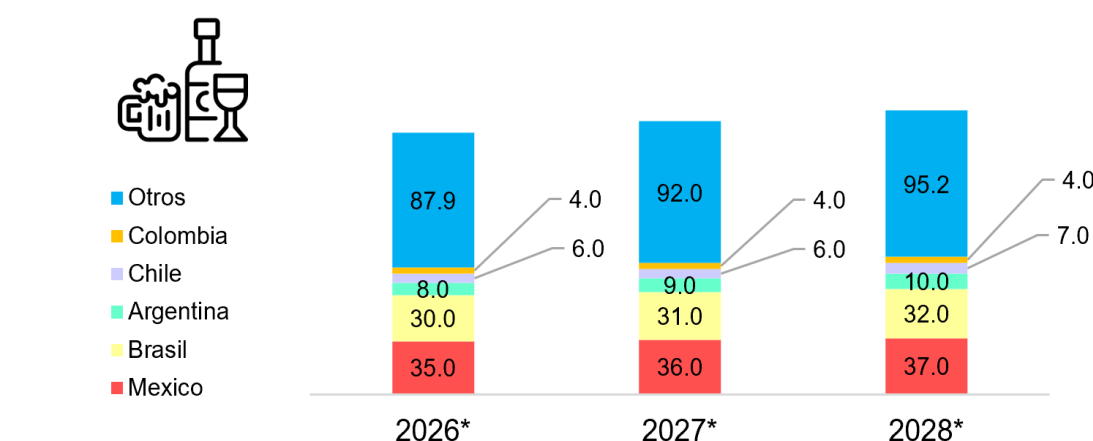
Las ventas para el hogar acumularían el 61.3% de las ventas totales de bebidas alcohólicas en LATAM para 2026 y ascenderían a US\$ 104.7 mil millones, mientras que el canal HORECA representaría el resto (38.7%). En ambos casos, se registrarían tasas de crecimiento promedio anual de 3.6% y 4.7%, respectivamente,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

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



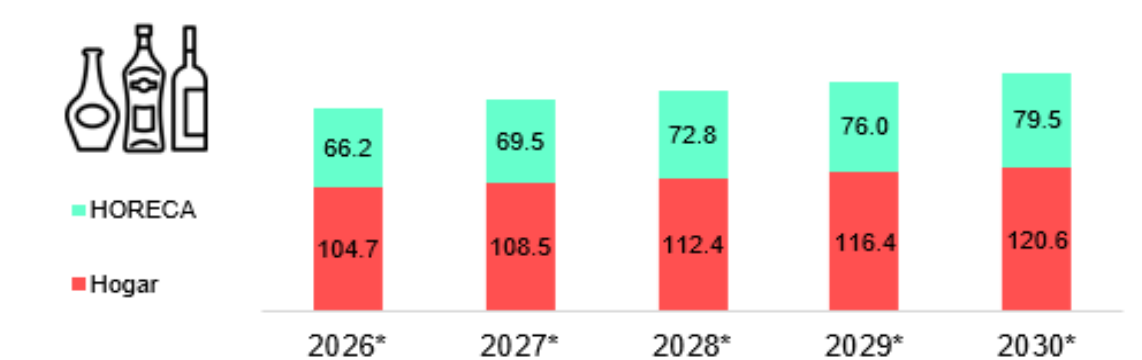
Fuente: Statista

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



Fuente: Statista

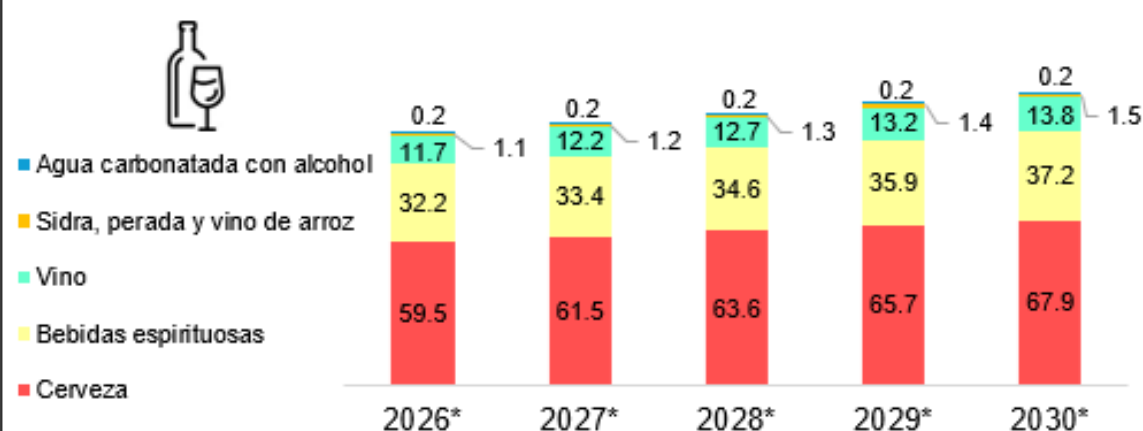
Ventas LATAM de Bebidas Alcohólicas por canales (Miles de Millones US\$)



Fuente: Statista

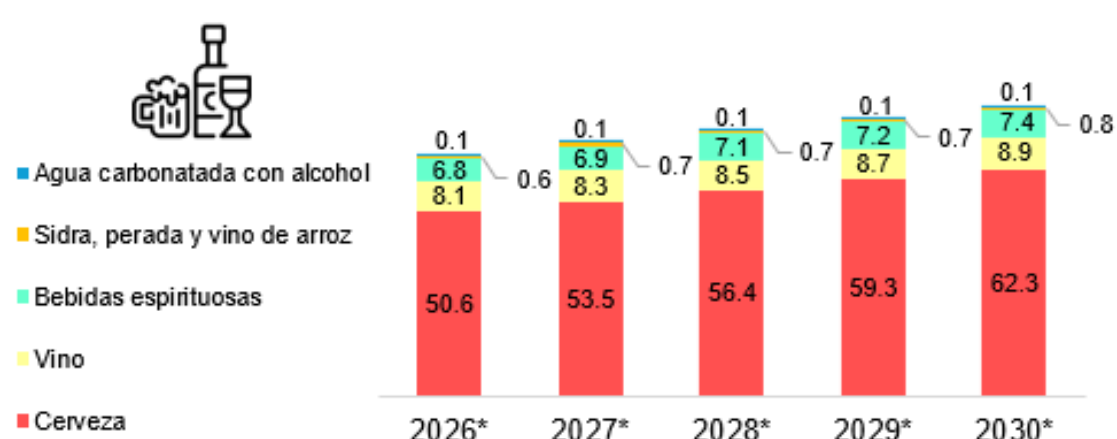
⁽¹⁾ Incluye a 24 economías (Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Surinam y Uruguay).

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



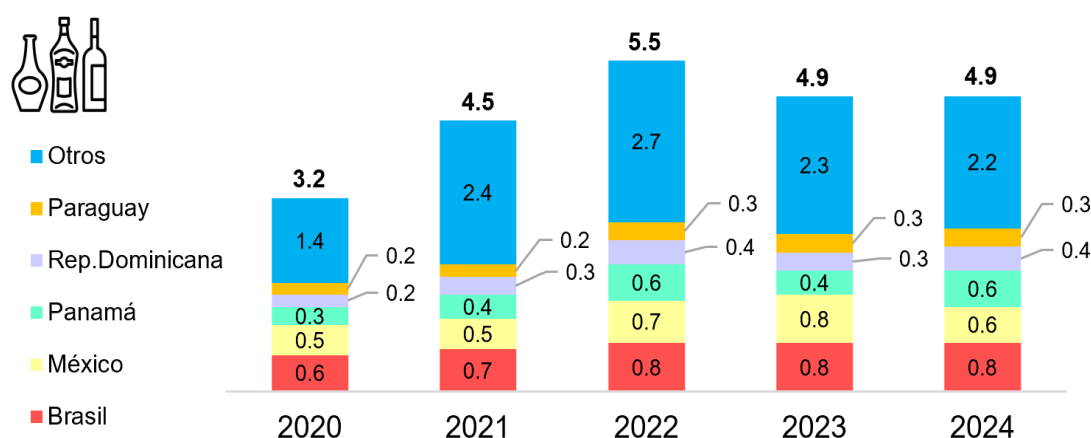
Fuente: Statista

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



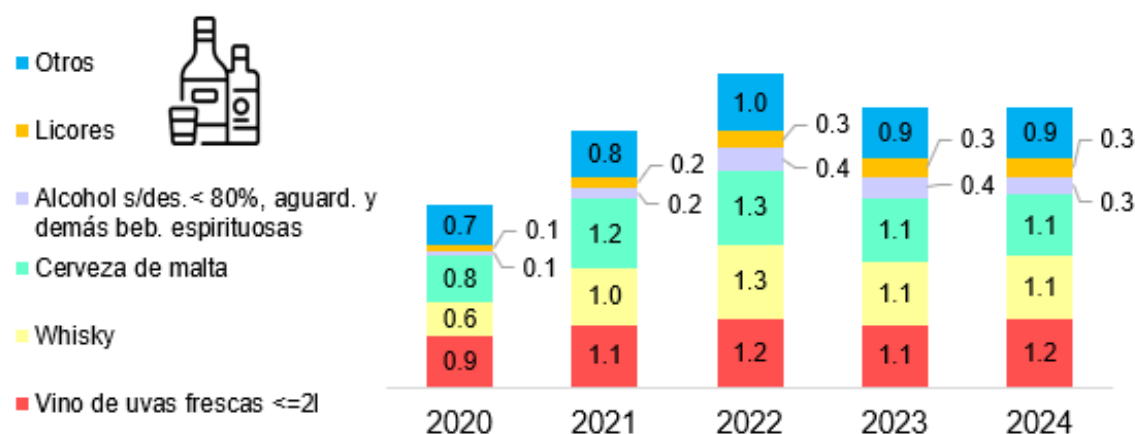
Fuente: Statista

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

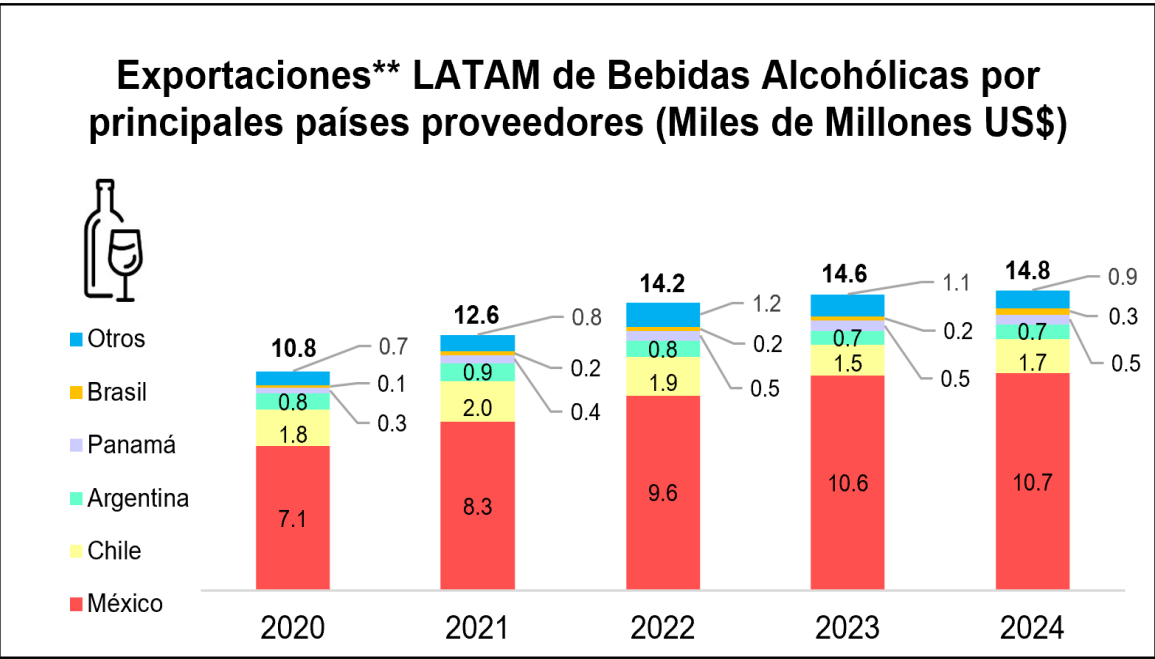
En 2024, las exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas hacia los países LATAM sumaron US\$ 9.7 millones, lo que representó el 41.4% de las exportaciones de bebidas alcohólicas del Perú al mundo. Entre 2020 y 2024, las exportaciones peruanas a LATAM registraron un caída promedio anual de 13.2%, principalmente,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

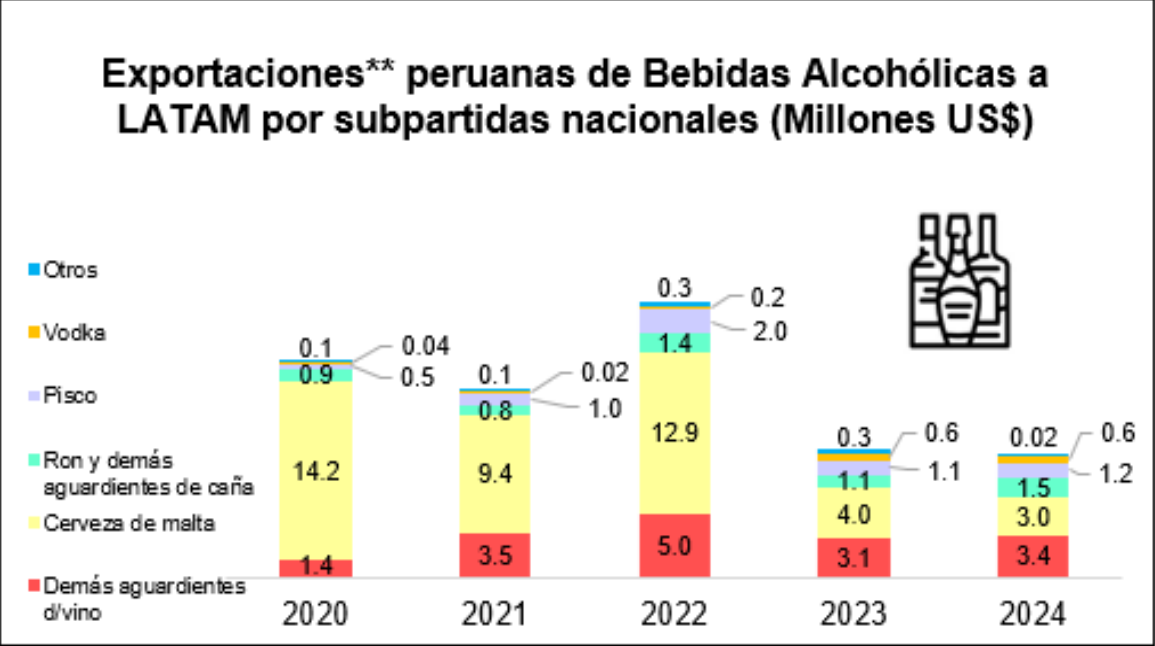
⁽²⁾ Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208. Se consideraron las importaciones de bebidas alcohólicas provenientes de países fuera y dentro de Latinoamérica.

⁽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 y dentro de Latinoamérica.

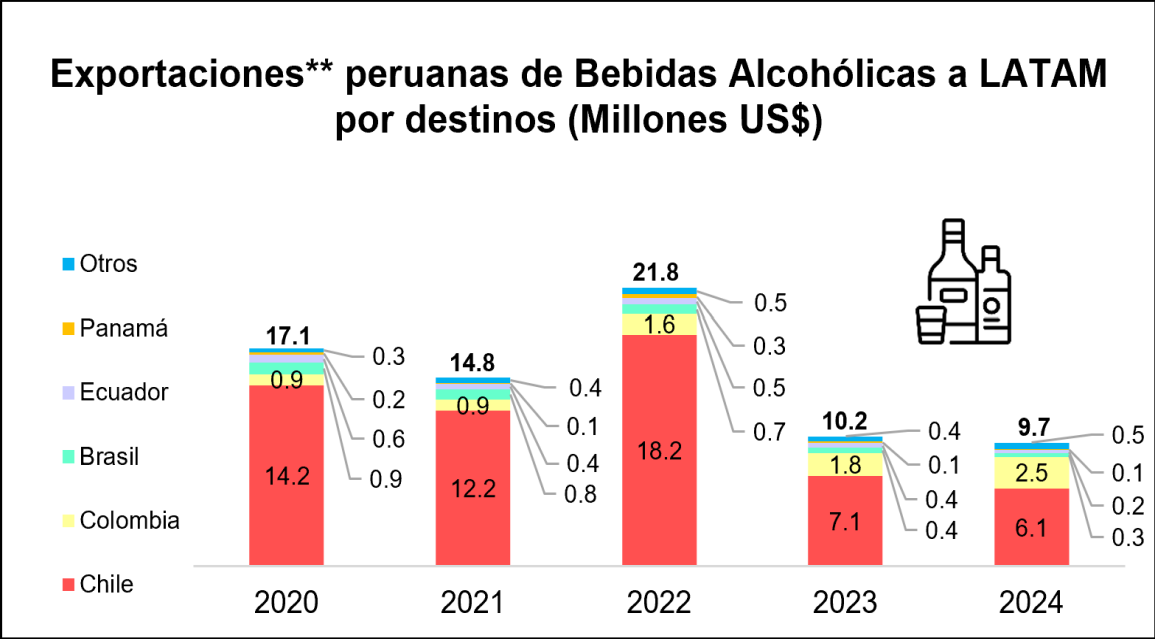
⁽⁴⁾ Incluye la subpartida 220291 y los subcapítulos 2203, 2204, 2205, 2206 y 2208. Se consideraron las exportaciones de bebidas alcohólicas provenientes de Perú hacia Latinoamérica.



**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)