

¿Oktoberfest sin alcohol? El futuro de las bebidas cero en la industria del consumo

Ciudad de México, 25 de septiembre de 2024. – ¿Se imaginan un Oktoberfest sin alcohol? Podría sonar a una idea descabellada, sin embargo, la industria de las bebidas con baja graduación de alcohol tiene un alto crecimiento que podría convertirse en un futuro bastante cercano, opinan expertos en la industria del consumo.

Del 21 de septiembre al 6 de octubre se lleva a cabo el Oktoberfest 2024 en la ciudad alemana de Múnich. Esta es la 189 edición de la fiesta más importante a la cerveza, que solo el año pasado batió el récord de [asistencia con 7,2 millones de visitantes](#), cifra inédita desde 1985.

De acuerdo con Julie Robinson, Client Services Director para Centroamérica y Caribe en [another](#), agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, el festival de la cerveza y folclor más grande del mundo se está transformado debido a las nuevas tendencias.

Por ejemplo, Múnich, la histórica sede del Oktoberfest, abrió el pasado 18 de julio su primer *Biergarten* o jardín de cerveza sin alcohol. Esta iniciativa se debe a los cambios de consumo, y preocupación por el consumo excesivo de alcohol en la ciudad. [Die Null](#), la primera taberna al aire libre que ofrece alternativas con baja graduación alcohólica abrió sus puertas cerca de la estación de trenes de la capital bávara para ofrecer opciones de bebidas sin alcohol, cocteles, jugos, agua y cerveza sin alcohol hasta el 15 de septiembre, una semana antes del inicio de las fiestas de octubre.

Robinson señala que actualmente existe un “boom” por la cerveza sin alcohol en Alemania. [Datos de la Oficina Federal de Estadística en Wiesbaden](#) indicaron que en 2023 se produjeron alrededor de 556 millones de litros de bebidas no alcohólicas, esto significa que la producción se duplicó en los últimos diez años, cuando en 2013 se registraron al menos 267 millones de litros. Aunque cabe subrayar que la creación de cerveza sigue siendo mayor, con 7,200 millones de litros generados el año pasado.

Según [Statista](#), el nivel de consumo de alcohol en Alemania ha disminuido considerablemente, al bajar un 14,5 por ciento, lo que significa que el promedio bajó de 107,4 litros a 88 litros por persona en los últimos diez años.

En el caso de México, también hay un crecimiento compuesto mayor al 30% en los últimos cinco años, lo que significa un ritmo 15 veces mayor de consumo de bebidas con baja graduación de alcohol en comparación con la categoría de cerveza tradicional, señala [Nielsen](#). En Argentina, se espera que este mercado cierre el año con ventas de aproximadamente 74 millones de litros, predice [Statista](#).

A nivel mundial, también la categoría de bebidas con baja graduación de alcohol ha crecido, principalmente por una generación Z que busca alternativas más saludables, comenta Julie Robinson. De hecho, un estudio de Berenberg Research descubrió que la Gen Z bebe un 20% menos per cápita a comparación de los *millennials*, además que el 64% de estos jóvenes agregó que esperan beber menos en su vida adulta.

"La Generación Z prefiere evitar el consumo de alcohol, impulsada por una mentalidad más cautelosa y orientada hacia el bienestar. Esta generación valora mantener el control y prioriza su salud física y mental, optando por alternativas que les ayuden a manejar el estrés sin los efectos negativos del alcohol. Para ellos, cuidar su cuerpo y evitar consecuencias como la resaca o el aumento de peso son decisiones conscientes y alineadas con su estilo de vida saludable, lo que refleja una tendencia creciente hacia alimentos y bebidas que promueven el bienestar emocional y físico", opina la experta en **another**.

El que un país con una ley de pureza en la cerveza que se mantiene firme desde hace más de medio siglo esté ofreciendo en uno de sus festivales más importantes alternativas, significa que no sería descabellado ver en el futuro la primera carpa o zona libre de alcohol en el Oktoberfest, señala Robinson.

El auge de bebidas con baja graduación de alcohol es una tendencia cada vez más marcada dentro de la industria del consumo. Estas iniciativas, finaliza Julie Robinson, subrayan la importancia de adaptarse a las preferencias de las nuevas generaciones, que priorizan el bienestar y un consumo más responsable. Para maximizar el impacto de estos productos y conectar efectivamente con sus audiencias, las marcas deben trabajar de la mano con aliados estratégicos y expertos en comunicación, asegurando que su mensaje de innovación y responsabilidad llegue a los consumidores adecuados en el momento justo.