

## La tendencia creciente de los aperitivos sin alcohol

*"Una gran oportunidad para la hostelería española, las tiendas especializadas, los minoristas y los distribuidores"*

En los últimos años, la demanda de alternativas sin alcohol, especialmente aperitivos sin alcohol, se ha disparado.

Los consumidores buscan opciones más sanas y responsables sin el sabor.

Esta tendencia no sólo impulso en Europa, sino que también está alcanzando niveles sin precedentes en España.

Con marcas líderes como Nona y Buloo, el mercado español tiene la oportunidad de aprovechar esta revolución para satisfacer las necesidades de consumidores exigentes y adaptarse a un cambio fundamental en el comportamiento de los consumidores.

## ¿Por qué aperitivos sin alcohol?

Los aperitivos sin alcohol no son sólo una moda, sino una auténtica revolución en la industria de las bebidas. En España, un país con una fuerte tradición en bebidas alcohólicas, los consumidores optan cada vez más por alternativas sin alcohol, lo que supone una transformación en la forma de percibir y beber los aperitivos.

- Tendencia sanitaria: Los consumidores son cada vez más conscientes de los efectos negativos del alcohol sobre la salud. Los aperitivos sin alcohol ofrecen una deliciosa alternativa que contiene menos calorías y evita los efectos secundarios del alcohol.

- Opciones inclusivas: Los aperitivos sin alcohol abren la puerta a una experiencia más inclusiva, permitiendo a todos los clientes, independientemente de sus preferencias, disfrutar de una sofisticada bebida sin alcohol.

- Sabor premium sin alcohol: Marcas como Nona y Buloo no sólo ofrecen una alternativa sin alcohol, sino también una experiencia premium y refinada que no tiene nada de

de sabor y calidad. Estos aperitivos están diseñados para satisfacer a los clientes más exigentes. Para quienes buscan lo mejor sin los efectos secundarios del alcohol.

## El impacto en los sectores de la hostelería, las especialidades y el comercio minorista

Para las empresas de hostelería, especializadas y minoristas de España, incluir bebidas sin alcohol en su oferta no es sólo una oportunidad, sino una necesidad estratégica para seguir siendo competitivas en el mercado actual.

Esta tendencia no es una moda, sino la respuesta a una demanda creciente y persistente.

### 1. Satisfacción del cliente

Los clientes quieren opciones sanas y sabrosas que no comprometan su bienestar. Al ofrecer aperitivos sin alcohol, como los de Nona y Buloo, satisfaces una necesidad creciente y atraes a clientes que antes se sentían excluidos del momento tradicional del aperitivo.

### 2. Diferenciación en el mercado

En un mercado tan competitivo como el de la hostelería y la restauración en España, ofrecer opciones únicas y refinadas es esencial. Con los aperitivos sin alcohol, las empresas pueden diferenciarse ofreciendo productos premium y elegantes que cumplan las expectativas de los consumidores más exigentes.

### 3. Rentabilidad

Los aperitivos sin alcohol, como Nona y Buloo, ofrecen un margen de beneficios decente. Estos productos no solo ofrecen una experiencia de lujo sin alcohol, sino que también son rentables porque ofrecen una alternativa sana y de alta calidad por la que los clientes están dispuestos a pagar.

### 4. Responder a la tendencia sanitaria

Con el creciente interés por un estilo de vida saludable, los consumidores buscan activamente opciones sin alcohol. Al ofrecer aperitivos como Nona y Buloo, se posiciona como líder en salud y bienestar y atrae a un público preocupado por la salud.

## Resultados recientes en Europa: el auge de los aperitivos sin alcohol.

En los últimos cuatro años, el mercado de bebidas no alcohólicas en Europa ha experimentado un crecimiento espectacular, y España no ha sido una excepción.

Según un informe de la Asociación Europea de Bebidas sin Alcohol (EAFBA), las ventas de bebidas sin alcohol en Europa han aumentado un 30% en los últimos cuatro años y se espera que esta tendencia continúe en los próximos años.

En España, se calcula que el 25% de la población ya toma bebidas sin alcohol con regularidad.

- España a la cabeza: En el mercado español, la categoría de bebidas sin alcohol creció un 15% los últimos cuatro años, impulsada por la demanda de opciones sin alcohol en bares, restaurantes y tiendas especializadas.
- Aperitivos sin alcohol en : Las ventas de aperitivos sin alcohol aumentaron más de un 40% en 2024 en comparación con el año anterior, lo que subraya una clara preferencia por alternativas refinadas a los aperitivos alcohólicos tradicionales.

### Estadísticas el crecimiento de este mercado en Europa:

- El 50% de los consumidores jóvenes (Millennials y Gen Z) prefieren bebidas sin alcohol.
- Más del 30% de los bares y restaurantes de España incluyen opciones sin alcohol en su carta de bebidas.
- Se prevé que el mercado de las bebidas no alcohólicas siga creciendo a un ritmo anual del 10-12% en los próximos cinco años.
- Generación Z en España: Según un artículo de El País, el 53,6% de los jóvenes españoles de entre 18 y 30 años ha reducido su consumo de alcohol.
- Crecimiento del mercado en España: El segmento español del mercado de bebidas no alcohólicas ha crecido un 18% anual en los últimos tres años.
- Consumo de cerveza sin alcohol en Europa: La cerveza sin alcohol representa el 7% del mercado total de la cerveza en Europa, con un porcentaje superior del 14% en España.

# FINCA POPOLI

• [www.fincapopoli.com](http://www.fincapopoli.com) •

- Crecimiento del mercado: Según IWSR (International Wine & Spirits Research), el valor de las bebidas no alcohólicas ha aumentado en€ 3.000 millones en los últimos cuatro años en 10 mercados clave, entre ellos España. Esto pone de manifiesto la creciente popularidad de las alternativas sin alcohol.

*Fuentes: Knack - Forbes - Felt - VAD - El Pais - Economista - ft.com - cadenaser.com*

## ¿Por qué elegir Nona y Buloo?

Los aperitivos sin alcohol Nona y Buloo representan lo mejor de la innovación y la calidad en esta categoría de rápido crecimiento. Estos productos no solo son deliciosos, sino que también ofrecen una experiencia premium que encaja perfectamente con la creciente demanda de bebidas sofisticadas pero sin alcohol.

# NONA®

- Nona: Con un perfil de sabor complejo y una presentación sofisticada, Nona es ideal para quienes buscan una experiencia de lujo sin los efectos del alcohol. Es perfecta para bares, restaurantes y tiendas especializadas de lujo que buscan ofrecer lo mejor de su categoría.

# buloo

- Buloo: Buloo es una opción fresca y afrutada para los amantes de los aperitivos sin alcohol. Su sabor animado y su diseño moderno lo convierten en una opción atractiva para el público joven y dinámico amante de una bebida deliciosa y saludable.

Ambas marcas representan el futuro de los aperitivos sin alcohol en España, ofreciendo a los clientes una alternativa auténtica, premium y saludable.

## CONCLUSIÓN

### los aperitivos sin alcohol son el futuro

La creciente demanda de bebidas sin alcohol en Europa es una tendencia que está cambiando la forma en que los consumidores disfrutan de sus bebidas.

En España, la tendencia es aún más relevante debido a la creciente atención que se presta a la salud y el bienestar.

Los aperitivos sin alcohol como [Nona y](#) no sólo han llegado para quedarse, sino que ofrecen a las empresas de hostelería, venta al por menor y distribución una oportunidad única de mantenerse a la vanguardia de esta transformación.

¿Quiere saber más sobre cómo incluir a Nona y Buloo en su oferta?

[Póngase en contacto con nosotros@fincapopoli.com](mailto:nosotros@fincapopoli.com)

[www.fincapopoli.com](http://www.fincapopoli.com)