

Generación Z, donde la moderación pasa de ser una restricción a un símbolo de estatus

Por Redacción

Un estudio de Heineken reveló que 81% de los encuestados afirmó que es plenamente aceptable declinar una bebida sin necesidad de justificación; un 86% se siente cómodo optando por alternativas sin alcohol en entornos colectivos

La Generación Z impulsa una “socialización inteligente” donde bienestar y control personal desplazan al alcohol del centro de sus reuniones.

Una reconfiguración estructural en los patrones de consumo global está desplazando al alcohol del centro de la vida social. La generación Z -nacidos entre 1997 y 2009- está liderando una transición hacia lo que los analistas denominan “socialización inteligente”, un fenómeno donde el bienestar y el control personal superan a la tradición del consumo recreativo.

De acuerdo con un estudio de Heineken realizado que analizó a más de 10 mil jóvenes adultos en cinco mercados clave, la moderación ha dejado de ser una restricción para convertirse en un símbolo de estatus y sofisticación.

El 81 por ciento de los encuestados afirmó que es plenamente aceptable declinar una bebida sin necesidad de justificación, mientras que un 86 por ciento se siente cómodo optando por alternativas sin alcohol en entornos colectivos.

Para Inti Pérez, directora de Sustentabilidad en Heineken México, este cambio refleja un perfil de consumidor mucho más consciente. Esta dinámica ha normalizado la “alternancia”: rotar entre bebidas alcohólicas, opciones cero, y agua para prolongar la convivencia sin comprometer la salud física o mental. El estigma del “no bebedor” se desvanece de las métricas corporativas: el 67 por ciento considera inapropiado cuestionar la sobriedad ajena. Lo que inició como una tendencia generacional ya permea hacia grupos de mayor edad.

Modifican jóvenes industria del alcohol

La generación Z o centennials, nacidos entre 1997 y 2009 y que hoy tienen hasta 29 años de edad, está marcando una tendencia global hacia la reducción o eliminación del consumo de bebidas alcohólicas, asociadas a cambios culturales en torno al bienestar y la forma de socializar.

Así lo confirma un estudio global de Heineken realizado en 2025 en cinco países con una muestra de más de 10 mil adultos, que identifica una normalización del consumo moderado y de la elección de bebidas sin alcohol entre personas mayores de 18 años.

El estudio revela que el 72 por ciento de los encuestados asegura que hoy puede rechazar el alcohol sin necesidad de dar explicaciones, mientras que el 67 por ciento considera inapropiado preguntar por qué alguien no bebe.

Entre las perspectivas sociales y de imposición, el 81 por ciento afirma que es aceptable declinar el consumo sin justificación y 86 por ciento se siente cómodo optando por bebidas con bajo o nulo contenido alcohólico en reuniones sociales.

Para Inti Pérez, directora de Sustentabilidad en Heineken México, este comportamiento refleja un cambio profundo en el perfil del consumidor joven.

“Hoy vemos a un consumidor mexicano mucho más consciente de lo que consume y que está buscando, además, un estilo de vida con un consumo moderado de lo que le gusta y que venga acompañado con cierto nivel de responsabilidad”, señaló en entrevista.

“Otro cambio notable que hemos visto es algo que le llamamos como la socialización inteligente, es decir, la gente, las personas, los jóvenes quieren disfrutar, por ejemplo, del sabor de una buena cerveza, como su bebida preferida en contenido

alcohólico, pero al mismo tiempo mantener el control de su bienestar”. El análisis también identifica prácticas como la alternancia entre bebidas con alcohol, sin alcohol y agua, una dinámica que permite a los jóvenes mantener la convivencia sin comprometer su bienestar físico y mental.

Esta tendencia ha contribuido a reducir la presión social asociada al consumo y a redefinir la moderación como una decisión personal.

En ese sentido, Pérez subrayó que, particularmente entre los jóvenes, la moderación ha dejado de percibirse como una limitación.

“La generación Z ya no ve necesariamente la moderación como una restricción, sino como una elección de estilo de vida”, afirmó.

Porque se ve o se observa que pueden ser considerados como personas con un estilo de vida incluso sofisticada, porque están decidiendo tener esta elección”. Aunque la preferencia por bebidas sin alcohol es más visible entre la generación Z, el estudio señala que esta apertura comienza a extenderse a otros grupos etarios, impulsada por una mayor conciencia sobre la salud y el bienestar a largo plazo.

