

LA PUERTA DEL SOL · ESTUDIO DE
CATEGORÍA

Vino sin alcohol

MÉXICO Y EL MUNDO

Cuánto crece, quién lo compra, qué vale en México y qué haría falta para participar en una bodega que lo produce.



El vino total cae; el sin alcohol crece a dos dígitos fuera de Europa

Crecimiento anual del vino sin y bajo alcohol 2019-2024 en los ocho mercados que mide IWSR, contra el vino total.

VINO SIN Y BAJO ALCOHOL · CRECIMIENTO ANUAL EN LITROS 2019-2024 · IWSR



Los anglosajones y Japón a dos dígitos; los países de vino viejo (FR, DE, ES) a un dígito. **Todos crecen.**



208 M hl · -2.7%

Consumo mundial de vino, 2025 (OIV)

Mínimo histórico, en millones de hectolitros: EE.UU. 31.9, Francia 22.0, Italia 20.2, Alemania 17.9. Brasil 4.4, Japón 3.3, Canadá 2.8. México, menos de 2.



+5%/año

Vino sin alcohol 2024-2028 (IWSR)

Todo el no-alcohol (cerveza, vino, destilados, RTD) va a +7% y EE.UU. a +18%; IWSR prevé que pase de 3% de todo el alcohol en 2028 y cuenta 61 millones de compradores nuevos 2022-24.



USD 50 M

EE.UU. en anaquel, 2025 (Passport)

El doble que en 2020 (USD 24.5 M); en litros +58% (2.2 → 3.5 M L). Es 0.1% del vino de EE.UU. y Passport lo frena a +6.6%/año hasta 2030 (USD 69 M). El único de los ocho países que Passport ya mide.

... LO QUE ESTO SIGNIFICA ...



SEÑAL 1

Crece contra la corriente

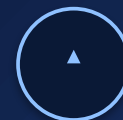
El vino pierde volumen cada año; el sin alcohol es la única línea que sube en todos los mercados.



SEÑAL 2

Desde muy abajo, y frenando

Ni en EE.UU. llega al 1% del vino, y Passport ya le baja el ritmo: de +15%/año en valor a +7% hacia 2030.



SEÑAL 3

Va a dos velocidades

Anglosajones y Japón a +15-27%; Europa a +4-9%. El destino de exportación importa más que el producto.



PARA LA PUERTA DEL SOL

Crece de verdad, pero desde muy abajo: **ni en EE.UU. llega al 1% del vino.**

Lo compran jóvenes, lo frena el sabor y esperan pagar menos

Lo que dice la encuesta de IWSR en ocho mercados, y lo que dicen las encuestas de moderación que cita la prensa mexicana — casi todas sobre cerveza.

OCHO MERCADOS · IWSR 2025

- 60%** de los compradores son Gen Z o millennials
EE.UU. 73% · Reino Unido 67% · en Japón y España mandan los mayores
- 5 de 8** mercados: barrera #1 «prefiero el vino con alcohol»
el sabor sigue siendo el freno; la calidad sube pero no convence a todos
- 30%** sustituye al producto con alcohol
el resto alterna según la ocasión: no es abstinencia
- 52%** elige marcas que ya conoce
sube de 48% en 2022: la marca del vino normal arrastra al 0.0
- Menos** precio esperado fuera de EE.UU.
sólo el estadounidense acepta pagar premium por el 0.0

MÉXICO · ENCUESTAS 2025

- 65%** de la Gen Z de EE.UU. quiere beber menos en 2025
y 39% considera sobriedad total (NCSolutions, EE.UU.; citado por prensa mexicana)
- 45%** alterna 0.0 con la versión normal
IWSR: el consumidor mexicano también es «flex», no abstemio
- 70%** de quien compra cerveza 0.0 bebe cerveza normal
NielsenIQ: es moderación, no conversión
- 6.5%** de los hogares mexicanos ya compra cerveza 0.0
y es 2.3% de las ocasiones de cerveza (NielsenIQ 2025): la puerta la abrió la cerveza
- 11%** de la Gen Z subió su consumo de 0.0 en 12 meses
millennials 10% (Euromonitor jun-2026, vía prensa mexicana)

... LO QUE ESTO SIGNIFICA ...



SEÑAL 1

El comprador es joven y flexible

Compra las dos botellas; el 0.0 entra por la ocasión, no por la conversión.



SEÑAL 2

La marca conocida gana

52% elige lo que ya conoce: el 0.0 de una marca de vino vende más que una marca nueva 0.0.



SEÑAL 3

El precio es la trampa

Fuera de EE.UU. esperan pagar menos, y en México hoy se paga más (ver anaquel).



PARA LA
PUERTA DEL
SOL

No es abstinencia, es alternar: **el mismo consumidor compra las dos botellas.**

En México nadie lo mide: USD 2–9 M, estimación propia

Passport no tiene la categoría en México; se estima por dos caminos y se compara con la cerveza 0.0, que sí está medida.

VINO SIN ALCOHOL EN MÉXICO, 2025 · DOS MÉTODOS

A · CERVEZA 0.0

USD 5–9 M

0.3–0.6 M litros

La cerveza 0.0 es 0.6% del volumen de cerveza; aplicado a los 104 M L de vino en anaquel, a USD 15 el litro

0.3–0.6%

B · RATIO EE.UU.

USD 1.7–5 M

0.1–0.3 M litros

Al ratio de EE.UU. (0.11% del vino, tras cinco años a +23%) México valdría USD 1.7 M; hasta 0.3% si va parejo

0.1–0.3%

SE USA

USD 2–9 M

punto medio 5 · 0.1–0.6 M litros

Entre 0.1% y 0.6% del vino en anaquel de México (USD 1,484 M); el techo supone que el vino ya cerró la brecha que sólo la cerveza cerró

0.1–0.6%

Lo que sí está medido: **la cerveza 0.0 llegó a 60 M litros en 2025, +14.8% al año desde 2022, y Cerveceros de México (con Euromonitor) prevé +10.4% al año hasta 2028.**



60 M L

Cerveza 0.0 en México, 2025

+14.8% al año desde 2022 (Cerveceros de México con Euromonitor). Heineken 0.0 ya es 39% de la marca Heineken en México (Expansión).



6.5%

Hogares que compran cerveza 0.0

NielsenIQ 2025. Heineken sitúa a España, Holanda y Singapur en ~6%; la cerveza mexicana ya cerró esa brecha; el vino, no.



0.1–0.6%

Del vino en anaquel

USD 2–9 M contra USD 1,484 M de vino: hoy es un pasillo de especialista, no un mercado.

... LO QUE ESTO SIGNIFICA ...



SEÑAL 1

Cinco años detrás de EE.UU.

EE.UU. tardó cinco años a +23% en llegar a 0.11% del vino; al mismo ratio México vale USD 1.7 M.



SEÑAL 2

La cerveza abrió la puerta

6.5% de los hogares ya compra 0.0: la ocasión existe, el vino sólo tiene que llegar.



SEÑAL 3

Nadie lo mide todavía

Sin categoría en Passport ni en NIQ: quien entre primero define la cifra.



**PARA LA
PUERTA DEL
SOL**

México va cinco años detrás de EE.UU.: **la cerveza 0.0 ya despegó; el vino 0.0, todavía no.**

Todo el anaquel mexicano es importado y cuesta más que el vino

Lo que se vende hoy en Chedraui, La Europea, Bodegas Alianza y Mercado de Vinos — y a qué precio.



\$176–299 por
Freixenet 0.0 · Oetker

Chedraui \$176–206, Bodegas Alianza \$299: el espumoso 0.0 más distribuido de México · y Freixenet tiene bodega en Querétaro (Sala Vivé)



\$164 Chedraui
Estefanya Zero · Uvero

Desalcoholizado al vacío, importado por Uvero; el más barato del súper · \$229–235 en La Europea



\$199 Chedraui
Le Petit Chavin · Leneda

Tinto, blanco y espumoso franceses; su hermano Pierre Chavin cuesta \$498 en especialista



\$307–336 Spritz
Mionetto · Henkell

El aperitivo sin alcohol: la ocasión del spritz sin la copa



\$56 mexicano
Frutté · Valle Redondo

Jugo de uva espumoso sin alcohol: lo único «0.0» mexicano en el súper, y no es vino

... LO QUE REVELA EL ANAQUEL ...



HALLAZGO 1

Todo es importado

España, Francia, Alemania, EE.UU. y Chile. Ninguna bodega mexicana —L.A. Cetto, Casa Madero, Monte Xanic— tiene un 0.0.



HALLAZGO 2

Cuesta lo mismo o más que el vino

\$164–584 la botella contra \$150–250 del vino de entrada en Chedraui, cuando el consumidor espera pagar menos.



HALLAZGO 3

El espumoso manda

5 de 9 referencias de La Europea son espumosas; en el mundo el espumoso es ~60% del valor del 0.0.



PARA LA
PUERTA DEL
SOL

El anaquel 0.0 es importado, caro y espumoso: **una bodega mexicana entraría sin rival local.**

Diecisiete marcas importadas en nueve casas, ninguna mexicana

Quién vende qué tipo y por qué canal — y dónde están las bodegas mexicanas.

2025	VINO SIN ALCOHOL · EE.UU. USD 50 M 3.5 M litros · Passport	VINO SIN ALCOHOL · MÉXICO USD 2–9 M estimación propia · 0.1–0.6 M L	VINO EN ANAQUEL · MÉXICO USD 1,484 M 104 M litros · Passport	CERVEZA 0.0 · MÉXICO 60 M litros +14.8%/año · Cerveceros de México
------	--	---	--	--

MARCA · ORIGEN	DÓNDE SE VENDE · PRECIO	TINTO	BLANCO	ESPUM.	SÚPER	ESPEC.	E-COM	• la marca ya vende ahí
ESPUMOSOS								
Freixenet 0.0 · España (Oetker)	Chedraui, Alianza · \$176–299		•	•	•	•	•	arrastra al 0.0; Sala Vivé es suya
Mionetto 0.0 · Nozeco · Castell d'Or	súper y especialistas · \$238–336			•	•	•	•	espumosos y spritz sin alcohol
TRANQUILOS Y VARIETALES								
Estefanya Zero · Chile (Ucero)	Chedraui, La Europea · \$164–235	•	•	•	•	•	•	el más barato del súper
Le Petit Chavin · Pierre Chavin · Francia	Chedraui \$199 · especialistas \$498–547	•	•	•	•	•	•	dos precios para la misma casa
Eisberg · Alemania	La Europea, Mercado de Vinos · \$387–498	•	•			•	•	varietales; el más caro del súper especialista
Fre · Sutter Home · EE.UU.	Mercado de Vinos · \$398–438	•	•	•		•	•	la marca líder de EE.UU.
Natureo · Torres · España	especialistas, e-commerce	•	•			•	•	Torres invierte €6 M en bodega sólo de 0.0
Lussory · Goodvines · Kolonne Null (Alternó)	e-commerce del importador	•	•	•			•	importador especializado en 0.0
Aroa · Dr. Lo · Libalis · Henkell	Mercado de Vinos · \$338–584	•	•	•		•	•	cola larga importada
MÉXICO Y LA REGIÓN								
Frutté · Valle Redondo · México	Chedraui · \$56			•	•			jugo de uva espumoso: no es vino desalcoholizado
Cuatro Rayas 0% · España	llega a Costa Rica en 2026 (Centenario)		•					la señal regional: Euromonitor abre con él su reporte de CR
EL HUECO								
L.A. Cetto · Casa Madero · Monte Xanic · Sala Vivé	las bodegas mexicanas							ninguna tiene un 0.0; Sala Vivé (Freixenet) es el rival local más probable



PARA LA
PUERTA DEL
SOL

Diecisiete importadas en un pasillo de USD 2–9 M; el rival local probable es Freixenet, desde Querétaro.

Sin IEPS, pero sin poder llamarse vino: las reglas del 0.0

Lo que cobra Hacienda, lo que exige la etiqueta y los tres frenos que IWSR ve en todos los mercados.

POR CADA 100 ANTES DE IMPUESTOS, NACIONAL O IMPORTADO

Vino (12°)



Vino 0.0 (<2°)



116 contra 147: el 0.0 puede salir 21% más barato al mismo margen, y hoy en el anaquele cuesta lo mismo o más que el vino. Al no ser bebida alcohólica (Ley General de Salud, <2°), no exige padrón de bebidas alcohólicas ni marbete: entra como alimento.



«Bebida»

No se puede llamar vino

Profeco: «vino» exige graduación mínima; se etiqueta «bebida desalcoholizada». Dos umbrales: <2° para no ser alcohólica; <0.5% (con



Sello

NOM-051 si lleva azúcar

Conserva el azúcar de la uva: si pasa el umbral de azúcares añadidos o calorías lleva sello de advertencia, como un refresco.



€6 M

Lo que cuesta hacerlo bien

Torres construye una bodega dedicada sólo a 0.0 (2024-26): la desalcoholización al vacío u ósmosis es una planta, no una receta.

... LO QUE ESTO SIGNIFICA ...



SEÑAL 1

Fiscalmente es un refresco

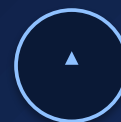
Sin IEPS ni marbete: 21% de ventaja en precio que un producto mexicano sí podría pasar al anaquele.



SEÑAL 2

La etiqueta es el freno

No dice «vino» y puede llevar sello: la marca tiene que hacer el trabajo que la palabra no puede.



SEÑAL 3

Sabor, precio y planta

Los tres frenos de IWSR: la calidad se resuelve con tecnología, y la tecnología cuesta.



PARA LA
PUERTA DEL
SOL

La regla ayuda en el impuesto y estorba en el nombre: **la botella dice «bebida», no «vino».**

Atractivo afuera, temprano aquí, y el derecho a ganar es de la bodega

Las tres preguntas para entrar a una categoría —¿crece?, ¿México está listo?, ¿podemos ganar?— contestadas para la decisión de participar en una bodega de 0.0.

01 OPORTUNIDAD ATRACTIVA

¿Hay un mercado de crecimiento real?

SÍ, AFUERA

Canadá +27%, Japón +26%, EE.UU. +23%, Reino Unido +15% al año en litros (2019-24) y +5% a 2028. En México: USD 2–9 M, sin categoría medida, 0.1–0.6% del vino.

02 MERCADO LISTO

¿El país está listo para eso?

TEMPRANO

En México la cerveza 0.0 ya llegó a 6.5% de los hogares y 60 M litros; el vino 0.0 es un pasillo importado y caro. EE.UU., Canadá y Reino Unido sí están listos.

03 DERECHO A GANAR

¿Podemos ganarlo y escalarlo?

DEPENDE DE LA BODEGA

Se gana con planta de desalcoholización, espumoso, marca conocida y ruta de exportación. Si la bodega trae eso, sí; si sólo trae tinto tranquilo para México, no. Lo que ya pone La Puerta del Sol: licencia de importador, marbetes, portafolio y ruta a especialistas y restaurantes.

SÍ × TEMPRANO × ?

lo que dicta el marco

CONSTRUIR ANTES DE COMPROMETER

Atractivo afuera y todavía no listo en México: **el veredicto es condicional porque falta la ficha de la bodega** — y el mercado mexicano se cultiva con lo que se vende afuera.



PARA LA
PUERTA DEL
SOL

Participar sí, si la bodega vende afuera **y México es el segundo mercado, no el primero.**

La bodega correcta exporta espumoso; la que sólo mira a México, no

Una cosa que no hay que hacer, dos que sí, y lo que hay que preguntarle a la bodega antes de firmar.



NO HACER

México como único mercado

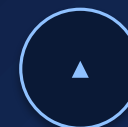
USD 2–9 M repartidos entre diecisiete importados: ni el 100% del mercado paga una planta como la de Torres (€6 M). México sí, pero como segundo mercado.



SÍ HACER

Exportadora de espumoso

Los litros crecen en EE.UU., Canadá, Reino Unido y Japón (+15–27%/año). El espumoso es lo que más hay en el anaquel mexicano (5 de 9 en La Europea) y ~60% del valor mundial según consultoras. Marca conocida antes que marca nueva.



SÍ HACER · MÉXICO

Ser el primer 0.0 mexicano

Sin IEPS ni marbete (21% de ventaja en precio) y sin rival local hoy: precio por debajo del vino de entrada, con la ruta de La Puerta del Sol a especialistas y restaurantes. Antes de que Freixenet lo haga desde Querétaro.

... ANTES DE FIRMAR ...

LO QUE HAY QUE PREGUNTARLE A LA BODEGA

Cuatro números que no están aquí

Qué tecnología usa (vacío, ósmosis o destilación) y a qué costo por botella; cuántos litros vende hoy y en qué países; qué parte es espumoso; y qué marca de vino con alcohol respalda al 0.0.

Sin esos cuatro, no hay potencial que evaluar.

QUÉ LO TUMBA

Qué haría que esto se equivoque

Que la bodega sólo tenga tinto tranquilo (el 0.0 donde IWSR ve la mayor barrera de sabor) o que su plan sea México primero. **Cualquiera de las dos lo tumba.**



PARA LA
PUERTA DEL
SOL

El potencial está afuera y en burbujas: **la bodega correcta ya exporta espumoso.**