



INFORME SOCIOECONÓMICO



ESPIRITUOSOS
ESPAÑA

ÍNDICE

○ QUIÉNES SOMOS	04
○ MENSAJE DEL DIRECTOR	10
○ HITOS 2025	14
○ SECTOR EN CIFRAS 2025	24
○ CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	30
○ VENTAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	34
○ PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	44
○ INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	48
○ EXPORTACIONES	52
○ PESO ECONÓMICO DEL SECTOR	56
○ CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA	62
○ INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	68
○ SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL	74
○ SECTOR SOCIALMENTE RESPONSABLE	84



**QUIÉNES
SOMOS**

PREÁMBULO

Espirituosos España y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, mantienen Convenio Protocolo general de actuación que tienen suscrito para el desarrollo de actuaciones orientadas a la mejora de la competitividad, el crecimiento sostenible y la internacionalización de este sector, así como el consumo responsable de estas bebidas.

En virtud del mismo se establece además, el desarrollo de diversas actividades promovidas por el sector de las bebidas espirituosas para la optimización de su producción, mejora de su competitividad y de su cultura y arraigo agrícola, contribuyendo a garantizar la sostenibilidad medioambiental, social y económica de la industria alimentaria española.

Adicionalmente se han utilizado diversas fuentes documentales tal y como se indica en cada caso.



QUIÉNES SOMOS

Espirituosos España es la entidad que representa a la práctica totalidad de productores y distribuidores de bebidas espirituosas en España.

Nacida en 1999 como muestra de la unidad del Sector, es el resultado de la refundación de Adigram y Licoristas de España. Así, la Federación es la expresión de la unidad de un sector que ha sufrido una importante transformación en los últimos 25 años. Con una marcada vocación de servicio al asociado y unido a un papel protagonista en los aspectos de responsabilidad social.

Una Asociación Empresarial con la misión de destilar orgullo de pertenencia, contribuyendo



a aumentar el prestigio de nuestros productos y del Sector en consumidores, organizaciones y personas clave para la sostenibilidad de nuestra actividad. Con una visión clara de desarrollar la industria de manera sostenible y con un gran componente de responsabilidad social, con una amplia presencia en todo el país a través de los más de 3.800 centros de producción que hay en España.

Como Asociación Empresarial estamos integrados en la CEOE a través de la gran Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), con presencia en sus máximos órganos de gobierno. A nivel nacional, y como socio

fundador de Ecovidrio, promovemos activamente el reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España.

A nivel internacional Espirituosos España se integra en SpiritsEUROPE, la gran asociación paneuropea productora de bebidas espirituosas, así como en la World Spirits Alliance, estando muy involucrada en los organismos internacionales que promueven activamente el consumo responsable como la International Alliance for Responsible Drinking (IARD).

A

Adegas Moure, S.A.
Agrup. Cooperativas Valle Del Jerte
Aguardientes Y Licores Reylik
Alfonso Rivillas, S.L.
Alquitaras de Cazalla S.L.
Anís Flor de Murcia
Anís La Violetera
Antonio Mascaro, S.L.
Antonio Nadal Destil.leries, S.L.
Antonio Ponce e Hijos, S.L.
Aromáticas de Ibiza, S.L.
Augavella
A. González Quijada

B

Bacardi España, S.A.
Bardinet, S.A.
Basque Moonshiners, S.L.
Beam Suntory España Beverages, S.L.
Beveland, S.A.
Bodegas y Destilerías del Sur
Bodegas Y Destilerías Vidal
Bodegas Rey Fernando de Castilla, S.L.
Bodegas Williams & Humbert, S.A.
Bodesa (Bodegas SUAU Y Destilerías Mallorca)
Brown-Forman Spain, S.L.

C

Campari España
Carmelitano, S.A.U
Custom Drinks, S.L.

D

Destilería J.L. Ferrero
Destilería Galafate
Destilería Siderit
Destilerías Aguilar, S.A.
Destilerías Altamirano, S.A.
Destilería Arehucas, S.L.
Destilerías Belmonte, S.L.
Destilerías Campeny, S.A.
Destilerías Candamio, S.L.
Destilerías Cerveró
Destilerías Compostela, S.A.
Destilerías de Galicia, S.A.
Destilerías Duende, S.L.
Destilerías El Tajo, S.L. (Diego Jesús Ruiz Cosano)
Destilerías Gulf Stream, S.L.
Destilerías Joaquín Alonso
Destilerías La Navarra, S.A.
Destilerías M.G, S.L.
Destilerías Monforte Del Cid, S.L.
Destilerías Ortega, S.L.

Destilerías Pla, S.L.
Destilerías Rigo, S.C
Destilerías Rios, S.A.
Destilerías Santa Cruz de Tenerife, S.L.
Destilerías Sinc, S.A.
Destilerías Xestal, S.L.
Destilerías y Distribuciones Liber, S.L.
Destil.leries i Cellers Jordi Perelló s.l.
Diageo España, S.A.
Distribuciones Nieto Gallardo de Estepa, S.L.

E

Emilio Serrano Quesada, S.L.

F

Fedejerez
Fernando Ferrer Cardona

G

General Goods
Gin Cadaqués, S.L.
Gipsy Classic Yacht, S.L.
González Byass, S.A.
Grupo de Bebidas Picuezo, S.L.
Grupo Emperador Spain, S.A.
Grupo Osborne, S.A.

H

Hijo de Diego Molina Reyes, S.L.
Hijos de Pablo Esparza, S.A.

I

Internacional de Comercio y Destilerías J. Borrajo, S.A.

J

Jorofon, S.L.
Juan José Juan Ferri (Destilerías Ayelo)

L

Lial Drinks, S.L.
Licorera Albeldense, S.L.
Licorera Vasca Olañeta, S.L.
Licores Alonso, S.L (Juan Bautista Alonso Llin)
Licores Baines, S.L.
Licores Drol's, S.L.
Licores Fuentes, S.L.
Licores Moya 1890, S.L.
Licores Reunidos Mallorquines, S.L.
Licores Rivas, S.L.
Licores Trampero, S.L.
Licores y Derivados, S.A. (LIDESA)

Limiñana y Botella, S.L.
Los Alcores de Carmona, S.L.
Luis Caballero, S.A.

M

Miguel Pons Justo, S.A. –Xoriguer
Miguel Torres, S.A.
Moët Hennessy España, S.A.
Monasterio De Oseira

N

Navisa Industrial Vinícola Española, S.A.

O

Orosio Gómez-Caro González (Licores Caro)
Orujos Panizo, S.L.
OTC Group

P

Pazo de Valdomiño, S.A.
Pérez Barquero, S.A.
Pernod Ricard España, S.A.

R

Religiosos Cistercienses

Ricart, S.L.
Rives Distillery, S.A.
Roicom, S.A.
Ron Montero, S.L.

S

Sackman
Salas Y Sirvent, S.L.
Samson & Surrey Europe, S.L.
Sánchez Romate Hermanos, S.A.
Spirit and Brands, S.L.

T

Tarre Destil.Lats

U

Unesdi Distribuciones, S.A.
Unió de Licoristes de Catalunya

V

Varma, S.A.

Z

Zamora Company



MENSAJE DEL DIRECTOR

MENSAJE DEL DIRECTOR

COMPROMISO, VALOR Y PUNTO DE ENCUENTRO

2025 ha sido un año exigente, pero también un año en el que el sector de bebidas espirituosas ha vuelto a reafirmar, con hechos, lo que representa: solidez, capacidad de adaptación y una aportación incuestionable a la economía y a la sociedad española. En un entorno complejo, hemos demostrado no solo resiliencia, sino también ambición y confianza en nuestro modelo, en nuestras empresas y en el papel que desempeñamos dentro y fuera de nuestras fronteras. Seguiremos trabajando desde el diálogo, la colaboración y el compromiso, defendiendo un modelo que es, en esencia, una forma de vivir y de convivir.

Más allá de cifras concretas, cuando hablamos de bebidas espirituosas hablamos de mucho más que una actividad económica. Hablamos de un sector del que sentimos un profundo orgullo de pertenencia: un tejido que integra agricultura, industria, distribución, proveedores y servicios, y que forma parte de nuestra cultura, de nuestra gastronomía y de nuestro estilo de vida. De la mano de la hostelería, representamos uno de los principales puntos de encuentro de nuestra sociedad, un espacio de convivencia que vertebró el territorio y proyecta al mundo una forma de vivir reconocible y valorada.

La coyuntura es compleja, como lo ha sido siempre, aunque hoy presenta desafíos especialmente relevantes. En este

contexto, hemos seguido defendiendo con claridad la necesidad de un entorno estable y proporcionado, tanto en el ámbito nacional como internacional. La vuelta al marco de libre comercio que favorezca el desarrollo y nos permita consolidar nuestra posición en mercados de exportación cada vez más exigentes y competitivos. En España contamos con marcas, categorías e Indicaciones Geográficas que son referencia global, y cuya proyección exterior es fruto del esfuerzo colectivo y de una visión compartida.

Ese mismo espíritu se refleja en el ámbito interno. El debate regulatorio exige rigor, equilibrio y una mirada amplia que preserve aquello que funciona: un modelo basado en la colaboración público-privada, en la educación, la prevención y en la corresponsabilidad. Un modelo que ha demostrado su eficacia y que forma parte de la identidad de nuestro sector.

Nuestro compromiso es claro, sostenido en el tiempo y basado en hechos. Se traduce en programas, en alianzas y en iniciativas que, desde hace más de dos décadas, contribuyen a generar entornos cada vez más responsables y conscientes.

A lo largo del año hemos seguido reforzando esta línea de trabajo, ampliando iniciativas, sumando aliados y consolidando un modelo que combina disfrute y responsabilidad con naturalidad. Porque creemos en un estilo

de consumo adulto, social y vinculado a nuestra forma de relacionarnos y de compartir y luchamos activamente contra el consumo abusivo y nocivo.

Este informe es, en definitiva, el reflejo del esfuerzo colectivo de un sector que aporta valor económico, empleo y proyección internacional, pero también cohesión social y dinamismo a través de la hostelería y el turismo. Un sector abierto, que trabaja en alianza con otros ámbitos, que mira al exterior con ambición y que afronta el futuro con confianza.

Seguiremos avanzando desde el diálogo, la colaboración y el compromiso, defendiendo un modelo que es, en esencia, una forma de vivir y de convivir, y haciéndolo con la convicción de que el camino recorrido y las alianzas construidas nos permiten mirar al futuro con optimismo.

Bosco Torremocha
Director de Espirituosos España



The background features a dark blue world map with a white grid overlay. Several glowing blue dots are scattered across the map, primarily in the Americas and Europe. The text 'HITOS 2025' is positioned in the lower right corner.

HITOS 2025

HITOS RESUMEN 2025

2025 ha sido un año clave para reafirmar, con hechos, el compromiso del sector con la prevención y la responsabilidad.

Ante el anuncio del Ministerio de Sanidad de impulsar una futura ley para la prevención del consumo de alcohol en menores, el sector ha vuelto a situarse en primera línea, tendiendo la mano a la Administración y poniendo a disposición su experiencia acumulada en educación y sensibilización.

Ha sido también un año de celebración. La Fundación Alcohol y Sociedad ha conmemorado su 25 aniversario, un hito que pone en valor un cuarto de siglo de trabajo continuado en la prevención del consumo de alcohol en menores y en la promoción de hábitos responsables. La gala conmemorativa reunió a representantes institucionales, expertos en educación y salud, y figuras

relevantes del ámbito social y cultural, consolidando el reconocimiento público a esta labor.

En paralelo, la Federación ha reforzado su liderazgo en ámbitos clave:

- **Autorregulación publicitaria**, con especial foco en el entorno digital y la actividad de influencers.
- **Información al consumidor**, avanzando en el etiquetado con datos claros sobre valor nutricional, ingredientes, consumo responsable y sostenibilidad.

El sector afronta 2026 con una hoja de ruta clara: colaboración institucional, ampliación de alianzas y refuerzo de su contribución a sectores estratégicos como la agricultura, la hostelería, la distribución y el turismo.

AMPLIACIÓN DE ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Las acciones desarrolladas junto a administraciones públicas y entidades privadas refuerzan una idea clave: la prevención solo es eficaz desde la colaboración.

En este periodo, una veintena de instituciones se han incorporado o han renovado su compromiso con la red "Menores ni una Gota", consolidando una red de acción con capilaridad territorial y cercanía al ciudadano.

El objetivo es único y compartido: fomentar hábitos responsables y prevenir el consumo de alcohol en menores desde la educación y la implicación de toda la sociedad.



CAMPAÑA “JUNTOS. OBJETIVO CERO ALCOHOL EN MENORES”

La campaña ha sido uno de los principales hitos de visibilidad del año.

Con una creatividad impactante y adaptable a cada territorio, ha estado presente en soportes urbanos, transporte público y canales digitales en múltiples ciudades.

El mensaje es claro: la prevención es una responsabilidad compartida.

Un ejemplo destacado ha sido su activación en Valencia durante las Fallas, donde la campaña se integró en mupis y autobuses urbanos, reforzando el mensaje en un contexto de alta exposición social.

La campaña consolida el posicionamiento del sector como agente activo en la prevención, con un enfoque colaborativo y orientado a resultados.



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA

Las Hierbas Ibicencas de Familia Marí Mayans han sido reconocidas como “Mejor bebida espirituosa con Indicación Geográfica 2025” en la XXXVII edición de los Premios Alimentos de España.

Este galardón no solo reconoce la excelencia de un producto concreto, sino que pone en valor el trabajo del conjunto de las empresas asociadas al sector, que día a día contribuyen a posicionar a España como referente internacional en calidad, diversidad y tradición en bebidas espirituosas.

El jurado ha destacado la elegancia, el equilibrio y la altísima calidad de las Hierbas Ibicencas, así como su capacidad para reflejar la esencia mediterránea y el vínculo con el territorio. Un reconocimiento que también subraya el papel de las empresas familiares, que han sabido mantener vivas tradiciones centenarias combinando conocimiento artesanal, innovación y sostenibilidad.

Este premio refleja el compromiso del sector con la excelencia, la autenticidad y el desarrollo de productos ligados a su origen, y pone de manifiesto nuestra aportación a la riqueza gastronómica, cultural y económica del país.



CONGRESO ANUAL DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El Congreso anual de Espirituosos España, celebrado en Oporto, ha sido uno de los grandes momentos de encuentro, reflexión y visión compartida del sector en 2025.

En un entorno simbólico como el Palacio do Freixo, cerca de una treintena de empresas asociadas se dieron cita para analizar el presente y, sobre todo, proyectar el futuro de una industria que evoluciona en un contexto cada vez más exigente, tanto desde el punto de vista regulatorio como social y reputacional.

Más allá del contenido técnico, el Congreso ha servido para reforzar el sentimiento de pertenencia y la cohesión del sector, consolidando un espacio de diálogo abierto en el que compartir retos, anticipar tendencias y alinear posiciones estratégicas.



Durante las distintas sesiones, se abordaron cuestiones clave como:

- La evolución de los patrones de consumo, cada vez más vinculados a la moderación, la calidad y la experiencia.
- La necesidad de reforzar el rigor en los datos y en el discurso sectorial en un contexto informativo complejo.
- El papel de la hostelería como canal esencial, no solo de comercialización, sino también de prescripción y generación de tendencias.
- El valor del modelo mediterráneo, basado en un consumo responsable, social y alejado del abuso.

El Congreso puso también en valor la estrecha relación entre España y Portugal, dos mercados que comparten no solo proximidad geográfica, sino una forma de entender el consumo ligada a la cultura, la gastronomía y el turismo de calidad. Una alianza que refuerza el posicionamiento de ambos países como referentes internacionales de un modelo equilibrado y sostenible.

En definitiva, el encuentro de Oporto ha consolidado al Congreso anual como un espacio imprescindible para el sector: un punto de encuentro donde se construye visión, se refuerzan alianzas y se impulsa una hoja de ruta común para seguir avanzando con responsabilidad, innovación y compromiso.

RECONOCIMIENTOS A LA FUNDACIÓN ALCOHOL Y SOCIEDAD: UN AVAL A 25 AÑOS DE COMPROMISO

2025 ha sido también un año de reconocimiento al trabajo sostenido de la Fundación Alcohol y Sociedad, cuyo modelo de prevención basado en la educación, la evidencia y la colaboración ha sido respaldado por distintas instituciones y sectores.

El Premio Siete Estrellas del Deporte de la Comunidad de Madrid, en la categoría de Deportividad, ha supuesto un reconocimiento de alto nivel institucional a una labor que trasciende el ámbito educativo para situarse también en la promoción de valores fundamentales como el esfuerzo, la responsabilidad y la toma de decisiones conscientes. La entrega del galardón, en la Real Casa de Correos y de manos de la presidenta Isabel Díaz Ayuso, simboliza el respaldo

público a un modelo de prevención que lleva más de dos décadas generando impacto real en la sociedad.

A este reconocimiento se suma el Premio "Recicla la Noche", otorgado por el sector del ocio nocturno, que pone en valor la capacidad de la Fundación para tejer alianzas con todos los actores implicados y avanzar hacia entornos de ocio más seguros y responsables. Este premio tiene un significado especialmente relevante, al reconocer el compromiso compartido entre empresas, administraciones y sociedad civil en un ámbito clave para la prevención.

Más allá de los galardones, estos reconocimientos reflejan algo más profundo: la consolidación de la

Fundación Alcohol y Sociedad como un referente nacional en prevención del consumo de alcohol en menores, capaz de generar confianza, sumar voluntades y ofrecer respuestas eficaces a uno de los principales retos de salud pública.

Detrás de estos premios hay más de 25 años de trabajo continuo, más de 30 millones de euros invertidos en programas de prevención y miles de acciones educativas que han llegado a jóvenes, familias, docentes y profesionales en toda España.

Un recorrido que no solo avala el impacto alcanzado, sino que refuerza la legitimidad del sector como parte activa de la solución, comprometido con la educación, la prevención y el bienestar social.



25 ANIVERSARIO DE LA FUNDACIÓN ALCOHOL Y SOCIEDAD: 25 AÑOS EDUCANDO PARA PREVENIR



El 18 de noviembre de 2025, la Fundación Alcohol y Sociedad celebró en Cinesa Méndez Álvaro (Madrid) un acto que fue mucho más que una conmemoración: fue el reflejo de 25 años de compromiso real con la sociedad española.

Un encuentro que reunió a representantes institucionales, expertos en educación y salud, entidades sociales, medios de comunicación y empresas comprometidas con la prevención, en torno a una misma convicción: que educar es la herramienta más eficaz para transformar la sociedad.

La apertura institucional corrió a cargo de la Ministra de Educación, Formación Profesional y Deportes, **Pilar Alegría**, quien quiso sumarse a la celebración a través de un vídeo enviado expresamente para la ocasión. En su intervención, felicitó a la Fundación por sus 25 años de trabajo continuado en favor de la educación y la salud de los jóvenes, destacando que “desde el Ministerio compartimos plenamente el lema ‘educar para prevenir’, porque la educación no solo transmite conocimientos, sino que también ayuda a formar ciudadanos libres, responsables y conscientes de las consecuencias de sus decisiones”.

La ministra subrayó además la relevancia de iniciativas como “**Menores ni una Gota**”, que “han llegado a millones de alumnos y alumnas y han contribuido a cambiar actitudes y comportamientos”, reconociendo así el impacto real y medible del trabajo desarrollado por la Fundación a lo largo de estos años.

La gala contó también con la participación de **José Carlos Fernández Borreguero**, Viceconsejero de Política y Organización Educativa de la Comunidad de Madrid, y de **Borja Carabante**, Segundo Teniente de Alcalde del Ayuntamiento de Madrid, quien fue el encargado de clausurar el acto, poniendo en valor la dimensión social y educativa de una labor que ha marcado un antes y un después en la forma de abordar la prevención en España.

A lo largo del evento, se realizó un recorrido por los hitos más relevantes de la trayectoria de la Fundación Alcohol y Sociedad, que desde su creación en el año 2000 ha contribuido de forma decisiva a transformar la conciencia social sobre el consumo de alcohol en menores. Un cambio profundo, sostenido en el tiempo, que ha sido posible gracias a un modelo pionero basado en la educación, la evidencia científica y la colaboración entre administraciones, comunidad educativa, familias y sector privado.

En este contexto, la directora de Relaciones Institucionales de la Fundación, Silvia Jato, puso palabras al sentido de este camino recorrido al recordar: “**Cumplimos 25 años comprometidos con una causa que sigue siendo esencial: educar para prevenir**”.

Uno de los momentos más emotivos de la gala fue la **premiere del documental “Una conversación pendiente. Menores y alcohol”**, dirigido por Jaime Dezcallar y protagonizado por Isabel Aboy. La proyección logró conmovir al auditorio al abordar, desde una mirada íntima y profundamente humana, los retos de la adolescencia y el papel clave del diálogo entre generaciones. Un relato que conectó directamente con la

esencia de la Fundación: abrir conversaciones necesarias para generar cambios reales en la sociedad.

La emoción continuó con la entrega de los **Premios CERO**, diseñados altruistamente por Ágatha Ruíz de la Prada y producidos por Fundación A La Par. Estos galardones han querido reconocer a quienes, desde distintos ámbitos, contribuyen a proteger a la infancia y promover su bienestar:

- **Fundación ANAR**, por su labor incansable en la protección de menores en situación de vulnerabilidad.
- **Álvaro Núñez**, ejemplo de superación y referente para los jóvenes.
- **Proyecto Elliott**, de Fundación A LA PAR, por su compromiso con la inclusión y el desarrollo infantil.
- **Atresmedia**, con “Objetivo Bienestar Junior”, por su capacidad de sensibilización y divulgación en favor de hábitos saludables.
- **SAFA Linares**, como ejemplo del compromiso del ámbito educativo con la prevención.

Cada uno de estos reconocimientos puso rostro a una idea fundamental: la prevención es una responsabilidad compartida que solo puede abordarse desde la implicación conjunta de toda la sociedad.

Durante la jornada, **Teresa Laespada**, exdirectora del Instituto Deusto de Drogodependencias, y Fernando García, catedrático de la Universidad de Valencia, subrayaron la importancia de las auditorías externas del programa “**Menores ni una Gota**”, destacando su eficacia y su impacto sostenido. Ambos pusieron en valor un modelo que ha llegado ya a **más de 2,9 millones de adolescentes**, así como a miles de familias y centros educativos en toda España, contribuyendo de forma tangible al retraso en la edad de inicio y a la reducción del consumo de alcohol en menores.

La relevancia del acto trascendió el propio evento, generando una **amplia repercusión en medios de comunicación**, que amplificó el mensaje de la Fundación y reforzó su posicionamiento como referente nacional en prevención.

El 25 aniversario de la Fundación Alcohol y Sociedad ha sido, en definitiva, mucho más que una celebración. Ha sido la constatación de que el trabajo constante, el rigor y la

colaboración generan resultados reales. Porque, 25 años después, la Fundación no solo puede mirar atrás con orgullo, sino también hacia adelante con una convicción intacta:

Educar no solo previene, sino que transforma.



+ 15.018
- 05.010

SECTOR EN CIFRAS 2025

EL SECTOR EN CIFRAS 2025

Las bebidas espirituosas constituyen una actividad clave dentro de la industria agroalimentaria. El sector de las bebidas espirituosas se distingue por su tradición centenaria y fuerte arraigo local; así como por contar con atributos diferenciales como un tejido empresarial consolidado y extenso, con amplia cobertura geográfica, con notable diversificación productiva y con una fuerte orientación exportadora.

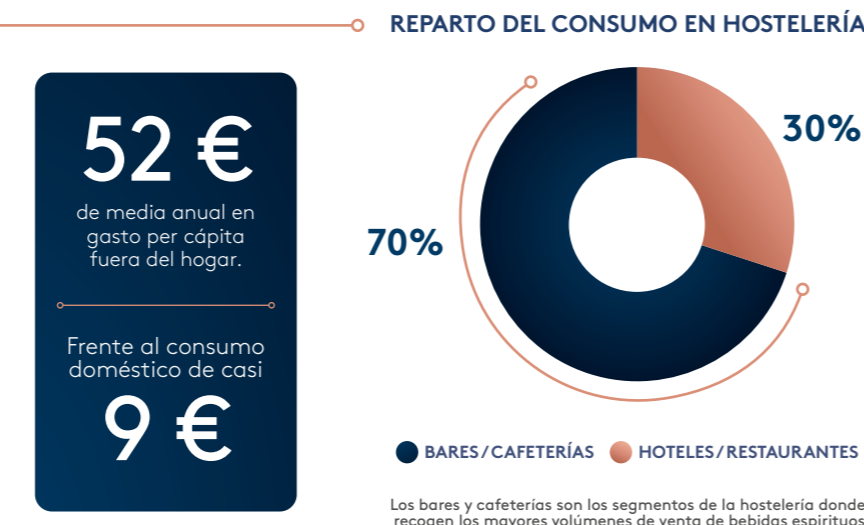
La relevancia social y económica del sector de bebidas espirituosas trasciende su mera dimensión a escala individual. Más allá de la contribución directa que se deriva de su actividad propia, el sector de bebidas espirituosas contribuye a generar toda una serie de impactos (hacia atrás y hacia delante) a lo largo de una compleja y diversa cadena de valor. En particular, impulsa la creación de valor económico, generación PIB y creación de puestos de trabajo en actividades estratégicas como el sector primario, los servicios de transporte (logística, distribución y almacenamiento) o 'el gran consumo' (comercio mayorista y minorista, así como la restauración y la hostelería). Estas interrelaciones sectoriales se traducen en 'efectos indirectos' y 'efectos inducidos' significativos que derivan de la demanda de aprovisionamientos que realizan las empresas del sector a sus proveedores, así como del incremento del consumo asociado a las rentas generadas por los trabajadores empleados en las diferentes actividades de toda la cadena de valor.

Su implantación territorial, con presencia relevante en entornos rurales, refuerza su papel como motor de cohesión y dinamización socioeconómica. La localización de centros productivos y/o logísticos del sector de bebidas espirituosas en municipios de menor tamaño favorece la generación de actividad económica y el desarrollo de toda una red de proveedores locales. Sin duda, ello contribuye a mitigar parte de los efectos negativos que se derivan de fenómenos como la despoblación, el envejecimiento o la falta de oportunidades que se observa en los ecosistemas rurales de la España vacía.

En paralelo, el sector de bebidas espirituosas se encuentra sujeto a un régimen fiscal específico, cuya estructura condiciona tanto su desempeño económico (vía consumo) como el del conjunto de la cadena de valor. En este sentido, el análisis sobre el marco recaudatorio (IVA e impuestos especiales, entre otras figuras) permite evaluar no solo cuál es la aportación del sector a las arcas públicas, sino también evidenciar qué efectos podrían derivarse de cambios en la normativa impositiva vigente sobre el tejido empresarial y productivo.

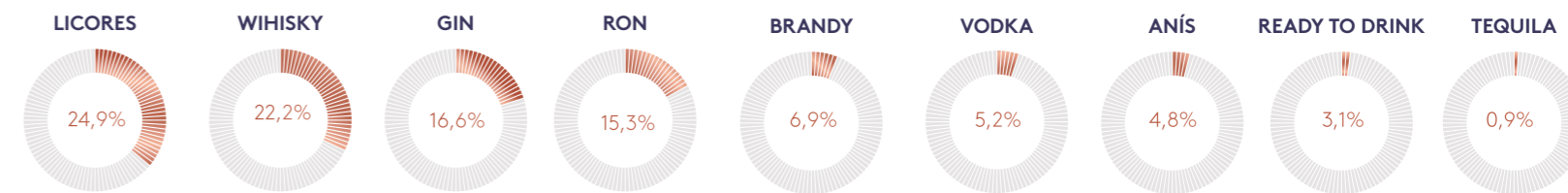
En este contexto, el presente informe tiene como objetivo cuantificar la contribución del sector de bebidas espirituosas a la economía, el territorio y la hacienda pública.





COMERCIALIZACIÓN 2025

Cuota mercado bebidas espirituosas en volumen



SECTOR SOCIALMENTE COMPROMETIDO

30 M€ EN LOS ÚLTIMOS 25 AÑOS

- Menores ni una Gota**
Prevención del consumo de alcohol en menores.
- Farmacéuticos**
Farmacéuticos como prescriptores de la prevención del consumo de alcohol en menores.
- Los Nocturnos**
Programa para concienciar de la importancia de la incompatibilidad entre alcohol y conducción.
- Fundación Alcohol y Sociedad**
Prevenir el consumo de alcohol en menores y retrasar la edad de inicio al consumo.
- Campaña de prevención del consumo en embarazadas. Sal de cuentas con cero alcohol.**
Concienciación sobre el consumo cero.
- Tú sirves, tú decides**
Concienciación al sector hostelero del servicio responsable de bebidas con contenido alcohólico.
- Autorregulación publicitaria**
Compromiso voluntario del sector ampliando las restricciones recogidas en la legislación.
- Campaña de prevención de consumo abusivo en la Comunidad Universitaria.**
Formación consumo responsable.
- Distribución**
Recomendaciones para la venta responsable de bebidas alcohólicas.

SECTOR SOSTENIBLE

93% DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS DE NUESTRAS FÁBRICAS SE RECICLA, UNA TASA QUE NO HA DEJADO DE CRECER DESDE 2008

COMPROMISO DE LAS COMPAÑÍAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS:

- Promovemos** una agricultura sostenible y protegemos la biodiversidad.
- Apostamos** por los subproductos orgánicos generados por la transformación de las materias agrícolas.
- Invertimos** en la gestión del agua de nuestras destilerías y plantas embotelladoras.
- Reducimos** el impacto de los residuos.
- Minimizamos** nuestro consumo de energía.
- Evaluamos** el impacto del CO₂ de los envases.



CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El consumo de bebidas espirituosas en España está estrechamente ligado al ocio y al entorno social, especialmente en el ámbito de la hostelería y en reuniones con familiares y amigos. Este patrón de consumo es característico del estilo de vida mediterráneo, en el que las bebidas alcohólicas se integran de manera natural en la alimentación y los momentos de disfrute, siempre bajo un enfoque de consumo responsable y moderado.

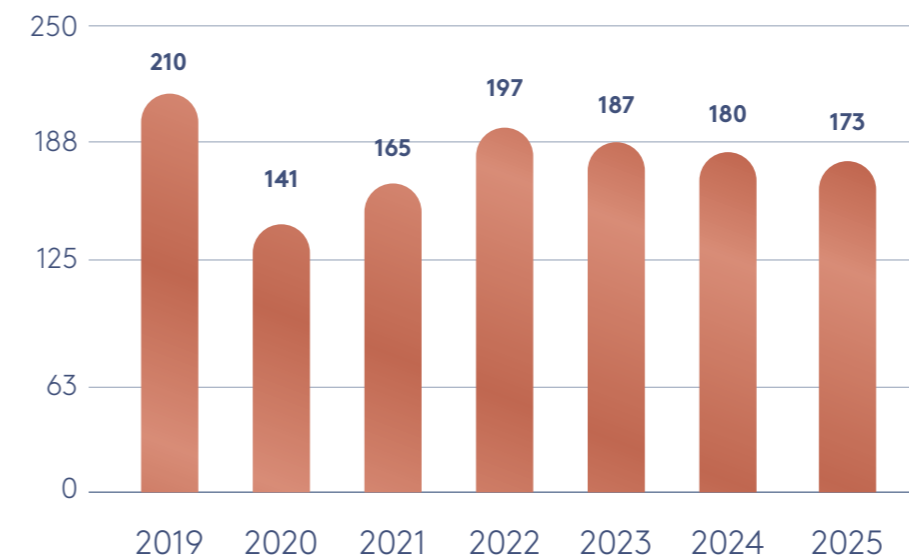
Gracias a este modelo, España se posiciona como uno de los países con los hábitos de consumo de alcohol más responsables dentro de la Unión Europea. Según datos del Ministerio de Sanidad, el 95,8 % de los consumidores en España realizan un consumo moderado y responsable de bebidas alcohólicas.

El balance del sector de bebidas espirituosas en España durante 2025 refleja un desempeño negativo en términos de ventas. A lo largo del año, el mercado ha experimentado una contracción del 3,8 % en comparación con 2024, lo que evidencia una disminución en la demanda.

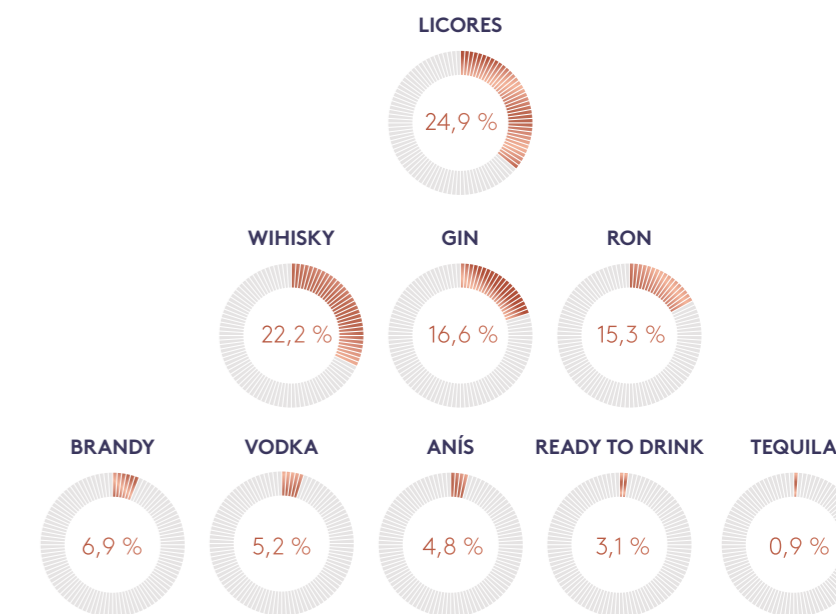
Cabe destacar que esta caída en las ventas se ha producido incluso en un contexto de incremento del turismo, que en 2025 alcanzó cifras récord. Dado que el consumo de bebidas espirituosas representa aproximadamente el 13 % del gasto total de los turistas en España, este dato subraya la estrecha vinculación del sector con la hostelería y su fuerte asociación con el consumo en entornos de ocio y socialización.

En términos de estructura empresarial, el sector cuenta con aproximadamente 3.800 centros de producción dedicados a la elaboración de bebidas espirituosas. La mayoría de estas empresas son de carácter familiar y de origen nacional, predominando las pequeñas y medianas empresas. No obstante, el mercado está liderado por un número reducido de grandes grupos fabricantes e importadores que ocupan las primeras posiciones en términos de cuota de mercado.

EVOLUCIÓN MILLONES LITROS COMERCIALIZADOS BEBIDAS ESPIRITUOSAS



VOLUMEN DE COMERCIALIZACIÓN POR CATEGORÍAS 2025



A hand holding a glass of whiskey with a grid overlay. The background is dark and blurry, suggesting a social setting. The text is white and bold, positioned on the right side of the image.

VENTAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS

VENTAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS

En 2025, las empresas del sector de bebidas espirituosas comercializaron un total de 173 millones de litros, lo que representa una caída del 3,8 % en comparación con el año anterior.

Más allá de su impacto en la producción y distribución, esta industria desempeña un papel clave en la economía española a través del consumo, estrechamente vinculado a la hostelería y el turismo. España cuenta con una larga tradición de consumo responsable de bebidas alcohólicas, con el 7 de cada 10 consumiciones de bebidas espirituosas realizadas fuera del hogar, en entornos sociales.

El turismo, impulsado en gran medida por el ocio, refuerza aún más esta dinámica. España se posiciona como un referente mundial en hostelería y restauración, con un sector de ocio nocturno que la sitúa entre los líderes globales.



VENTA POR CANALES

En 2025, el sector HORECA mantiene una evolución marcada por una moderación del ritmo de crecimiento desde comienzos de año. La restauración avanza con menor intensidad que el alojamiento y el consumo nacional se muestra más contenido.

Esta estabilización responde a una desaceleración del gasto y a una reducción del ticket medio, en un contexto influido por el aumento de costes y la pérdida de poder adquisitivo de los hogares. Factores como la inflación, el encarecimiento de las materias primas o la presión fiscal han limitado la capacidad de consumo.

Actualmente, el turismo y la hostelería, motores de nuestra economía, se encuentran fuertemente impactados por la subida de los precios de la energía, de los suministros y la financiación, por lo que es fundamental mantener la estabilidad en el sector.



IMPORTANTE VÍNCULO ENTRE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y LA HOSTELERÍA

Los españoles evidencian una preferencia por el consumo de bebidas espirituosas fuera del hogar. En lo que respecta a las bebidas espirituosas, el canal HORECA concentra una cuota del 75,3 % del total en términos de valor.

En lo que respecta al perfil sociodemográfico de los consumidores de bebidas espirituosas las personas mayores de 50 años son quienes realizan la mayoría del consumo de bebidas espirituosas, al concentrar cerca del 80 % del volumen total.

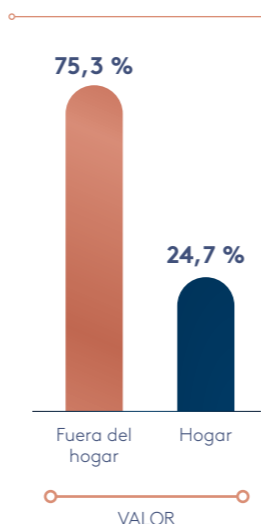
En la actualidad la media anual de gasto per cápita fuera del hogar es de 52 € frente a los casi 9 € que supone el consumo doméstico. El consumo extradoméstico conlleva un mayor aumento de la rentabilidad y generación de riqueza.

7 de cada 10 consumiciones de bebidas espirituosas en España se realiza fuera del hogar

Los destilados son las bebidas con alcohol que aportan mayor rentabilidad a la hostelería esto es debido al mayor valor agregado de las bebidas espirituosas (€/L) que el de otras bebidas alcohólicas, que genera más valor en menos ventas. Un 30,5 % de los ingresos de los locales de ocio derivan de las bebidas espirituosas.

Los bares, cafeterías y restaurantes son los segmentos de la hostelería donde se recogen los mayores volúmenes de venta de bebidas espirituosas gracias a los nuevos hábitos diurnos de consumo.

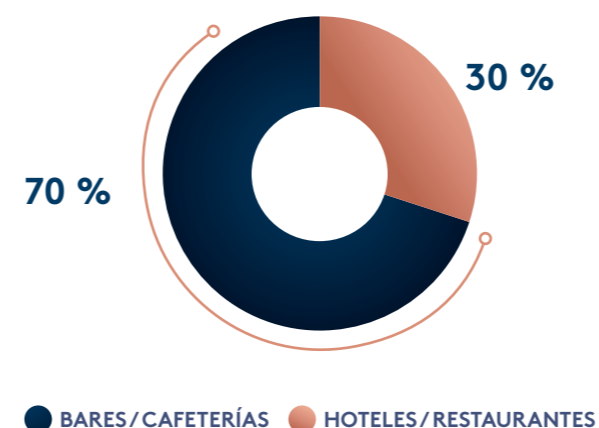
VENTAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



Fuente: Afi, a partir del MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación)



REPARTO DEL CONSUMO EN HOSTELERÍA



Los bares y cafeterías son los segmentos de la hostelería donde se recogen los mayores volúmenes de venta de bebidas espirituosas gracias a los nuevos hábitos diurnos de consumo.

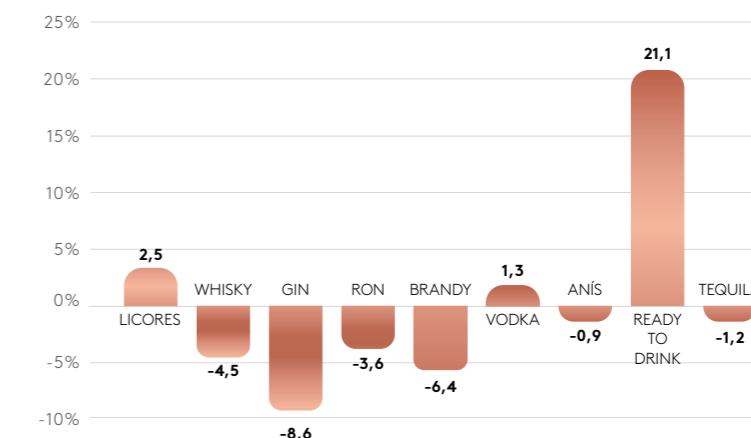
POR CATEGORÍAS

Por categorías de ambos canales, los licores se sitúan como el producto preferido -concentrando el 23,1 % del volumen comercializado. Tras este, se sitúan el whisky y la ginebra, cuyo peso representa el 22,2 % y el 16,6 % del total

VOLUMEN DE COMERCIALIZACIÓN POR CATEGORÍAS 2025



% VARIACIÓN 2024 vs. 2025



TURISMO

El año 2025 ha sido excepcional para el sector turístico en España, alcanzando cifras récord en la llegada de visitantes internacionales y en el gasto asociado.

Volumen y gasto de turistas

El turismo en España cerró el año 2025 marcando máximos históricos, con la llegada de **96,8 millones de turistas internacionales** (un 3,2 % más que en 2024) y un gasto récord de **134.712 millones de euros** un **+6,8 %** interanual; el gasto creció más que las llegadas, confirmando un modelo más orientado a valor que a volumen.

Gasto en restauración, ocio y consumo de bebidas alcohólicas

Sobre el gasto en restauración, ocio y consumo de bebidas alcohólicas, es relevante destacar que, en 2025, el ticket medio por transacción en restauración para turistas extranjeros fue de 31,2 euros, aproximadamente 6 euros más que el gasto medio de los turistas nacionales.

Estos datos reflejan una tendencia positiva en el sector turístico español, con un crecimiento notable tanto en la afluencia de visitantes como en el gasto asociado, consolidando a España como uno de los destinos turísticos más destacados a nivel mundial.



TENDENCIAS

NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El mercado de las bebidas espirituosas en España está experimentando una transformación significativa, influenciado por cambios en las preferencias de los consumidores y la aparición de nuevas tendencias.

PRIORIDAD DE CALIDAD SOBRE CANTIDAD

Los consumidores actuales muestran una inclinación hacia la calidad en lugar de la cantidad en su consumo de alcohol. Esta tendencia se refleja en la creciente demanda de bebidas espirituosas premium y ultra-premium. Un estudio reciente indica que el 46 % de los españoles prefieren consumir dos bebidas premium en lugar de optar por opciones de calidad media. Este comportamiento posiciona a España como líder en Europa en la preferencia por bebidas de alta gama.

INFLUENCIA DE LA GENERACIÓN Z EN LA CULTURA DEL CÓCTEL

La Generación Z está desempeñando un papel crucial en la revitalización de la cultura del cóctel en España. Aunque esta cohorte tiende

a consumir menos alcohol que generaciones anteriores, aquellos que eligen beber muestran una preferencia por cócteles de alta calidad y bebidas mezcladas. Se espera que el 29 % de los jóvenes de esta generación disfruten de más bebidas espirituosas y cócteles en el próximo año. Además, su curiosidad y acceso a información han incrementado su conocimiento sobre mixología, impulsando la demanda de experiencias de consumo más sofisticadas.

CRECIMIENTO DEL CONSUMO EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA

A pesar de las tendencias hacia un consumo más moderado, la afluencia a establecimientos de hostelería se mantiene robusta. El 70 % de los consumidores afirma salir a bares y restaurantes con la misma frecuencia o más que en el año anterior. La principal motivación para estas salidas es la socialización, con un 46 % indicando que disfrutaban de estos espacios para interactuar y relajarse. Además, cerca del 40 % de los consumidores reportan una mayor renta disponible para actividades de ocio, lo que podría estar contribuyendo al aumento en la frecuencia de visitas a estos establecimientos.



PREFERENCIA POR EL CONSUMO DIURNO

Se observa una consolidación en la tendencia hacia el consumo diurno frente al nocturno. El 52 % de los consumidores ha reducido sus actividades de ocio nocturno, trasladándolas a horarios diurnos. Momentos como el aperitivo, el brunch y el afterwork han ganado popularidad, con un 32 % de los consumidores incorporándolos regularmente en su rutina. Durante los fines de semana, el 74 % participa en el aperitivo, mientras que un 57 % opta por salir de copas o cañas por la tarde. Esta transición ha beneficiado a categorías específicas de bebidas; por ejemplo, el vermut ha experimentado un incremento en la demanda del 9 %, el tinto de verano un 25 % y el bitter un 4 %.

INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS

La industria de las bebidas espirituosas está respondiendo a estas tendencias mediante la innovación en productos y experiencias.

Se anticipa que en 2026 las marcas adoptarán métodos de envejecimiento únicos y nuevas combinaciones de sabores, especialmente en categorías de bebidas añejas y oscuras.

Esta estrategia busca atraer a consumidores interesados en productos exclusivos y de alta calidad.

Además, la creciente popularidad de las bebidas “Ready To Drink” (RTD) entre la Generación Z está llevando a las empresas a diversificar su oferta para satisfacer esta demanda emergente.

CONCLUSIÓN

El sector de las bebidas espirituosas en España está en plena evolución, influenciado por cambios demográficos, preferencias de consumo y estilos de vida.

La inclinación hacia productos de mayor calidad, la influencia de la Generación Z en la cultura del cóctel, el mantenimiento de la afluencia a establecimientos de hostelería, la preferencia por el consumo diurno y la innovación constante en productos y experiencias son factores clave que definirán el mercado en los próximos años.

Las empresas están adaptando sus estrategias para alinearse con estas tendencias y satisfacer las demandas de los consumidores.

- El afterwork, el aperitivo o el brunch, que se ha convertido en un momento de su rutina habitual para el 32 % de los consumidores
- Uno de los momentos de consumo más beneficiados fue el aperitivo: un 55 % de los españoles afirma que sale a tomar al aperitivo los fines de semana, lo que ha impulsado a categorías como el vermut que ha incrementado su demanda en un 9 %; el tinto de verano, en un 25 % o el bitter, en un 4 %.





**PRODUCCIÓN
BEBIDAS
ESPIRITUOSAS
EN ESPAÑA**

PRODUCCIÓN BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA

En 2025 se elaboraron 322 millones de litros de bebidas espirituosas de los cuales el se destinó a exportación (149 millones).

A nivel internacional, España es el 6º país productor de bebidas espirituosas en la UE.

El sector de las bebidas espirituosas cuenta con una amplia tradición en España, siendo un país productor y con unas características de consumo responsable.

La industria de las bebidas espirituosas tiene presencia en todo el territorio nacional, destacando Andalucía, Cataluña, Galicia, Castilla-La Mancha, Navarra, Murcia y La Rioja por su importancia en términos relativos.

322 M/L

Elaborados en 2025 de bebidas espirituosas

+3.800

Centros de producción en España

3.500

Destilerías artesanales

85 % (PYMES)

del sector son Pequeñas y Medianas Empresas



The image features a dark blue, semi-transparent globe centered on the Americas, with a white grid of latitude and longitude lines. The text is overlaid on the right side of the globe. At the bottom of the globe, there are numerical labels for longitude: 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100, 110, 120, 130, and 140.

INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA 2025

España cuenta con 19 Indicaciones Geográficas de Bebidas Espirituosas situándose así, como tercer país de la Unión Europea sólo por detrás de Alemania y Francia.

En 2025 se han comercializado 173 millones de litros de bebidas espirituosas de los cuales 18 millones se han elaborado adscritos a Indicaciones Geográficas, lo que representa más del 10 % del consumo de bebidas espirituosas.

Destaca el Brandy del Penedés, siendo la primera Indicación Geográfica en volumen de producción seguido de Brandy de Jerez, Pacharán Navarro y Hierbas de Mallorca.

En el ejercicio 2025, los datos sobre las bebidas espirituosas con derecho a Indicación Geográfica, según la información suministrada por las comunidades autónomas y sus órganos de control, puede resumirse como sigue:

- El número de industrias elaboradoras dedicadas a la obtención de estos productos es de 140, siendo su volumen de producción por industria muy diferente.

- La producción elaborada de "Brandy del Penedés" representa el 36,47 % de la producción de todas las bebidas espirituosas con Indicaciones Geográficas Protegidas, seguida de "Brandy de Jerez" con un 32,20 % y de "Pacharán Navarro" con un 16,58 %.

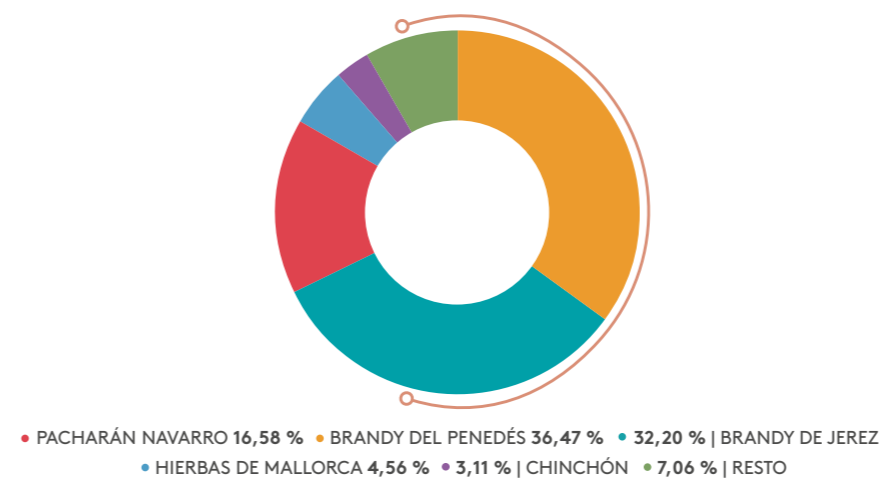
- La producción comercializada de las Indicaciones Geográficas Protegidas de bebidas espirituosas venía presentando en los últimos 4 años una evolución creciente, pasando de los 17.599.902 litros comercializados en 2019, a los 23.262.410 en 2022, pero durante los años 2024 y 2025 dicha evolución se ha visto interrumpida ya que han sido comercializados 19.522.362 litros y 19.248.581, lo que supone un descenso del 1,55 %.

- En el mercado interior, que representa el 46,92 % (9.011.941 litros) de la comercialización total, la IG "Pacharán Navarro" es líder en volumen comercializado con un 35,01 % del total, seguido de la IG "Brandy de Jerez" (31,5 %) y la IG "Brandy del Penedés" (8,86 %).

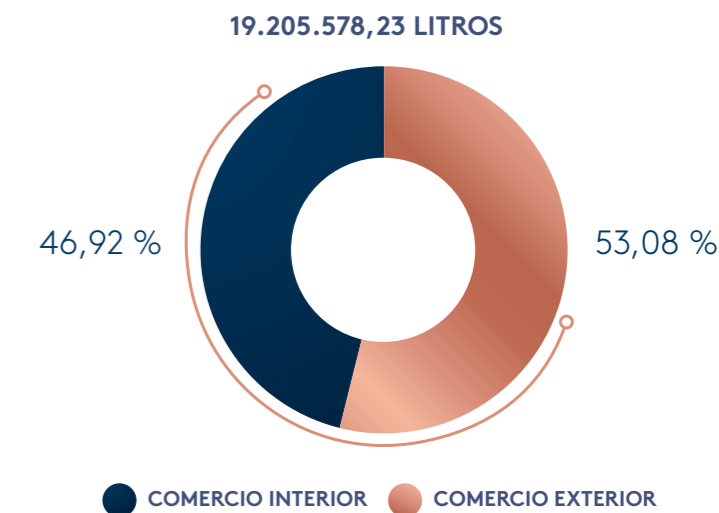
- Por su parte, el mercado exterior representa el 53,08 % (10.193.637 litros) del comercio total de las Indicaciones Geográficas de España, correspondiendo el 61,04 % de este comercio a la IG "Brandy del Penedés", seguido de la IG "Brandy de Jerez" (32,96 %).

- El comercio exterior de bebidas espirituosas con Indicación Geográfica en Europa representa el 28,24 % (2.878.678 litros), frente al 71,76 % (7.313.405 litros) correspondiente a países terceros no europeos, siendo el continente americano el de mayor volumen comercializado (58,08 %), del total del mercado exterior, gracias, principalmente, a la comercialización exterior de "Brandy del Penedés" a América (5.094.239 litros).
- El valor económico estimado correspondiente a las Indicaciones Geográficas es de 136.883.581 €, lo cual supone un descenso del 2,73 %.

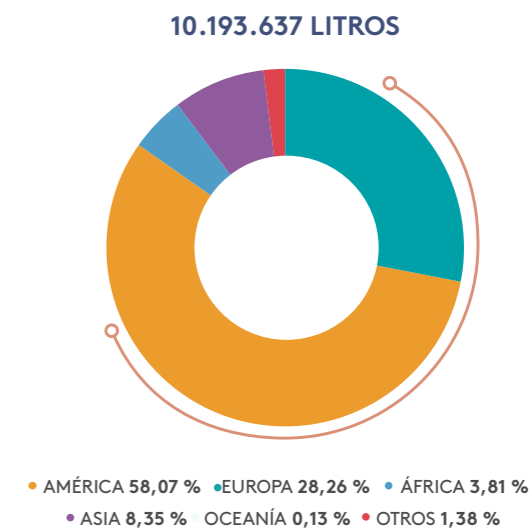
ELABORACIÓN POR IG



COMERCIO INTERIOR Y COMERCIO EXTERIOR



ZONAS GEOGRÁFICAS DE DESTINO DLE COMERCIO EXTERIOR





EXPORTACIONES

ESPAÑA EXPORTA BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR VALOR DE 1.510 MILLONES DE EUROS

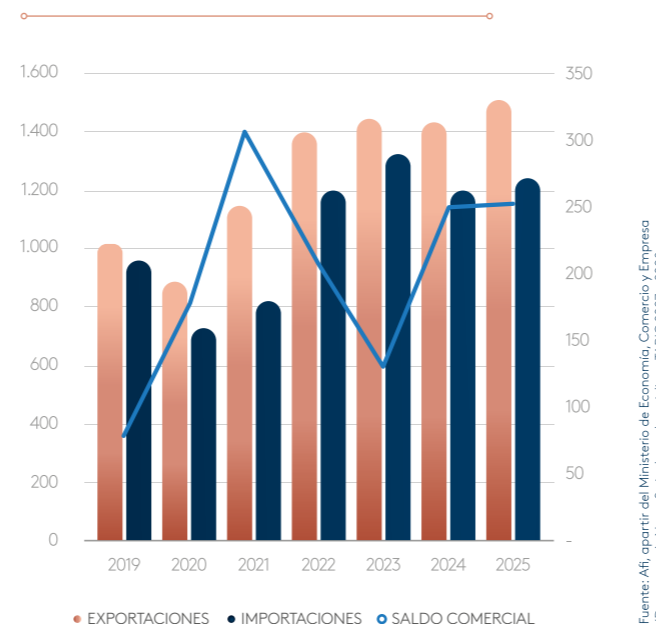
El sector de las bebidas espirituosas impulsa la internacionalización del tejido productivo español, proyectando la marca España. En España, 679 empresas comercializan productos de bebidas espirituosas en el exterior, donde alrededor de la mitad (47,7 % del total) tienen la consideración de 'exportadores regulares'.

Las exportaciones de bebidas espirituosas superan los 1.510 millones de euros (+4,7 % interanual) en 2025. Esta cifra representa el 28,3 % y 2,0 % del total de ventas internacionales de bebidas y

productos agroalimentarios españoles en 2024, respectivamente. En términos de volumen, las exportaciones también se han incrementado un 7,7 % interanual hasta superar el umbral de las 718 mil toneladas.

Las bebidas espirituosas aportan al superávit comercial alrededor de 253 millones de euros. Esta cifra total representa, respectivamente, alrededor del 8,6 % y del 1,5 % del superávit de la balanza comercial del conjunto del sector de bebidas y del sector agroalimentario –actividad líder en este

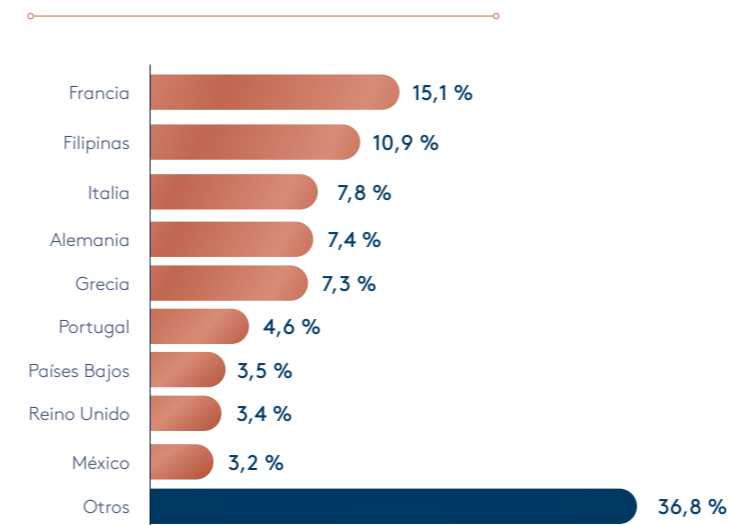
Evolución de desempeño del sector de bebidas espirituosas en los mercados exteriores (millones de euros, 2019 - 2025)



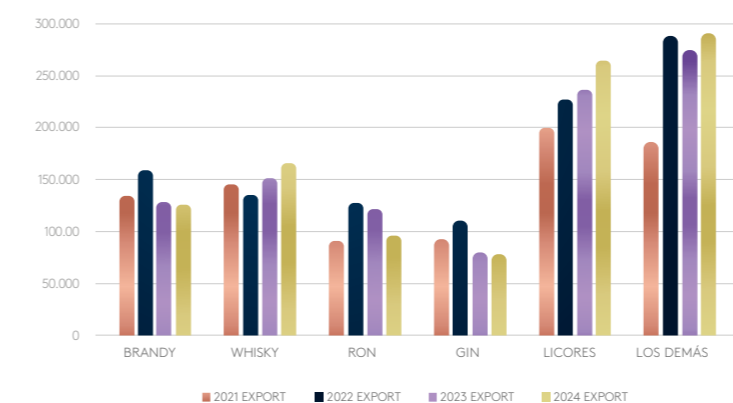
aspecto- de la economía española. Además, este se ha incrementado a una tasa de crecimiento anual acumulativa del 26,8 % desde 2019

De acuerdo con los últimos datos publicados por el Ministerio de Asuntos Exteriores las exportaciones de las de bebidas espirituosas **están arrojando un dato positivo situándose para el mismo periodo del año en un 4,7 % por encima de los valores del año anterior.**

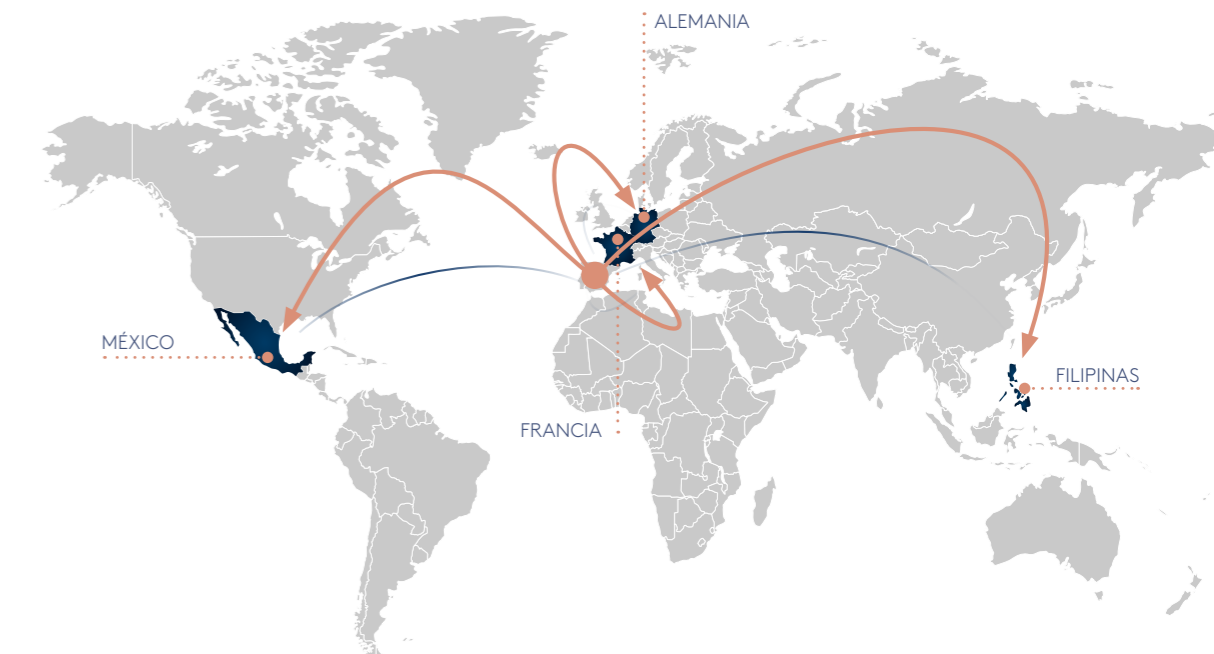
Principales mercados de las bebidas espirituosas en el exterior (en % sobre el valor total exportado, 2025)



Exportación bebidas espirituosas (miles de euros)



PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN





PESO ECONÓMICO DEL SECTOR

IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA

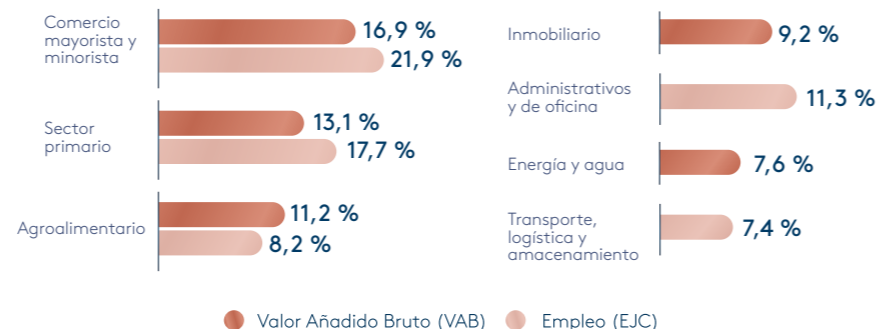
La cadena de valor de las bebidas espirituosas integra a diversas actividades del sector primario, industrial y servicios. El destilado, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas en España se produce como resultado de la interacción de una amplia variedad de actividades especializadas en diferentes procesos, cuyas relaciones conforman la cadena de valor de las bebidas espirituosas.

Más allá de su actividad directa, el sector se apoya en una red extensa de actividades económicas. Por ramas de actividad, destacan el conjunto de servicios de comercio -que llegan a concentrar el 16,9 % del impacto indirecto en términos de valor añadido y el 21,9 % en empleo-, así como las actividades del sector primario (13,1 % y 17,7 % del total) y agroalimentario (11,2 % y 8,2 % del total).

Asimismo, las actividades de transporte, logística y almacenamiento resultan esenciales para el desarrollo de la actividad, al canalizar el 7,1 % del impacto indirecto en valor añadido y el 7,4 % en empleo. Estas labores no solo permiten articular los procesos productivos, sino que también garantizan la distribución eficiente del producto final a lo largo de toda la cadena comercial, desde los canales mayoristas y minoristas hasta su consumo final en el ámbito de la hostelería y la restauración.

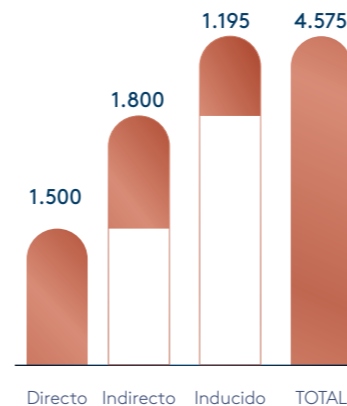
En este sentido, se estima que **las actividades de fabricación, distribución y comercialización (en los canales HORECA y minorista) de las bebidas espirituosas generarían una huella económica total de la cadena de valor de las bebidas espirituosas en 4.575 millones de euros. Considerando el conjunto de efectos directos, indirectos e inducidos, esta magnitud representa el 0,27 % del PIB de España.**

Top-five sectores de actividad más beneficiados de los "efectos de arrastre" de la cadena de valor de las bebidas espirituosas (% sobre el total del impacto indirecto, 2025)



Fuente: Afi, a partir del INE (tablas Imput-Output, Contabilidad anual de España, Encuesta Estructural de Empresas y Encuesta Anual de Coste Laboral), MINSSM (Afilaciones a la Seguridad Social) y AEAT (Recaudación tipos medios efectivos, por figuras impositivas).

Contribución total (directa, indirecta e inducida) de la cadena de valor de las bebidas espirituosas a la economía española (millones de euros, 2025)



Fuente: Afi, a partir del INE (tablas Imput-Output, Contabilidad anual de España, Encuesta Estructural de Empresas y Encuesta Anual de Coste Laboral), MINSSM (Afilaciones a la Seguridad Social) y AEAT (Recaudación tipos medios efectivos, por figuras impositivas).

Por cada euro generado por la cadena de valor de las bebidas espirituosas se generan en el resto de la economía hasta 2,1 euros adicionales de VAB.

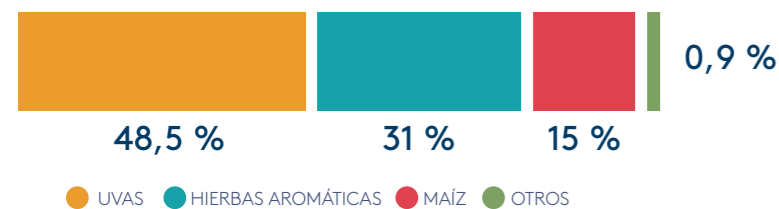
En lo que respecta al eslabón industrial, el "efecto multiplicador" es de hasta 3,7 euros adicionales.

LAS FASES DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS



VÍNCULO CON LA AGRICULTURA Y EL SECTOR PRIMARIO: ESLABÓN CLAVE PARA LA ACTIVIDAD DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS.

Gracias a su orografía y climatología, España produce materias primas agrícolas (~212.000 toneladas) clave para producir bebidas espirituosas (p. ej. uvas, hierbas aromáticas o maíz, que representan el 48,5 %, 31,0 % y 15,0 % del volumen citado) gracias a 153.000 hectáreas de superficie de cultivo especializadas.



UVA



CEBADA



HIERBAS AROMÁTICAS



MAÍZ



BAGAZO



ENDRINAS



An aerial view of a cable-stayed bridge with a blue grid overlay. The bridge's cables and deck are visible, creating a complex geometric pattern. The background is a deep blue color with a grid of lighter blue lines. The text 'CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters on the right side of the image.

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

Las rentas económicas generadas por la cadena de valor de las bebidas espirituosas -de forma directa, indirecta e inducida- dan lugar a distintos hechos impositivos que contribuyen a la sostenibilidad fiscal de las administraciones públicas.

De este modo, la actividad del sector refuerza la financiación del erario y la provisión de servicios públicos a través de la recaudación de diversos impuestos, entre los que destacan el Impuesto sobre el Alcohol y las Bebidas Derivadas, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) o las cotizaciones sociales.

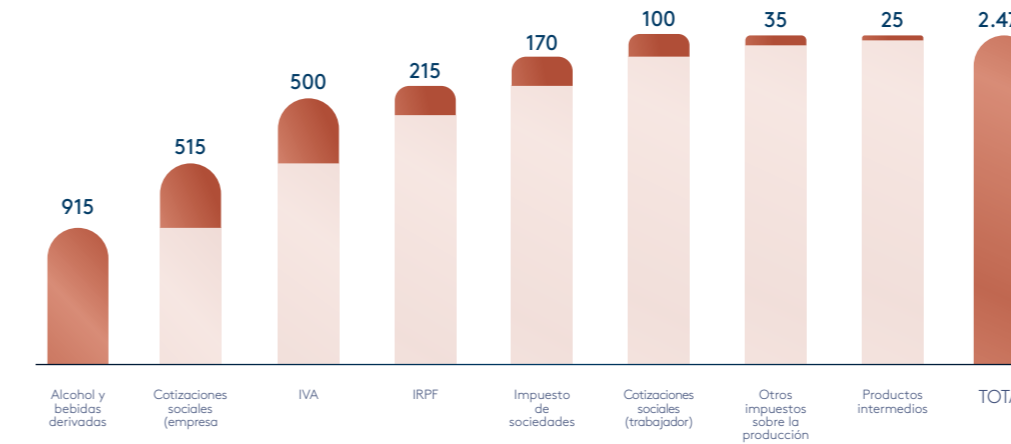
En concreto, se estima que la contribución de las bebidas espirituosas a las arcas públicas supera los 2.475 millones de euros en 2025.

Por figuras impositivas, el Impuesto sobre el Alcohol y las Bebidas Derivadas concentra el 36,9 % del total recaudado erigiéndose como la principal fuente de ingresos fiscales asociada al sector.

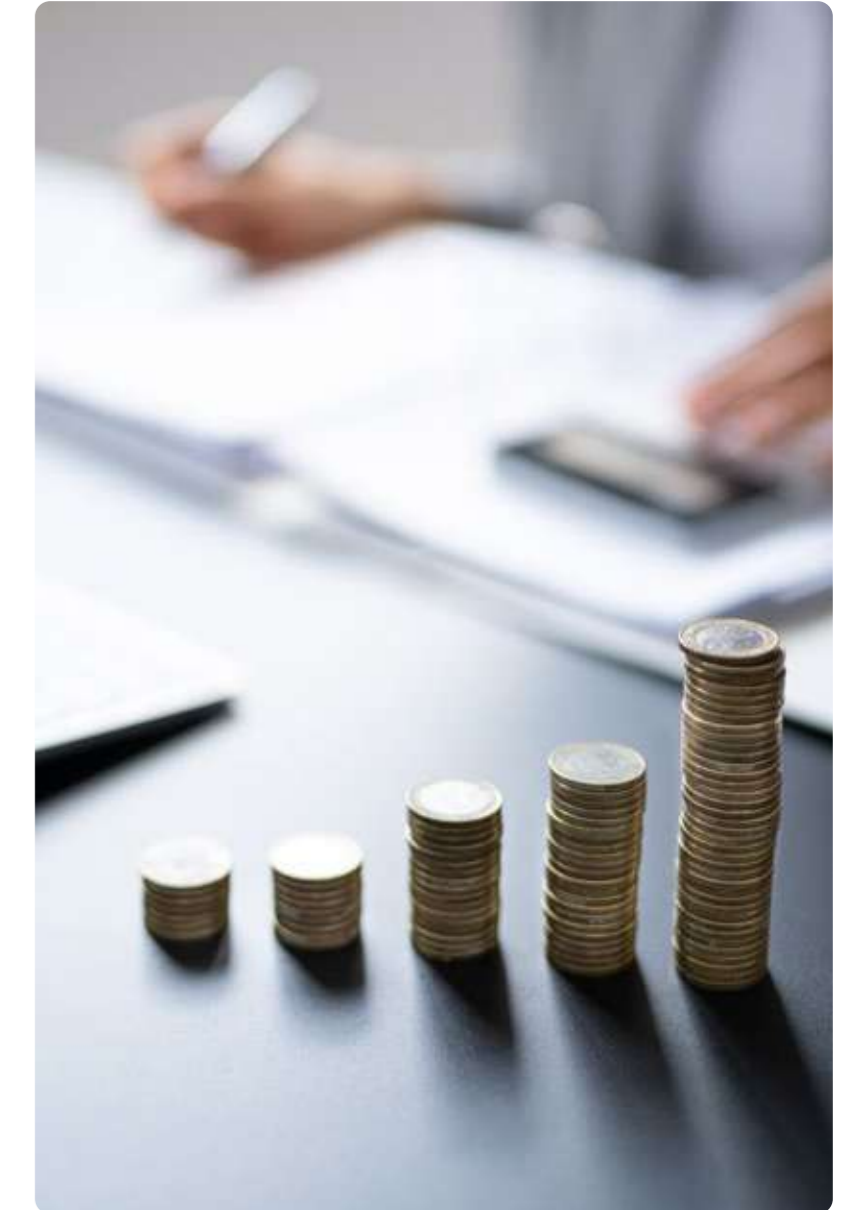
Asimismo, el sector contribuye a las arcas públicas a través de las cotizaciones sociales, con cerca de 615 millones de euros; el IVA, con 500 millones de euros, y el IRPF, con otros 215 millones de euros, entre otras figuras tributarias.

La aportación económica y fiscal total del sector asciende así a 7.050 millones de euros.

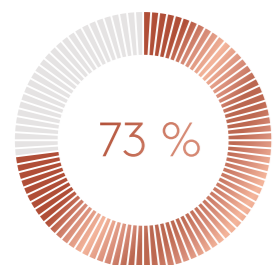
Contribución total (directa, indirecta e inducida) de la cadena de valor de las bebidas espirituosas a la economía española (millones de euros, 2025)



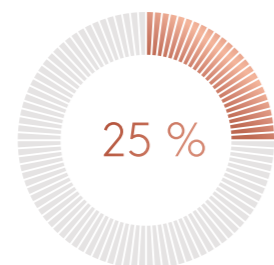
Fuente: Afi, a partir del INE (tablas Imput-Output, Contabilidad anual de España, Encuesta Estructural de Empresas y Encuesta Anual de Coste Laboral), MINSSM (Afilaciones a la Seguridad Social) y AEAT (Recaudación y tipos medios efectivos, por figuras impositivas).



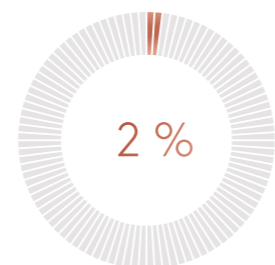
Recaudación Impuestos Especiales sobre Alcohol 2025



Bebidas espirituosas



Cerveza



Producto intermedio

Las bebidas espirituosas representan la categoría de bebidas con contenido alcohólico que más contribuye a la Hacienda Pública en materia de impuestos especiales, concretamente el 73 % de la recaudación por este concepto. Sin embargo, es necesario señalar que, aún siendo el tipo de bebida alcohólica que más impuestos especiales soporta, solo representa el 5 % del volumen total de consumo de bebidas alcohólicas en 2025.

La última subida de los Impuestos Especiales sobre Alcohol, sólo afectó a las bebidas espirituosas, sin que se hayan logrado los objetivos recaudatorios previstos con dicha subida y además con importantes implicaciones

negativas en la recaudación imputable al sector de bebidas espirituosas de otras figuras impositivas como son el IVA y el Impuesto de Sociedades.

Por todo ello, para que las empresas puedan desarrollar con la necesaria normalidad su actividad y adoptar decisiones con la anticipación suficiente y la menor incertidumbre posible, es necesario contar con un sistema tributario predecible que, asegurando la transparencia y la lucha contra el fraude, beneficie, o cuando menos no perjudique, la competitividad de las empresas y su productividad

El 73 % de la recaudación por impuesto especial aplicable a bebidas alcohólicas corresponde al sector de bebidas espirituosas.



A person's hands are shown holding a smartphone and a document. The document features a large QR code on the left and a smaller one on the right. The background is a blurred image of a crowd of people. A white grid pattern is overlaid on the entire scene. The text 'INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR' is written in large, bold, white capital letters on the right side of the image.

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El consumidor demanda cada vez más información sobre los requisitos de etiquetado y comercialización de las bebidas espirituosas.

Desde Espirituosos España hemos desarrollado, con la participación del Ministerio de Agricultura y la Federación de Hostelería, un folleto informativo con el objetivo de aumentar la información sobre los requisitos en la comercialización y etiquetado de las bebidas espirituosas.



EN BARES Y RESTAURANTES
UN LICOR AUTÉNTICAMENTE AUTÉNTICO...



Los licores siempre en su botella original.

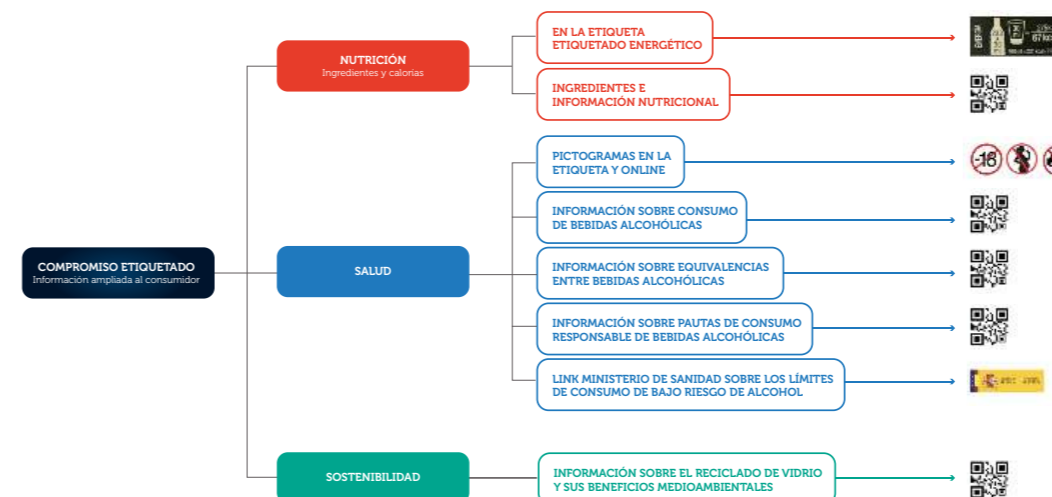
ESPIRITUOSOS ESPAÑA REFUERZA SU COMPROMISO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Un compromiso que refuerza y amplía la información al consumidor, que;

- Va más allá de las obligaciones legales actuales en materia de etiquetado en la UE.
- Asume unos compromisos ambiciosos, incluyendo información ampliada sobre nutrición, salud y sostenibilidad del consumo de bebidas espirituosas.

Este compromiso pone, de forma ambiciosa e innovadora, a disposición del consumidor:

- Un modelo 100% garantista, 100% accesible, 100% útil y 100% completo.
- Para todos los consumidores, en todos los mercados.



ETIQUETADO DIGITAL

El etiquetado digital es un ejemplo de práctica sostenible. Al utilizar códigos QR y etiquetas digitales, las empresas pueden proporcionar información detallada sobre el origen de los ingredientes, las prácticas de producción y el compromiso ambiental.

El uso de los códigos QR es imparable y, como solución práctica, se ha incorporado a la rutina diaria de toda la población, desde un restaurante hasta un medicamento o una cita médica. Es el medio elegido tanto por gobiernos como por consumidores.

Este crecimiento exponencial de los códigos QR es el resultado de los avances tecnológicos, la mayor digitalización y el uso generalizado de teléfonos inteligentes.

Los códigos QR URL son una tecnología de demostrada fiabilidad, accesibilidad y facilidad de uso.

Es una realidad, con ejemplos de todo tipo, y la información así trasladada tiene evidentes beneficios:

I. Agilidad y rapidez en las actualizaciones: el etiquetado digital permite a los operadores económicos actualizar rápidamente la información y trasladarla de forma inmediata a los consumidores.

II. Accesibilidad para los consumidores: las etiquetas electrónicas proporcionan experiencias fáciles de usar para los consumidores, lo que les permite acceder a información completa de forma cómoda, en varios idiomas y adaptada a necesidades específicas. Son accesibles en todo momento y para todos los consumidores, incluidos aquellos con dificultades visuales.

III. Mejora de la trazabilidad: las etiquetas digitales, mediante el desarrollo de herramientas como el Pasaporte Digital de Productos, pueden tener el potencial de mejorar la trazabilidad y ayudar a luchar contra la falsificación.

IV. Mejora del impacto medioambiental: el etiquetado electrónico reduce significativamente los residuos asociados a las etiquetas físicas tradicionales y refuerza la circularidad, en consonancia con el compromiso del Gobierno y de la UE con la sostenibilidad y el cuidado del planeta.

VER VÍDEO





**SOSTENIBILIDAD
Y RESPONSABILIDAD
MEDIO AMBIENTAL**



Sector de las Bebidas Espirituosas y su huella medioambiental



1

Prácticas agrícolas sostenibles

Apoyamos activamente métodos de cultivo respetuosos con el medio ambiente.

2

Reducción del uso de agua

Buscamos lograr reducciones significativas en el consumo de agua.

3

Energía renovable

Aumentamos el uso de energías renovables y reducimos el consumo general.

4

Economía circular

Protegemos mercados existentes e identificamos nuevos para nuestros subproductos de manera sostenible.

5

Logística eficiente

Hacemos que los procesos logísticos sean más eficientes en el uso de recursos.

6

Transporte sostenible

Apoyamos activamente la descarbonización del sector del transporte.

La Sostenibilidad como Pilar Estratégico del Sector



AGRICULTURA



AGUA



ENERGÍA



SUBPRODUCTOS



MADERA



ENVASES



TRANSPORTE

Huella ambiental: Visión general

Evaluamos y revisamos continuamente las áreas clave de nuestros procesos de producción, desde los cultivos hasta el embotellado y la distribución.

Huella de carbono

La huella de carbono del sector de bebidas espirituosas es relativamente baja, especialmente en comparación con otras categorías de bebidas.

En un contexto global donde la sostenibilidad constituye un pilar fundamental del desarrollo industrial y social, el sector de las bebidas espirituosas en España asume con determinación su responsabilidad medioambiental. Conscientes del impacto ecológico de nuestra actividad y de la dependencia de los recursos naturales, hemos consolidado un firme compromiso con la transición hacia un modelo de producción más eficiente, innovador y respetuoso con el entorno.

Nuestra industria se basa en la utilización exclusiva de materias primas de origen agrícola, lo que nos exige una gestión sostenible de los recursos naturales para garantizar su disponibilidad a largo plazo. Por ello, impulsamos prácticas de agricultura regenerativa, optimizamos el consumo de agua y energía, reducimos residuos y promovemos la integración de fuentes renovables en nuestros procesos productivos. Cada iniciativa emprendida busca minimizar la huella ambiental y contribuir a la protección de la biodiversidad.

Alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y el Pacto Verde Europeo, hemos implementado iniciativas transformadoras en toda la cadena de valor. Desde la innovación en destilación mediante sistemas de eficiencia energética y cogeneración, hasta el desarrollo de envases más

sostenibles con un mayor contenido reciclado y menor impacto ambiental en el transporte. Además, la digitalización de la información al consumidor y la adopción del etiquetado electrónico refuerzan nuestro compromiso con la transparencia y la educación ambiental.

Uno de los pilares clave de nuestra estrategia es la promoción de una economía circular, en la que los subproductos de la destilación se convierten en fuentes de energía o insumos para otras industrias. La reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos son principios rectores en nuestra gestión ambiental, alcanzando tasas de valorización superiores al 99 % y fomentando el uso de materiales sostenibles, como el vidrio reciclado y la madera certificada.

La sostenibilidad no solo implica la dimensión ambiental, sino también la social y económica. Nuestro sector desempeña un papel esencial en la generación de riqueza en zonas rurales, la preservación de tradiciones centenarias y la promoción de empleo sostenible. Con un firme compromiso con la inclusión y el bienestar laboral, trabajamos en estrecha colaboración con instituciones públicas y privadas para que nuestras prácticas sostenibles sean un referente tanto a nivel nacional como internacional.

Factores de huella de carbono

AGRICULTURA

25-30 %

de la huella total

DESTILACIÓN

30-40 %

de la huella total

EMBALAJE

24-37 %

de la huella total

TRANSPORTE Y VENTA

30-40 %

de la huella total

Reciclado de vidrio

España consolida sus altos niveles de recuperación de residuos de envases de vidrio y alcanza el millón de toneladas a pesar de la caída del consumo

- Las estimaciones de Ecovidrio sitúan la tasa de reciclaje de envases de vidrio en España en el 70,1%, según el nuevo método de cálculo, y supera con dos años de antelación los objetivos fijados por Europa para 2025
- El 90% de los residuos de envases de vidrio que se recuperan en España son recogidos a través del contenedor verde y separados en origen, lo que garantiza la gran calidad del reciclaje, logrando el modelo más eficaz, eficiente y sostenible ambientalmente
- Las ciudades que lideraron el ranking de aportación ciudadana a la recogida selectiva de envases de vidrio fueron San Sebastián (38,3 Kg/hab), Pamplona (31 Kg/hab), Santiago de Compostela (28,2 Kg/hab), Bilbao (26,2 Kg/hab), Palma (25,5 Kg/hab), Barcelona (23,9 Kg/hab), Granada (22,4 Kg/hab), Vitoria-Gasteiz (21,9 kg/hab), Girona (21,6 Kg/hab) y Santander (21,5 Kg/hab), todas ellas por encima de la media nacional situada en 19,2 kilogramos por habitante

LA RECOGIDA SELECTIVA EN CIFRAS



SECTOR COMPROMETIDO CON LA SOSTENIBILIDAD

COMPROMETIDOS CON EL RECICLADO DEL VIDRIO Y ASUMIENDO MAYORES RETOS



La hostelería, nuestra aliada en el reciclado de vidrio

El sector hostelero es un gran motor para la economía y el desarrollo. Somos un país de bares y nosotros trabajamos para que esos bares se comprometan con el reciclaje de envases de vidrio y contribuyan a la lucha contra el cambio climático y la sobreexplotación de los recursos.

Ecovidrio, entidad sin ánimo de lucro encargada de la gestión del reciclado de residuos de envases de vidrio en España, de la que Espirituosos de España forma parte, ha presentado los resultados del plan estratégico EcoVares correspondientes al ejercicio 2023. La entidad ha redoblado sus esfuerzos en el canal con una inversión de más de 26 millones de euros y un impacto a más de 150.000 establecimientos de 600 municipios, mediante diversas iniciativas, campañas y planes adaptados a las necesidades del sector en cada municipio.

Gracias al conocimiento y la especialización de Ecovidrio, en tan solo un año, el plan EcoVares suscrito por Hostelería de España, ha logrado situar la media nacional de establecimientos recicladores declarados en el 74 %, dos puntos porcentuales por encima de los objetivos fijados para 2023.



The background features a blue-toned image of several hands holding wooden puzzle pieces. The puzzle pieces are arranged in a row, and the hands are positioned as if they are fitting them together. Overlaid on this image is a white grid pattern that covers the entire frame. The text is positioned on the right side of the image, within a thin orange border.

**SECTOR
SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

BEBIDAS ESPIRITUOSAS, UN SECTOR COMPROMETIDO CON LA SOCIEDAD

Durante los últimos 25 años, el sector de bebidas espirituosas ha asumido un compromiso claro con la **prevención**, decidiendo formar parte activa de la solución frente al consumo abusivo e indebido de bebidas con contenido alcohólico. Un compromiso que se traduce en educación, en información y en la promoción de un modelo de consumo basado en la **responsabilidad**.

Detrás de cada dato hay una historia. Detrás de cada cifra, una decisión responsable.

Son millones de menores los que, gracias a este compromiso, cuentan hoy con más información y mejores herramientas para decidir.

Son miles de familias las que disponen de recursos para prevenir el consumo prematuro en sus hijos.

Son miles de jóvenes los que han interiorizado un mensaje claro: cuando se conduce, no se consume alcohol.

Son cada vez más los profesionales de la hostelería que integran la responsabilidad como parte de su servicio.

Pero, sobre todo, es un cambio silencioso que avanza en beneficio de la sociedad.

Porque prevenir no es solo actuar, es acompañar. Es generar confianza. Es construir cultura.

Y en ese camino, el sector seguirá avanzando con responsabilidad y con compromiso.



Los sectores del vino español y de las bebidas espirituosas han lamentado que se les mantenga en un arancel del 15 % por parte de Estados Unidos (EE.UU.) y han pedido continuar con las negociaciones hasta alcanzar el "cero por cero", así como que el Gobierno ponga en marcha medidas de apoyo para su defensa.

El vino y las bebidas espirituosas europeas quedarán sujetas a un arancel máximo del 15 % por parte de Estados Unidos bajo el acuerdo entre Bruselas y Washington para evitar la guerra comercial, pero la Comisión Europea (CE) buscará reducir la tarifa que se aplica a esta categoría de productos en futuras conversaciones con EE.UU.

La asociación Espirituosos España ha expresado su "profunda decepción" por el "fracaso de la declaración de equilibrio cero por cero" por parte de Estados Unidos y de la Unión Europea (UE).



La patronal de los espirituosos muestra su "profunda decepción" por el acuerdo entre UE-EEUU de aranceles. No incluye finalmente ni al vino ni a las bebidas espirituosas.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos. El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.

El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.



«Por cada empleo directo, generamos hasta nueve indirectos», apunta el director general de Espirituosos España en conversación con Tapas, quien, asimismo, subraya la importancia de este sector para la economía nacional y para el proseguir de las tradiciones.

«Somos embajadores de la Marca España»

«Por cada empleo directo, generamos hasta nueve indirectos», apunta el director general de Espirituosos España en conversación con Tapas, quien, asimismo, subraya la importancia de este sector para la economía nacional y para el proseguir de las tradiciones.

«Somos embajadores de la Marca España»

«Por cada empleo directo, generamos hasta nueve indirectos», apunta el director general de Espirituosos España en conversación con Tapas, quien, asimismo, subraya la importancia de este sector para la economía nacional y para el proseguir de las tradiciones.

«Somos embajadores de la Marca España»

«Por cada empleo directo, generamos hasta nueve indirectos», apunta el director general de Espirituosos España en conversación con Tapas, quien, asimismo, subraya la importancia de este sector para la economía nacional y para el proseguir de las tradiciones.



La Federación Española de Espirituosos hizo este martes un llamamiento a la responsabilidad y la moderación en el consumo de bebidas alcohólicas ante la festividad del puente de agosto.



El sector de las bebidas espirituosas en España se enfrenta a un momento crítico por el acuerdo de aranceles entre la Unión Europea y Estados Unidos.



Un informe del Instituto Coordinadas destaca que el sector de los espirituosos aporta 7.200 millones al PIB y 390.000 empleos en España.

UNA COMUNICACIÓN ACTIVA, RIGUROSA Y CONECTADA CON LA SOCIEDAD

Espirituosos España mantiene una relación continua y fluida con periodistas y medios de comunicación, trasladando de forma rigurosa y proactiva los principales asuntos de interés para el sector, desde su evolución socioeconómica hasta sus iniciativas en materia de responsabilidad social.

Asimismo, la Federación refuerza su presencia en el entorno digital, compartiendo con sus seguidores los contenidos más relevantes para el conjunto de los productores de bebidas espirituosas.

La actividad comunicativa abarca tanto el ámbito externo como el interno, incluyendo asociados y colaboradores. Este posicionamiento se ha visto reflejado en entrevistas, artículos de opinión y coberturas en medios y redes sociales.

En 2025, han destacado especialmente los temas relacionados con los aranceles, las conclusiones del informe socioeconómico del sector y la conmemoración del 25 aniversario de la Fundación Alcohol y Sociedad.

PREVENCIÓN EN MENORES: UN COMPROMISO IRRENUNCIABLE

MENORES NI UNA GOTA: 25 AÑOS PROMOVRIENDO EL CAMBIO

En 2025 se ha celebrado el 25 aniversario de la Fundación Alcohol y Sociedad (FAS), una efeméride que pone en valor el compromiso sostenido del sector con la prevención del consumo de alcohol en menores.

Tras más de dos décadas de trabajo, los programas impulsados por la FAS han alcanzado a cerca de tres millones de escolares en toda España, contribuyendo a mejorar de forma significativa los indicadores de consumo, tal y como reflejan los últimos datos de la encuesta ESTUDES, los más positivos desde el inicio de la serie histórica.



La experiencia demuestra que la prevención requiere la implicación del conjunto de la sociedad. Por ello, junto a la intervención directa con menores, se refuerzan las acciones dirigidas a adultos, promoviendo un entorno de tolerancia cero hacia el consumo en edades tempranas.

La colaboración público-privada continúa siendo un elemento clave para avanzar hacia una sociedad cada vez más concienciada, en la que iniciativas como "Menores ni una Gota" contribuyen a reducir la permisividad y a generar un cambio de comportamiento sostenido.

25 AÑOS DE PREVENCIÓN CON RESULTADOS MEDIBLES

La Fundación Alcohol y Sociedad es, desde hace más de 25 años, un referente en la formación de menores y familias en prevención del consumo de alcohol.

Su programa educativo, dirigido a jóvenes de entre 12 y 18 años, tiene como objetivos retrasar la edad de inicio, reducir la prevalencia de consumo y disminuir la cantidad ingerida por quienes ya han comenzado.

La calidad y consistencia del programa se reflejan en sus resultados:

- El 97 % de los centros educativos repite la formación cada año.
- La valoración media alcanza el 5 sobre 5 en contenidos y formadores.
- 7 de cada 10 menores mejoran sus hábitos tras la intervención, según el Instituto Deusto de Drogodependencias.

En total, cerca de 3.000.000 de estudiantes han participado en este programa, consolidando su impacto a nivel nacional.



 **~3M**
MENORES FORMADOS

 **TENDENCIA POSITIVA**
MEJORES DATOS
HISTÓRICOS (ESTUDES)

 **25 AÑOS**
DE INTERVENCIÓN
CONTINUADA

 **MODELO COLABORATIVO:**
SECTOR + ADMINISTRACIONES
+ SOCIEDAD

LAS FAMILIAS, CLAVE EN LA PREVENCIÓN

Las familias desempeñan un papel esencial en la prevención del consumo de alcohol en menores. Por ello, el programa incorpora encuentros dirigidos a padres y madres, en los que se facilitan herramientas prácticas para abordar esta realidad desde el ámbito educativo.

Estas sesiones, desarrolladas en colaboración con ayuntamientos y comunidades autónomas, se apoyan en materiales específicos como la guía elaborada por Rocío Ramos-Paúl, que recoge argumentos y recomendaciones para prevenir el consumo en adolescentes.

En 2025 se celebraron nueve encuentros con la participación de más de 760 familias. Desde el inicio de la iniciativa, se ha alcanzado a más de 13.000 familias en más de 80 sesiones.

La Red "Menores ni una Gota" continúa ampliando su alcance, superando los 300 ayuntamientos e instituciones adheridas y llegando a una población de más de 13,5 millones de personas.



+760 FAMILIAS (2025)



+13.000 FAMILIAS
IMPACTO ACUMULADO



80 ENCUENTROS



+300 AYUNTAMIENTOS
ADHERIDOS A LA RED



+13,5 MILLONES
DE PERSONAS
ALCANCE DE LA RED



CONSUMO CERO EN EMBARAZO Y LACTANCIA

En colaboración con la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia y la Asociación Española de Matronas, se desarrolla la campaña "Sal de cuentas con cero alcohol", orientada a reforzar el mensaje de consumo cero durante el embarazo y la lactancia.

A través de esta iniciativa, se proporciona información y materiales a profesionales sanitarios en más de 1.000 centros de salud, contribuyendo a la promoción de hábitos saludables en esta etapa.



MOVILIDAD SEGURA: EL COMPROMISO CON EL 0,0

 **17 ACCIONES** (2025)

 **+500 CONDUCTORES ALTERNATIVOS** (2025)

Desde el año 2000, Espirituosos España impulsa iniciativas dirigidas a concienciar sobre la incompatibilidad entre alcohol y conducción, con especial foco en la población joven.

El programa “Los Noc-Turnos” promueve la figura del conductor alternativo como la opción más segura en los desplazamientos asociados al ocio, reforzando el mensaje de que la única tasa segura al volante es 0,0.



+17.000 CONDUCTORES
(HISTÓRICO)



APOYO INSTITUCIONAL
DGT **UNIJEPOL**

La iniciativa cuenta con el respaldo del Congreso de los Diputados y de entidades como la Dirección General de Tráfico o UNIJEPOL, y ha sido reconocida con diversos galardones.

En 2025 se desarrollaron 17 acciones en distintas ciudades, en las que más de 500 conductores fueron reconocidos por su comportamiento responsable.



HOSTELERÍA: UN ALIADO CLAVE EN EL CONSUMO RESPONSABLE

El programa “Tú Sirves, Tú Decides” promueve un servicio responsable de bebidas alcohólicas en el sector hostelero, clave en la cadena de valor del sector.

Desde su puesta en marcha, se ha formado a más de 16.000 profesionales, estudiantes y empresarios de hostelería, en colaboración con más de 600 empresas y 60 escuelas de hostelería.

En 2025 se desarrollaron 15 acciones formativas en distintas ciudades, reforzando el papel de la hostelería como agente activo en la promoción de un consumo responsable y en la prevención de conductas de riesgo.



+16.000 PROFESIONALES



+600 EMPRESAS



60 ESCUELAS DE HOSTELERÍA



20 AÑOS DE FORMACIÓN





UNIVERSIDAD: NUEVOS PRESCRIPTORES DE CONSUMO RESPONSABLE

La concienciación sobre el consumo responsable se ha consolidado también en el ámbito universitario, a través de iniciativas que fomentan la formación y la comunicación entre iguales.

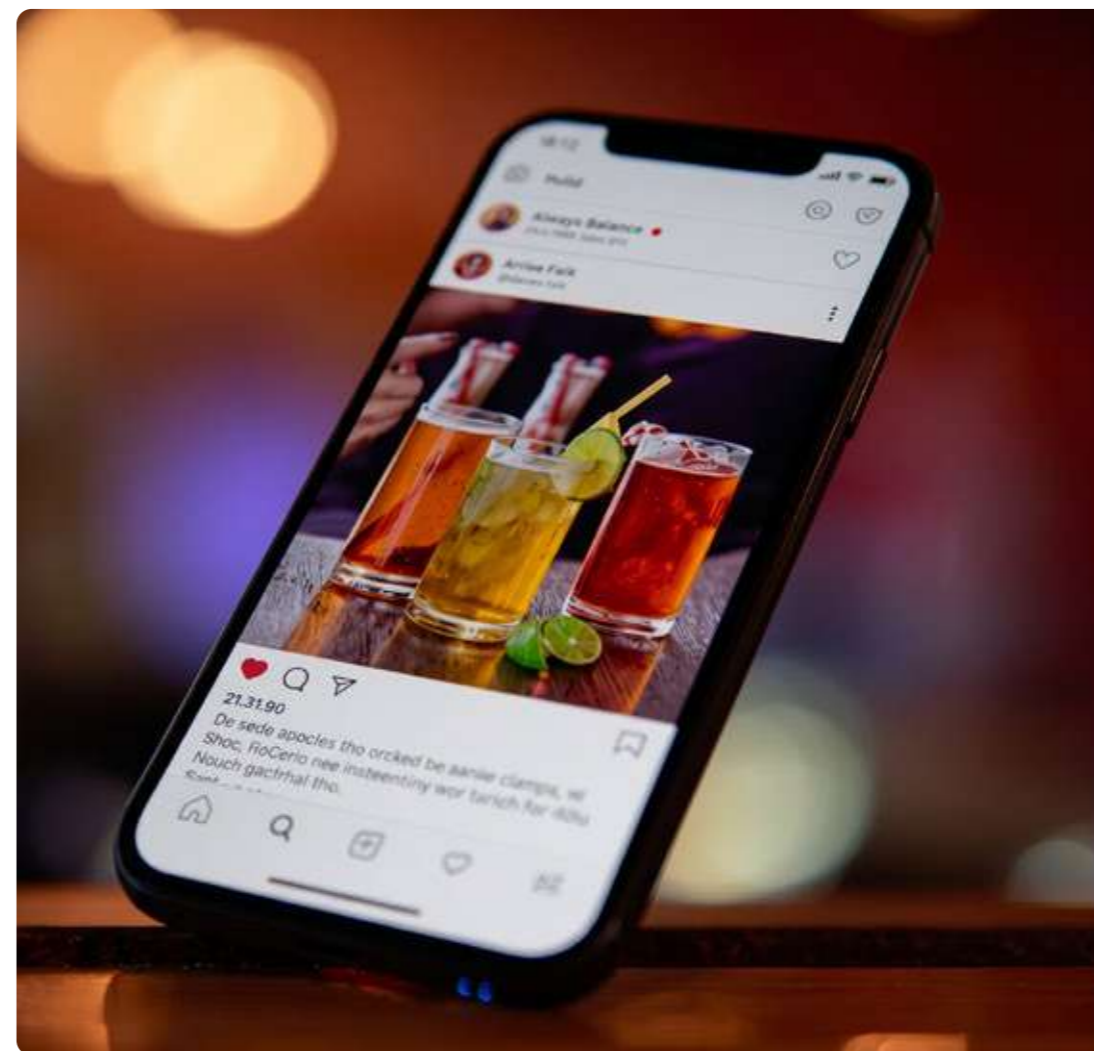
Estas acciones permiten que los propios estudiantes se conviertan en prescriptores de hábitos responsables dentro de su entorno,



adaptando los mensajes a los códigos y dinámicas de su generación.

El programa cuenta con la colaboración de numerosas universidades españolas y se complementa con un concurso anual que premia las mejores propuestas creativas en materia de consumo responsable.

En 2025, la campaña ganadora del certamen europeo United in Moderation ha puesto el foco en la calidad del disfrute frente al exceso, bajo el claim "No es quien corre más, sino quien disfruta mejor".



AUTORREGULACIÓN: ADAPTARSE A UN ENTORNO DIGITAL EN EVOLUCIÓN

La transformación del ecosistema comunicativo ha reforzado la importancia de la autorregulación como herramienta clave para garantizar una comunicación responsable.

En este contexto, Espirituosos España ha actualizado su Código de Autorregulación para adaptarlo a los nuevos formatos digitales, incorporando criterios específicos para redes sociales, influencers y nuevos productos como las versiones 0.0 y de baja graduación.

Estas modificaciones refuerzan el compromiso del sector con una publicidad ética, veraz y responsable, especialmente en la protección de los menores y otros colectivos vulnerables.

Asimismo, se han establecido mecanismos adicionales para limitar la exposición de estos contenidos a menores, incluyendo sistemas de verificación de edad en entornos digitales.



ESPIRITUOSOS
ESPAÑA

