DEFENSORÍA DEL PUEBLO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos



INFORME · 15 DE NOVIEMBRE, DÍA MUNDIAL SIN ALCOHOL

En Argentina se consumirían más de 4,5 millones de litros de alcohol por día

Cae el consumo masivo, pero el alcohol crece: se mudó del súper al kiosco, al almacén y al celular

Informe institucional
Noviembre de 2026
La Plata, Provincia de Buenos Aires

15 DE NOVIEMBRE · DÍA MUNDIAL SIN ALCOHOL

En Argentina se consumirían más de 4,5 millones de litros de alcohol por día

Cae el consumo masivo, pero el alcohol crece: se mudó del súper al kiosco, al almacén y al celular. Argentina es uno de los principales consumidores de alcohol de América Latina.

El Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos de la Defensoría del Pueblo bonaerense, a cargo de Walter Martello, cruzó datos de ventas con relevamientos de consumo: mientras los supermercados venden menos, el alcohol crece en kioscos, almacenes y aplicaciones, y los adolescentes empiezan a tomar cada vez antes.

En la previa del 15 de noviembre, Día Mundial sin Alcohol, la Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires presentó un informe que pone en evidencia que la foto de la góndola no es la foto completa.

En 2025 la venta de bebidas alcohólicas cayó 8,9% en supermercados y autoservicios, pero creció 15,3% en kioscos y almacenes y otro 15,3% en el comercio electrónico. Resultado: en el total de canales relevados por la consultora Scentia, el volumen de bebidas con alcohol no bajó, sino que subió 2,3%.

En 2026 la tendencia se profundizó. En el primer semestre, el consumo masivo cayó 2,9%, pero las bebidas con alcohol crecieron 2,6%: fueron la única canasta en alza. En junio, mientras el consumo general caía 2,7%, el alcohol subió 9,4%, con saltos de 61,8% en la venta online y de 10% en kioscos y almacenes.

“El alcohol no bajó: se mudó. Salió de la caja del súper y llegó al kiosco de la esquina y al celular, que son justamente los lugares donde el control de edad es más débil”, explicó Walter Martello, Defensor del Pueblo Adjunto.

Lo que el país toma en 24 horas

Para dimensionar la fecha, la Defensoría estimó cuánto alcohol se vende en un día promedio en el país:

LO QUE EL PAÍS TOMA EN 24 HORAS

Más de 4,5 millones de litros de alcohol por día

Estimación de la venta diaria de vino y cerveza en Argentina

Componente	Litros por día	Equivalencia
Vino (despachos al mercado interno, INV 2026)	≈ 1,9 millones	2,5 millones de botellas de 750 cc
Cerveza (canales relevados por Scentia, 2025)	≈ 2,6 millones	5,5 millones de latas de 473 cc
Total estimado	**≈ 4,5 millones**	**Más de 3.100 litros por minuto**

Estimación propia. Vino: promedio de los cinco meses de 2026 con dato publicado por el INV. Cerveza: 953 millones de litros vendidos en 2025 en los canales que mide Scentia. Es un piso: no incluye fernet, aperitivos, destilados, tragos listos, bares ni venta informal.

Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires
Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos

Es un piso. No incluye el fernet y los aperitivos —solo el fernet supera los 19 millones de litros anuales en supermercados y almacenes—, ni los tragos listos para tomar, que crecieron 14% en 2025 hasta 54,5 millones de litros, ni los destilados, el consumo en bares y restaurantes o la venta informal. Si el país cumpliera el Día Mundial sin Alcohol, dejarían de venderse al menos 4,5 millones de litros en 24 horas: el equivalente a 2,5 millones de botellas de vino y 5,5 millones de latas de cerveza.

Fernet, aperitivos y destilados: lo que no se mide

Justamente las bebidas que más crecen entre los adolescentes son las que tienen menos datos públicos:

- **El fernet es la tercera bebida alcohólica más vendida del país,** detrás de la cerveza y el vino, con más de 19 millones de litros anuales solo en supermercados y almacenes. Argentina concentra más del 80% del consumo mundial.
- **Los aperitivos fueron la categoría de mayor crecimiento antes de la crisis:** +18,7% en volumen en el primer semestre de 2023, frente a una caída del vino. En el primer semestre de 2024 cayeron 20,4%, y desde entonces no hay un dato público desagregado.
- **Las bebidas espirituosas representan cerca del 5% del volumen total,** pero con una graduación muy superior a la de la cerveza o el vino; dos tercios se consumen mezcladas en tragos.

No existe hoy un dato público, actualizado y completo de ventas de fernet, aperitivos y destilados. Es un vacío relevante, porque es exactamente hacia donde se desplazó el consumo adolescente.

El trabajo también muestra una brecha social a partir de un relevamiento reciente de la Ciudad de Buenos Aires: **toman más alcohol los sectores de mayores ingresos (72,8% en el último mes, contra 49,2% en los sectores más pobres),** pero el **consumo de riesgo se duplica en los hogares de nivel socioeconómico muy bajo (9% contra 4,4%) y llega al 11,8% entre quienes solo tienen cobertura pública de salud.**

Entre sus propuestas, la Defensoría plantea reforzar la prevención, exigir verificación real de edad en la venta online, por delivery y en kioscos, actualizar la Ley Nacional 24.788 de lucha contra el

alcoholismo —vigente desde 1997— y contar con una encuesta provincial periódica de consumo, ya que la última medición nacional data de 2022.

El informe cruza tres tipos de fuentes que habitualmente se publican por separado: las estadísticas de comercialización (lo que se vende y dónde), los relevamientos de consumo en adolescentes (cuándo y cómo se empieza) y los estudios poblacionales recientes (quién toma y con qué riesgo).

La tesis es simple: la crisis cambió dónde se compra el alcohol, no cuánto se toma. Y lo llevó a los canales más cercanos a los chicos. El problema no es de bolsillo; es de prevención.

Se vende distinto: del súper al kiosco y al celular

Las series de comercialización de 2025 muestran que la caída en los supermercados fue compensada, y superada, por el crecimiento de los canales de proximidad y digitales:

SE VENDE DISTINTO

2025: el alcohol se mudó del súper al kiosco y al celular

Indicadores de comercialización de bebidas alcohólicas por canal

Indicador	Dato	Período	Fuente
Bebidas con alcohol, total de canales relevados	**+2,3%**	**2025 vs. 2024**	**Scentia**
Supermercados y autoservicios	**−8,9%**	2025 vs. 2024	Scentia
Grandes cadenas de supermercados	**−15,0%**	2025 vs. 2024	Scentia
Mayoristas	**−1,8%**	2025 vs. 2024	Scentia
Kioscos y almacenes	**+15,3%**	2025 vs. 2024	Scentia
Comercio electrónico	**+15,3% (dic.: +40,3%)**	2025 vs. 2024	Scentia
Delivery de cerveza por aplicación	**3,8 M litros (+34%)**	2025	PedidosYa
Cerveza, total de canales relevados	**953 M litros (−0,3%)**	2025	Scentia
Vino, ventas al consumidor	**337 M litros (+6,6%)**	2025	Scentia
Vino, despachos desde bodega	**−2,7%**	2025	INV
Tragos listos para tomar (RTD)	**54,5 M litros (+14%)**	2025	Euromonitor

Fuentes: Scentia (vía Observatorio Vitivinícola Argentino), Instituto Nacional de Vitivinicultura, PedidosYa y Euromonitor. Variaciones en volumen.

Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires
Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos

El informe de Scentia de junio de 2026 confirma que la tendencia continúa. Mientras el consumo masivo cae en todos los canales salvo el comercio electrónico, el alcohol es la única canasta que crece en el acumulado del año:

PRIMER SEMESTRE 2026

Cae el consumo masivo, pero el alcohol crece

Variación en volumen respecto del mismo período de 2025

Canal	Junio 2026	Enero–junio 2026
Consumo masivo, total de canastas	−2,7%	−2,9%
Bebidas con alcohol, total de canales	**+9,4%**	**+2,6%**
Supermercados de cadena	+6,5%	−4,4%
Autoservicios independientes	+9,4%	+2,7%
Mayoristas	−3,1%	−4,8%
Kioscos y almacenes	+10,0%	+4,9%
Comercio electrónico	+61,8%	+37,7%

Fuente: Scentia, Tendencias de consumo masivo, total canales, junio 2026. El salto de junio coincide con el inicio del Mundial de fútbol; el acumulado del semestre es el dato más sólido.

Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires
Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos

Dos aclaraciones. El salto de junio coincide con el inicio del Mundial de fútbol, que suele impulsar la venta de cerveza; por eso el dato más sólido es el acumulado del semestre, que igualmente muestra al alcohol como la única canasta en crecimiento. Y el comercio electrónico crece en todas las categorías (+34,8% en el semestre), pero el alcohol lo hace por encima de ese promedio (+37,7%).

En el vino, la tendencia de largo plazo es de baja: el consumo por habitante pasó de 18,2 litros en 2021 a 15,8 en 2025, según estimaciones del CEPA sobre datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura. Pero incluso ahí se ve la mudanza de canal: en 2025 las ventas de vino cayeron 2% en supermercados y mayoristas y crecieron 17% en kioscos y almacenes.

Se empieza a tomar antes

El relevamiento del Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos de la Defensoría del Pueblo, realizado junto a la Dirección General de Cultura y Educación entre estudiantes bonaerenses de 12 a 21 años (2023–2024, presentado en 2025), muestra que el inicio llega cada vez más temprano:

SE EMPIEZA A TOMAR ANTES

7 de cada 10 adolescentes empiezan antes de los 15 años

Inicio y patrones de consumo en estudiantes bonaerenses de 12 a 21 años

Indicador	Dato
Chicos y chicas que empezaron a tomar antes de los 15 años	**7 de cada 10**
Adolescentes que se iniciaron en la niñez (antes de los 12 años)	**12 de cada 100**
Chicas que probaron alcohol antes de los 14 años	**77,7%**
Varones que probaron alcohol antes de los 14 años	**71,5%**
Toma al menos dos copas cuando consume	**61,6%**
Toma más de cinco copas en una misma ocasión	**13,9%**

Fuente: Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos, Defensoría del Pueblo PBA, y Dirección General de Cultura y Educación. Relevamiento 2023–2024, presentado en 2025.

Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires
Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos

Dos novedades se destacan. Por primera vez, la proporción de chicas que se inicia temprano supera a la de los varones. Y la bebida predominante dejó de ser la cerveza: el consumo adolescente migró a bebidas de alta graduación como el fernet, el vodka y el gin.

El marco nacional confirma la magnitud del fenómeno: según la Encuesta Nacional sobre Consumos y Prácticas de Cuidado (Sedronar–INDEC, 2022), el 84,7% de la población de 16 a 75 años consumió alcohol alguna vez, y en el último mes lo hizo el 62,1% de los varones y el 41% de las mujeres.

Toman más los que más tienen; el daño lo paga el que menos tiene

El estudio poblacional más reciente disponible es el de la Ciudad de Buenos Aires (Gobierno de la Ciudad y Observatorio de la Deuda Social Argentina de la UCA), con 6.000 casos de 18 a 75 años relevados entre octubre y diciembre de 2024 y publicado en abril de 2025. Sus resultados muestran una brecha que debería orientar la política pública:

LA BRECHA

Toman más los que más tienen; el riesgo se duplica en los que menos tienen

Consumo de alcohol según nivel socioeconómico, población de 18 a 75 años

Indicador	Nivel medio alto	Nivel muy bajo
Bebió alcohol en el último mes	**72,8%**	**49,2%**
Consumo con algún nivel de riesgo (entre quienes beben)	**4,4%**	**9,0%**

Fuente: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y Observatorio de la Deuda Social Argentina (UCA), Estudio de línea de base sobre prácticas de riesgo adictivo, abril 2025. Riesgo medido con la escala AUDIT.

Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires
Observatorio de Adicciones y Consumos Problemáticos

El acceso al alcohol es mayor en los sectores de más ingresos, pero el consumo de riesgo se duplica en los sectores más pobres. La diferencia se repite según la cobertura de salud: entre quienes solo tienen cobertura pública, el 11,8% presenta un consumo con algún nivel de riesgo, frente al 5,8% de quienes tienen prepaga. Además, el 46% de los adultos que beben lo hace principalmente en su casa, un ámbito que escapa a cualquier control.

Qué nos dicen los datos

1. **El alcohol no bajó: se mudó.** En 2025 la caída en supermercados (−8,9%) fue más que compensada por kioscos, almacenes y comercio electrónico, y el total creció 2,3%. En el primer semestre de 2026 fue la única canasta de consumo masivo en alza (+2,6%).
2. **Los canales que crecen son los de menor control de edad:** el kiosco, el almacén y las aplicaciones; la venta online de alcohol creció 37,7% en el primer semestre de 2026.
3. **Se empieza antes y con bebidas más fuertes:** 7 de cada 10 adolescentes se inician antes de los 15 años, las chicas ya superan a los varones y crece el consumo de fernet, vodka y gin.
4. **El riesgo se concentra en los sectores más vulnerables,** que dependen del sistema público de salud.
5. **Faltan datos:** la última medición nacional de consumo es de 2022, y no hay datos públicos actualizados de fernet, aperitivos y destilados.

Metodología y fuentes

Este informe combina fuentes de distinta naturaleza, cada una con su alcance:

- **Ventas al consumidor (Scentia):** supermercados de cadena, autoservicios independientes, mayoristas, kioscos y comercios tradicionales, farmacias y comercio electrónico (venta online de cadenas, farmacias, perfumerías y plataformas); más de 8.000 puntos de venta en la muestra. No incluye bares, restaurantes y hoteles ni la venta informal.
- **Vino (INV y CEPA):** despachos desde bodega al mercado interno, todos los canales; el consumo per cápita es una estimación del CEPA con población total.
- **Delivery (PedidosYa) y tragos listos (Euromonitor):** datos de empresa y consultora difundidos por la prensa especializada.

- **Adolescentes (Observatorio de la Defensoría PBA y DGCyE):** estudiantes bonaerenses de 12 a 21 años, relevamiento 2023–2024.
- **Población adulta (GCBA y ODSA-UCA):** representativo de CABA, no extrapolable sin más a la Provincia.
- **Estimación de litros por día:** cálculo propio sobre vino y cerveza; representa un piso.

Fuentes consultadas

- Scentia – Tendencias de consumo masivo, total canales, junio 2026 (informe)
- Observatorio Vitivinícola Argentino – Scentia, cierre 2025 por canal
- Ámbito – El mercado de bebidas alcohólicas redefine su estrategia (octubre 2026)
- Scentia vía OVA – ventas de vino y cerveza 2025 (Diario de Cuyo)
- INV – despachos de vino diciembre y cierre 2025 (Diario de Cuyo)
- INV – despachos de vino mayo 2026 (Los Andes)
- CEPA – Desempeño del mercado interno vitivinícola (datos INV)
- Scentia – aperitivos y destilados, primer semestre 2024 (Los Andes)
- Scentia – aperitivos, primer semestre 2023 (Diario de Cuyo)
- Forbes Argentina – el fernet, tercera bebida alcohólica más vendida
- Forbes Argentina – aperitivos y datos de FADA
- Observatorio de Adicciones, Defensoría del Pueblo PBA – consumo de alcohol en adolescentes
- GCBA y ODSA-UCA – Estudio de línea de base sobre prácticas de riesgo adictivo en CABA (abril 2025)
- Sedronar – ENCoPraC 2022, resultados sobre bebidas alcohólicas