vinetur

Black & White, el “whisky de los perritos”, llega a España a un precio imbatible

La marca de Diageo recupera su imagen de los dos terriers y apunta al consumidor que busca sencillez

lunes 18 de mayo de 2026



Black & White, el histórico blended Scotch Whisky conocido popularmente como el whisky de los perritos, ya está disponible en España de la mano de Diageo. La marca aterriza en el mercado español con una propuesta que combina precio contenido, una imagen muy reconocible y una trayectoria de 140 años.

La compañía presenta este whisky con un precio de venta recomendado de 7,99 euros y en botella de 70 cl. Diageo lo sitúa como una opción pensada para quienes buscan una bebida de sabor suave, equilibrado y fácil de tomar, tanto sola como en combinados.

La marca pertenece a la Casa Buchanan’s y fue creada por James Buchanan, uno de los nombres históricos del Scotch. Según la información difundida por la empresa, Black & White nació con la idea de ofrecer un whisky accesible para distintos paladares, con una mezcla de calidad y sencillez que sigue siendo la base de su posicionamiento actual.

El perfil organoléptico que describe la compañía incluye notas suaves, afrutadas y cítricas, además de matices de cereales y vainilla. Diageo subraya que su carácter ligero y equilibrado lo hace apto para un consumo directo y también para mezclas, una versatilidad que forma parte de su presentación comercial en España.

Uno de los elementos más reconocibles de la marca es su etiqueta, protagonizada por dos terriers: un Scottish Terrier negro y un West Highland White Terrier blanco. La empresa recuerda que James Buchanan, aficionado a los perros, eligió esta pareja como símbolo de contraste entre blanco y negro, elegancia y cercanía, tradición y sencillez. Con el tiempo, esos dos animales se convirtieron en una seña de identidad internacional.

En muchos mercados, sobre todo en Latinoamérica, Black & White es conocido directamente como el whisky de los perritos. Ese apodo ha acompañado a la marca durante generaciones y, según Diageo, conecta de forma natural con una parte importante del público español, donde viven más de cuatro millones de personas de origen latinoamericano. La compañía considera que esa familiaridad puede facilitar su entrada en el mercado nacional.

Black & White figura entre los whiskies más vendidos de Latinoamérica, de acuerdo con la información facilitada por la empresa. Su llegada a España se plantea así como una oportunidad para reencontrarse con una referencia ya conocida por muchos consumidores y para presentarla a nuevos públicos desde una posición de precio accesible.

La marca también apoya su lanzamiento en su historial de reconocimientos. Black & White recibió la Doble Medalla de Oro en la San Francisco World Spirits Competition en 2023 y 2024, un certamen que Diageo describe como uno de los más relevantes del sector internacional de bebidas espirituosas. La empresa utiliza ese aval para reforzar

la idea de que se trata de una alternativa asequible sin renunciar a la calidad.

Más allá de su presencia comercial, Black & White ha tenido recorrido en la cultura popular. La compañía señala que la marca ha aparecido vinculada al cine, la literatura y a figuras conocidas. Entre las referencias citadas figura su mención en el universo de James Bond, a través de Ian Fleming, además de su relación con nombres como Dean Martin y con cortes reales como la británica y la japonesa.

Sebastián Díaz, Head of Marketing Whisky & Malts Iberia en Diageo España, afirma que con Black & White la empresa quiere ofrecer al consumidor un whisky con historia, calidad reconocida internacionalmente y un precio realmente accesible. Añade que la identidad visual de la marca, con sus dos terriers, le da un rasgo propio dentro de la categoría.

La compañía presenta el lanzamiento como una propuesta que invita a redescubrir el whisky desde la sencillez, la historia y el disfrute compartido. Black & White ya se comercializa en España con su formato de 70 cl y un PVP recomendado de 7,99 euros.