vinetur

La guerra en Oriente Próximo golpea al mercado mundial de las bebidas

El petróleo caro, Ormuz bloqueado y el vidrio al alza golpean a bodegas, cerveceras y destilerías en plena caída del consumo

miércoles 10 de junio de 2026



La advertencia lanzada por Naciones Unidas sobre el riesgo de una crisis alimentaria ligada a la guerra en Oriente Próximo tiene una derivada directa sobre el negocio de las bebidas alcohólicas. El encarecimiento del petróleo, el bloqueo de rutas marítimas y la

subida de fertilizantes, vidrio y transporte están presionando a bodegas, cerveceras y grupos de destilados en un momento de menor consumo. Fuentes del Programa Mundial de Alimentos y de la FAO han vinculado en junio el cierre del Estrecho de Ormuz y la tensión en la zona con un aumento del precio de la energía y con más dificultades para mover alimentos y materias primas.

El aviso no se limita a los países con inseguridad alimentaria. También alcanza a una industria que depende del gas natural para fabricar botellas, del diésel para mover mercancías y de cereales como cebada, trigo o maíz para producir cerveza y parte de los destilados. En paralelo, el vino sufre por el peso del vidrio en los envíos largos y por la caída del consumo en mercados maduros como España.

El cierre efectivo del Estrecho de Ormuz a finales de febrero alteró una de las principales arterias del comercio marítimo. Varias navieras suspendieron sus tránsitos por la zona y desviaron barcos por el Cabo de Buena Esperanza. Ese rodeo añade entre 10 y 14 días al viaje entre Asia y Europa, con casos que llegan a tres semanas por congestión portuaria. Para el vino europeo enviado a Asia, operadores del sector sitúan ya los plazos por encima de los 45 días frente a los cerca de 30 habituales antes de la crisis.

Ese retraso tiene un efecto inmediato sobre productos sensibles al calor, como vino y cerveza. Muchas empresas necesitan contenedores refrigerados para reducir daños durante trayectos más largos, pero la oferta es limitada. A eso se suman recargos por combustible, primas de seguro más altas y tarifas marítimas al alza. Estudios citados por firmas logísticas y por el Departamento de Transporte de Estados Unidos apuntan a que un barril en niveles de 150 o 200 dólares puede llevar el envío de un contenedor de 40 pies hasta una horquilla de 10.000 a 15.000 dólares.

Para una bodega que exporta botellas pesadas, esa cifra cambia por completo la cuenta de resultados. El problema no afecta igual a todos los segmentos. Los vinos baratos, la cerveza de gran volumen y parte del negocio masivo de destilados tienen menos margen para absorber ese golpe. En cambio, las categorías con precios altos conservan más capacidad para trasladar parte del aumento al consumidor final.

España también nota el efecto secundario en sus puertos. El desvío de rutas ha elevado el tráfico de transbordo en enclaves mediterráneos como Barcelona, según análisis logísticos publicados en los últimos meses. Cuando varios buques llegan al mismo tiempo tras rutas más largas, las terminales se saturan y aumenta el riesgo de retrasos, cambios de escala o costes extra en tierra. Para importadores y exportadores eso supone más incertidumbre sobre fechas de entrega y más gasto en almacenaje y transporte interior.

La presión no termina en el mar. La agricultura soporta otra parte del impacto por la relación entre gas natural y fertilizantes nitrogenados. La región del Golfo concentra una parte muy alta del comercio internacional de urea y amoníaco. Si esa oferta se interrumpe o se encarece, sube el precio del abonado justo cuando muchos agricultores deciden qué sembrar. La FAO ha calculado aumentos medios del 15% al 20% en fertilizantes durante la primera mitad del año, mientras encuestas agrarias en mercados clave muestran que muchos productores no pueden comprar toda la cantidad que necesitan.

En la cerveza esa tensión se traduce en más presión sobre la cebada maltera. El cereal compite además con el mercado de piensos cuando trigo y maíz suben o escasean. Datos del FMI recogidos por bases estadísticas internacionales muestran que la cebada ha repuntado esta primavera respecto a los meses previos. Aunque sigue lejos de los máximos vistos tras la invasión rusa de Ucrania, el problema actual no está solo en el precio del grano, sino en la suma con energía, secado, malteado y transporte.

Las cerveceras artesanas son especialmente sensibles porque trabajan con maltas concretas y lotes pequeños. Tienen menos capacidad para negociar compras grandes o cambiar recetas sin afectar al producto final. En destilados ocurre algo parecido con categorías ligadas a cereales específicos, como ciertos whiskies.

El vidrio es otro punto débil para todo el sector. Fabricar botellas exige hornos continuos a más de 1.500 grados y un uso intensivo de gas natural. La Administración de Información Energética de Estados Unidos recuerda que cerca del 73% de la energía usada en este proceso procede del gas. Cuando ese suministro sube o falla, los fabricantes aplican recargos energéticos que terminan llegando a bodegas, cerveceras

y destilerías.

Además, mover vidrio vacío desde Asia o desde otros centros productores resulta cada vez menos eficiente si las rutas son más largas y caras. El resultado es doble: botellas más caras y mayor riesgo de falta puntual de stock. Algunas referencias históricas ayudan a medir el problema: asociaciones industriales europeas llegaron a comunicar subidas muy fuertes en botellas durante anteriores episodios energéticos, y varias empresas temen repetir ese escenario si persiste la tensión en Oriente Próximo.

Esa combinación está acelerando cambios que hace pocos años avanzaban con mucha lentitud. El vino en lata gana terreno en algunos mercados porque pesa menos, ocupa mejor el espacio logístico y protege bien frente a luz y oxígeno. También crecen las botellas PET y rPET para segmentos concretos, sobre todo donde prima la conveniencia o donde el producto no necesita largas crianzas en botella. El cartón aséptico entra igualmente en la conversación para vinos jóvenes y bebidas listas para beber.

No es solo una cuestión ambiental. Es una decisión industrial ligada al ahorro logístico y energético. Una botella PET puede pesar cerca de un 87% menos que su equivalente en vidrio, según estudios técnicos citados por fabricantes y centros universitarios. Eso reduce gasto en transporte terrestre y marítimo. Las latas también mejoran la eficiencia por palé y por contenedor.

Mientras tanto, el consumidor compra menos o baja un escalón en precio. Informes recientes de IWSR indican que en 2025 el volumen total consumido cayó un 2% en sus principales mercados analizados, mientras el valor bajó un 4%. Esa diferencia apunta a un cambio claro: no solo se venden menos bebidas alcohólicas; también se venden referencias más baratas o sujetas a promoción.

La llamada premiumización pierde fuerza después de años siendo uno de los motores del sector. Las categorías superiores dentro de los destilados han sufrido retrocesos fuertes en valor, mientras las gamas básicas resisten mejor. En hostelería pesa además otro factor: salir cuesta más por la inflación general en alimentación, energía y transporte, así que parte del consumo se desplaza al hogar.

En ese escenario hay dos áreas que mantienen mejor tono: las bebidas listas para beber y las opciones sin alcohol o con baja graduación. Los RTD siguen creciendo porque ofrecen control del gasto por unidad y formatos cómodos para casa o reuniones informales. Las referencias sin alcohol avanzan apoyadas en hábitos ligados a salud y moderación, sobre todo entre consumidores jóvenes.

Las grandes compañías ya están ajustando estructura para proteger márgenes. Heineken anunció este año un recorte aproximado de 6.000 empleos dentro de su plan EverGreen 2030. En su actualización trimestral explicó que mantiene crecimiento moderado en ingresos, pero avisó también sobre el efecto combinado del precio de la energía, la inflación derivada del conflicto con Irán y una demanda más débil en varios mercados americanos.

AB InBev trabaja otra vía: reducir consumo energético e intentar asegurar materias primas mediante programas agrícolas propios o acuerdos con productores. La lógica es simple: si cebada, fertilizantes y energía son más inestables, conviene tener mayor control sobre parte del suministro.

En destilados se aprecia una diferencia entre modelos empresariales. Pernod Ricard ha reforzado su apuesta por marcas altas y carteras más concentradas, mientras Diageo ha comunicado ajustes tras sufrir caídas relevantes en Norteamérica y América Latina durante su tercer trimestre fiscal cerrado en marzo. La compañía británica ha puesto en marcha un plan para ahorrar 300 millones de dólares antes del cierre del año e incluye ventas de activos no estratégicos.

España ofrece una imagen clara del problema porque combina caída interna del vino con nuevas obligaciones regulatorias sobre envases. La Interprofesional del Vino de España ha informado este año de un descenso interanual del 4,2% hasta enero, con un consumo interior situado en torno a 9,3 millones de hectolitros. Otras series sitúan niveles aún más bajos según canal y metodología.

La pérdida no responde a una sola causa. Influyen los cambios generacionales, el avance de cerveza, refrescos funcionales y RTD entre públicos jóvenes, además del menor gasto doméstico cuando suben alimentos básicos y suministros energéticos. En supermercados cae el volumen vendido aunque suba algo el precio medio por litro.

Para muchas bodegas eso significa menos caja disponible justo cuando tienen capital inmovilizado durante meses o años en vino almacenado.

Las exportaciones ya no compensan como antes porque enviar vino fuera es más caro e incierto que hace unos meses. Asia aparece entre los destinos más afectados por tiempos largos y fletes altos. Si además se trabaja con botellas pesadas o gamas medias con poco margen unitario, muchas operaciones dejan de ser rentables.

A esta situación se suma un calendario regulatorio exigente en la Unión Europea. El próximo 12 de agosto entrarán plenamente en vigor obligaciones ligadas al nuevo reglamento europeo sobre envases y residuos de envases, conocido como PPWR. Las empresas deberán revisar reciclabilidad real, materiales usados en etiquetas y cierres, presencia de sustancias restringidas y documentación técnica sobre conformidad ambiental.

Para vinos y destilados eso obliga a revisar diseños muy extendidos: botellas oscuras difíciles de separar, lacres decorativos, etiquetas complejas o cajas sobredimensionadas pensadas para reforzar imagen comercial. Cuanto peor sea el comportamiento ambiental del envase, mayor será previsiblemente la carga económica asociada a su gestión futura dentro de los sistemas colectivos.

Después llegará otra modificación relevante para parte del mercado español: el sistema de depósito, devolución y retorno previsto para noviembre sobre latas, botellas plásticas y formatos tipo brik hasta tres litros. El esquema contempla un depósito mínimo visible para el comprador que recuperará al devolver el envase vacío en puntos habilitados.

Aunque el vidrio queda fuera en esta primera fase, sí afecta a cerveza, sidra, refrescos alcohólicos listos para beber y otras categorías vendidas en lata o plástico. Para supermercados supone instalar máquinas o adaptar procesos; para fabricantes implica rediseñar logística e identificación; para bares añade gestión adicional sobre envases consumidos fuera o dentro del local.

El resultado es una cadena entera bajo presión: agricultores que pagan más por fertilizar; fabricantes que pagan más por energía; navieras que cobran más por rutas largas; bodegas que venden menos vino dentro de España; cerveceras que ajustan empleo; grupos internacionales que revisan cartera; distribuidores que preparan nuevos sistemas ambientales; consumidores que cambian hábitos ante precios más altos.

Las señales recogidas este mes por organismos internacionales muestran que una crisis nacida alrededor del petróleo puede terminar alterando desde la seguridad alimentaria hasta la forma misma en que se embotella una bebida alcohólica. En España esa relación ya se percibe tanto en las cuentas empresariales como en decisiones industriales que hace poco parecían lejanas: usar menos vidrio, acercar el embotellado al mercado final o apostar por formatos ligeros para mantener abiertas rutas comerciales cada vez más caras e inciertas.