vinetur

Europa del Este gira hacia whiskies y bebidas suaves mientras el vodka pierde terreno

La guerra en Ucrania, la presión fiscal polaca y los sabores aceleran el cambio del mercado regional

jueves 18 de junio de 2026



La guerra en Ucrania, los cambios fiscales en Polonia y la evolución del consumo están reordenando el mercado de los espirituosos en Europa del Este, una región donde el vodka sigue siendo la categoría dominante, pero donde el whisky, los productos con sabores y las bebidas de menor graduación ganan espacio.

Uno de los casos más claros es Ucrania. Cuatro años después de la invasión rusa, Nemiroff mantiene su actividad en un entorno que su consejero delegado, Yuriy Sorochynskiy, define como una situación de guerra permanente. A finales del año pasado, un contenedor con productos de la compañía fue alcanzado por un ataque ruso con misiles en el puerto ucraniano de Odesa. Pese a ello, Sorochynskiy aseguró en enero que la empresa sigue operando con una logística basada sobre todo en el transporte por carretera.

El directivo señaló que la compañía no tiene problemas logísticos graves, aunque sí más trámites en las fronteras. Antes de la guerra, un envío tardaba tres días en llegar a Europa central y cinco al Reino Unido. Ahora, ese plazo se sitúa entre 10 días y dos semanas. Aun así, sostiene que los tiempos son más o menos previsibles.

Sorochynskiy también vinculó parte de la presión reciente sobre el negocio a factores externos a Ucrania, como los ataques de Estados Unidos e Israel sobre Irán y su efecto sobre los precios del petróleo y del gas en los mercados internacionales.

Pese a la guerra y a la caída de población, las exportaciones de Nemiroff han aumentado y ya representan alrededor del 40% de sus ventas. La empresa también ha mejorado en el mercado interno, aunque 5,3 millones de ucranianos viven fuera del país y otros tres millones o más permanecen bajo ocupación rusa, según las cifras citadas en la información.

El ejecutivo atribuye esa mejora local a medidas adoptadas por el Gobierno ucraniano en 2023 y 2024 para reducir el mercado ilícito. A su juicio, ese canal ilegal ha bajado y eso permitió a la compañía crecer a doble dígito en volumen dentro del país. Sorochynskiy añade que el Estado necesita recaudar impuestos para financiar al ejército y relaciona esa necesidad con una evolución favorable para las marcas formales.

Aun así, calcula que entre el 20% y el 25% del mercado de espirituosos en Ucrania sigue siendo ilegal, sobre todo en productos nacionales. En su opinión, la guerra no ha alterado de forma clara el nivel general de consumo: “La gente no bebe más por la guerra, y tampoco bebe menos”.

El vodka nacional continúa siendo con mucha diferencia el principal espirituoso en Ucrania. Sorochynskiy sitúa su peso entre el 85% y el 90% del total del mercado. La cartera de Nemiroff incluye referencias tradicionales aromatizadas, como Honey Pepper, y este marzo lanzó su primer producto listo para beber en Ucrania. La empresa lo dirige al verano y al consumidor joven adulto, especialmente a quienes buscan formatos cómodos y bebidas con menor graduación alcohólica.

Nemiroff también distribuye en Ucrania marcas de Proximo Spirits, como Bushmills y Jose Cuervo, además del grupo Whyte & Mackay, propietario de enseñas escocesas como Dalmore, Jura y Tamnavulin. Sorochynskiy afirma que Whyte & Mackay llegó a citar a Ucrania como su mercado con mayor aumento por volumen.

Las exportaciones de whisky escocés a Ucrania respaldan esa tendencia. En 2025 subieron un 10% hasta 6,3 millones de libras, unos 8,4 millones de dólares al cambio recogido en la información. La cifra queda muy por encima de los 2,4 millones de libras enviados en 2022, el primer año completo tras el inicio de la guerra.

Polonia ofrece otra imagen del cambio regional. Allí el vodka local sigue siendo la categoría principal, pero las marcas nacionales han perdido terreno frente a las importadas en los últimos años, sobre todo frente al whisky. El escocés domina entre las importaciones y Polonia es su mayor mercado en Europa del Este y el noveno del mundo.

Los datos aduaneros británicos muestran que las importaciones polacas de blended Scotch embotellado se han mantenido estables por valor durante los tres últimos años, alrededor de 98 millones de libras. En cambio, el single malt avanza con más fuerza: en 2025 alcanzó 29,7 millones de libras, más del doble que en 2020, cuando estaba en 14 millones.

Ballantine’s Finest lidera ese mercado y Johnnie Walker le sigue de cerca. Sin embargo, NielsenIQ registró una caída del 7% en los volúmenes minoristas de Scotch durante el último año analizado. Ese descenso quedó compensado por el avance del whiskey estadounidense, japonés e irlandés, lo que dejó plano el conjunto del whisky.

IWSR sitúa hasta 2024 un estancamiento del mercado polaco de espirituosos desde la pandemia, con una tasa anual compuesta del 0% y una bajada del 2% entre 2023 y 2024. Sus previsiones apuntan a una caída media anual del 1% hasta 2029 para el conjunto del sector.

Dentro de ese cuadro general hay categorías que avanzan. Según IWSR, las únicas que aumentaron volumen en Polonia durante 2024 fueron los bitters y aperitivos, con un alza del 9%, y el brandy, con un 6%. El whisky, principal categoría importada, subió a una media anual del 8% entre 2019 y 2024 y podría avanzar otro 1% hasta 2029. El vodka siguió bajando a un ritmo medio del 3% anual hasta 2024 y esa caída se moderaría al 1% en los próximos años.

Zak Oganian, consejero delegado del grupo Origen X, considera que Polonia ha cambiado mucho tanto por poder adquisitivo como por aceptación cultural del consumo premium, aunque partía de una base pequeña. Aun así, describe un mercado dividido entre dos extremos. Según sus cálculos, cerca del 70% del volumen pasa por retail y dentro de ese canal alrededor del 80% corresponde a gama básica.

Para Mikolasch, su vodka ucraniano, Oganian centra su estrategia en hostelería. Sostiene que han abierto restaurantes interesantes y que la cultura del cóctel gana presencia. También afirma que los consumidores polacos reciben bien las marcas importadas y muestran respeto por el vodka ucraniano.

La evolución no se limita al paso desde categorías tradicionales hacia otras importadas o premium. Los sabores tienen cada vez más peso en varios mercados del este europeo. Stock Spirits asegura que controla alrededor del 25% del volumen regional en vodka transparente dentro del segmento generalista de entre nueve y 22 euros por botella de 700 mililitros y más del 36% en vodka aromatizado.

Anne Martin, directora de marketing de Stock Spirits, atribuye parte de esa posición a la producción local. Pone como ejemplo Żołądkowa De Luxe y Gorzka, elaboradas en la destilería que el grupo tiene en Lublin, Polonia. Esa estructura permite a la empresa controlar toda la cadena productiva.

Martin sostiene que la innovación en sabores sigue teniendo un papel central dentro del vodka. Las notas frutales y cítricas mantienen buen comportamiento comercial, pero también observa interés por combinaciones más variadas entre consumidores que buscan propuestas distintas.

Piotr Poznanski, director de investigación para Europa del Este, la CEI y Oriente Medio en IWSR, coincide con esa lectura para Polonia. Señala un aumento rápido de los “vodkas” aromatizados de baja graduación y de otros espirituosos coloreados que se consumen cada vez más en situaciones sociales parecidas al aperitivo y menos ligadas al consumo intenso tradicional.

Stock Spirits participa en esa tendencia con Lubelska, una gama de licores frutales de intensidad media entre el 25% y el 28% vol., disponible en más de una docena de sabores. Campari también se beneficia con Aperol Spritz, cuya expansión ha impulsado el momento aperitivo en varios mercados regionales y ha favorecido lanzamientos similares.

Martin resume ese cambio como una búsqueda de moderación y variedad más que un abandono del alcohol. A su juicio, los consumidores siguen interesados por el sabor y la calidad, pero cada vez más en formatos y ocasiones percibidos como más ligeros y flexibles.

Ese giro tiene consecuencias para todo el sector de bebidas porque orienta las inversiones hacia categorías con mayor valor añadido o menor graduación mientras presiona a segmentos tradicionales como el vodka estándar. También puede alterar surtidos en distribución y hostelería si se mantiene la preferencia por whiskies importados, RTD o aperitivos frente a referencias básicas.

En Polonia también pesa la política fiscal. Poznanski recuerda que a finales de 2025 el Ministerio de Finanzas propuso acelerar las subidas del impuesto especial hasta el 15% en 2026 y el 10% en 2027. La reforma no salió adelante porque el presidente Karol Nawrocki vetó la modificación este diciembre pasado.

De ese modo, la subida aplicada en enero quedó limitada al incremento anual del 5% vigente desde 2021. Un mes después, Polska 2050, partido integrado en la coalición gubernamental encabezada por Donald Tusk, intentó revertir ese veto.

Oganian resta importancia al efecto inmediato de una subida mayor sobre las gamas altas y cree que afectaría sobre todo al segmento básico. Calcula que un aumento fiscal del 15% añadiría unos tres zlotys al precio de una botella estándar de vodka de 700 mililitros. En su opinión, eso podría empujar a parte del consumidor hacia productos superiores.

Al mismo tiempo se han puesto en marcha medidas para limitar el consumo nocturno. En Varsovia entrará en vigor este junio un toque de queda para las ventas nocturnas en tiendas a partir de las 22.00 horas.

La República Checa presenta otra pauta propia dentro del área. Martin recuerda que todavía suele incluirse dentro del llamado cinturón europeo del ron. Allí esa categoría mantiene mucho peso histórico gracias tanto al segmento tradicional no elaborado con caña conocido como tuzemák como a la presencia cada vez mayor de rones locales e internacionales hechos con caña.

Stock Spirits cuenta allí con Božkov como marca líder dentro del ron. La directiva atribuye esa posición a su arraigo histórico y a su vínculo cultural con los consumidores checos.

El país también gana importancia para Clan Campbell, marca adquirida por Stock Spirits a Pernod Ricard en 2023. Martin afirma que ya se ha convertido en la quinta marca generalista más grande de whisky escocés dentro del mercado checo.

En otros puntos de Europa del Este esa enseña busca apoyarse tanto en precio como en perfil gustativo accesible. Martin identifica además Polonia como un mercado clave para el whisky aromatizado. Por eso Stock introdujo variantes Honey y Lime junto a la gama principal de Clan Campbell e incluyó formatos pequeños como la botella de nueve centilitros.

Dávid Chovanec, responsable de exportación de Tatratea, observa dos cambios claros en el comportamiento del consumidor regional visibles sobre todo en hostelería. El primero es una exigencia mayor sobre la relación entre precio y experiencia: producto y servicio deben justificar mejor cada gasto. El segundo es la moderación: muchos clientes limitan cuánto beben durante una salida nocturna y evitan cambiar entre varias categorías para encontrarse bien al día siguiente.

Los datos disponibles apuntan así a una transformación gradual pero amplia: menos peso relativo para parte del vodka tradicional; más espacio para whiskies importados; avance continuo para sabores frutales o cítricos; interés por bebidas listas para beber; presión fiscal sobre gamas básicas; reducción parcial del mercado ilícito ucraniano; y cadenas logísticas adaptadas a una guerra que sigue condicionando plazos comerciales clave para productores y distribuidores.