vinetur

¿Cuánto vale realmente el mercado mundial del whisky?

La brecha entre consultoras revela que no existe una cifra homogénea para medir el negocio del whisky

miércoles 22 de julio de 2026



El mercado mundial del whisky mueve decenas de miles de millones de dólares, pero no existe una cifra única y verificable para fijar su valor en 2026. Las estimaciones comerciales públicas consultadas sitúan ese volumen entre 62.300 millones y 131.900 millones de dólares, una distancia que responde a métodos de cálculo distintos y no a simples ajustes estadísticos.

La horquilla parte de los 62.300 millones de dólares calculados por The Business Research Company y llega hasta los 131.900 millones de Future Market Insights. Entre ambos extremos figuran Market Data Forecast, con 74.300 millones; Grand View Research, con 82.100 millones; Global Market Insights, con 82.800 millones, y Fortune Business Insights, con 99.700 millones.

La diferencia entre la previsión más baja y la más alta asciende a 69.600 millones de dólares. Esa brecha supera incluso el tamaño total del mercado estimado por la firma más conservadora. El dato refleja que no hay consenso sobre qué se está midiendo cuando se habla del “mercado mundial del whisky”.

Cuatro de las seis estimaciones analizadas, el 66%, sitúan el mercado por debajo de los 83.000 millones de dólares. Ese grupo forma el bloque más repetido entre las previsiones disponibles, mientras que la cifra de 131.900 millones queda muy por encima del resto.

La comparación solo tiene sentido si se aclara el perímetro de cada cálculo. No es lo mismo medir ventas al consumidor final que ventas del proveedor, valor en aduana o valor del inventario que sigue madurando en barrica. Son magnitudes distintas y no pueden mezclarse como si reflejaran una misma realidad económica.

También cambian los resultados según los canales incluidos. Algunas firmas pueden limitarse al comercio minorista y otras sumar bares, restaurantes y hostelería. A eso se añade el alcance geográfico: no todas las consultoras incorporan los mismos mercados ni las mismas categorías locales de whisky, sobre todo en Asia.

Otro punto que altera el resultado es el nivel de valoración elegido. Un cálculo a precio de productor no equivale a otro hecho sobre precios mayoristas o sobre ventas finales al público, donde entran impuestos especiales y márgenes de distribución. Por esa razón, promediar todas las cifras llevaría a un número artificial sin utilidad real para comparar ejercicios o tomar decisiones empresariales.

Sí hay algunos elementos sobre los que existe una base más firme. Asia, Norteamérica y Europa concentran buena parte del valor del negocio. India aparece como el mayor mercado por volumen, mientras que el Reino Unido mantiene el peso principal en

exportación.

La dispersión de cifras tiene consecuencias directas para las empresas del sector. En whisky, las decisiones de producción se toman con años de antelación porque la maduración puede prolongarse entre tres y más de doce años. Si una compañía amplía capacidad con una previsión cercana al extremo alto y la demanda real se acerca al extremo bajo, puede quedarse con exceso de stock e inversión inmovilizada durante mucho tiempo. Si calcula por debajo de lo necesario, corre el riesgo contrario: falta de producto y pérdida de cuota.

Por eso, el uso profesional de estas previsiones exige elegir primero qué marco metodológico encaja con las cuentas internas de cada empresa. Las cifras extremas, 62.300 millones y 131.900 millones de dólares, sirven más como límites para probar escenarios que como una medida cerrada del mercado.

Con los datos disponibles, lo que puede afirmarse con rigor es que el whisky constituye una categoría internacional de gran tamaño y con fuerte peso en varias regiones clave. Lo que no puede sostenerse con la misma solidez es que una sola cifra para 2026 represente un dato observado y homogéneo del conjunto del mercado mundial.