vinetur

El duty free de alcohol crece un 5% impulsado por el tirón del whisky

Europa y África-Oriente Medio lideran las alzas, con el cognac entre las categorías más débiles

martes 22 de septiembre de 2026



El canal duty free siguió ganando terreno en 2025 frente a buena parte de los mercados nacionales de bebidas alcohólicas. Los datos de IWSR, difundidos este lunes, 21 de septiembre, sitúan el aumento conjunto de volumen de espirituosos y vino en el

5% dentro del travel retail internacional. En espirituosos, el valor avanzó un 7%, mientras que en vino subió un 5%.

La mejora no fue uniforme. IWSR señala que las cuatro grandes áreas que analiza cerraron 2025 con alzas en valor, con Europa y África-Oriente Medio a la cabeza, ambas con un 11%. Les siguieron América, con un 7%, y Asia-Pacífico, con un 2%.

Esa foto general, sin embargo, oculta diferencias amplias entre mercados. La firma apunta a un comportamiento más débil de los espirituosos en Asia-Pacífico, aunque India mantuvo una evolución fuerte. También aprecia una separación clara entre una América Latina más dinámica y una Norteamérica más contenida.

El whisky fue el principal motor del avance en el canal. Su valor aumentó un 12% en 2025. Dentro de esta familia, el whisky escocés y el whiskey estadounidense crecieron un 10% en valor, mientras que el whisky irlandés avanzó un 11%. El caso más llamativo fue el del whisky japonés, con un alza del 44% en valor y del 37% en volumen.

Las bebidas de agave también registraron una subida de dos dígitos. Su volumen creció un 10% y su valor se disparó un 28%, lo que apunta a una mejora del mix y a una mayor disposición del consumidor a pagar más dentro de esta categoría.

El vodka también ganó peso. IWSR atribuye su avance al tirón de las versiones aromatizadas y al trasvase de parte de la demanda desde la ginebra en mercados europeos de referencia. El volumen del vodka subió un 7% y el valor avanzó a doble dígito, aunque la consultora no precisa una cifra exacta para ese segundo dato.

El ron se movió en dirección contraria en volumen, con una caída del 6%. Aun así, el valor sí aumentó, una señal de que parte de los compradores optó por referencias de precio más alto dentro de la categoría. La ginebra se mantuvo casi plana en volumen, pero mejoró un 7% en valor, apoyada por marcas locales y artesanas en mercados como los nórdicos, Reino Unido y Asia-Pacífico.

En vino, 2025 también fue un ejercicio positivo. El volumen subió un 2% y el valor, un 5%. El vino tranquilo fue el principal apoyo de esa mejora, mientras que los aperitivos ligeros fueron la subcategoría con más avance: un 16% más en volumen y un 25% más

en valor.

Champagne tuvo un año mixto, con menos volumen pero más valor. IWSR ve, en cambio, señales de fatiga en prosecco, con descensos tanto en volumen como en valor. El cognac y el brandy pasaron por un ejercicio más débil: el volumen bajó un 6% y el valor retrocedió un 8%.

Charlotte Reid, responsable sénior de análisis de IWSR para travel retail, afirma que en 2025 los espirituosos crecieron un 6% en volumen y un 7% en valor en el conjunto del canal, aunque con diferencias muy amplias entre subcategorías. Reid añade que el whisky japonés y las bebidas de agave avanzaron con fuerza, mientras que el cognac sufrió una de sus peores caídas en varias décadas. También señala que la ginebra aromatizada perdió terreno a medida que parte de los consumidores se trasladó hacia el vodka y las bebidas listas para tomar.

Para el sector de bebidas, estos movimientos pueden influir en las decisiones de compra y en la composición de las carteras en el duty free entre 2025 y 2027. El mayor peso de categorías como agave, vodka o whisky japonés, unido a la caída de otras como cognac, prosecco o parte del ron en volumen, obliga a revisar surtidos, espacio en tienda y política de precios según la región.

Las previsiones de IWSR hasta 2030 apuntan a que el whisky escocés concentrará la mayor parte del avance en valor dentro de los espirituosos, mientras que el japonés y el irlandés mostrarán más impulso. En vino, la mejora del valor se apoyará sobre todo en el vino tranquilo y en Champagne, con subidas más moderadas en vinos fortificados y otros espumosos. El prosecco seguirá bajo presión y podría registrar un ligero descenso hasta 2030. Los aperitivos ligeros, por su parte, seguirán siendo la subcategoría con más avance previsto.

A corto plazo, la consultora advierte de varios factores que limitan las previsiones para 2025-2027 en travel retail: la guerra en Oriente Medio, los cierres de espacio aéreo, las alteraciones en los vuelos, el encarecimiento del combustible y la presión sobre el gasto de los hogares. África y Oriente Medio recibirán el mayor golpe, con una posible caída anual del volumen de hasta el -22%, y sin una recuperación probable antes de 2028.

América y Asia-Pacífico aparecen menos expuestas a esas perturbaciones, aunque Europa también depende en buena medida de la evolución en Oriente Medio y, según IWSR, su recuperación será la más lenta entre las grandes regiones en los próximos años.