vinetur

Las destilerías de whisky escocés paran alambiques por el exceso de existencias sin vender

La caída de la demanda tras años de auge lleva al sector a frenar la producción

martes 29 de septiembre de 2026



Las destilerías de whisky escocés están recortando producción y, en algunos casos, apagando por completo sus alambiques para no seguir aumentando unas existencias que ya pesan sobre el sector. Rob Carpenter, cofundador de Holyrood Distillery, calcula

a partir de la información que maneja en la industria que la actividad podría estar ahora en torno a un tercio del nivel habitual. Esa cifra es una apreciación empresarial y no un dato oficial de la Scotch Whisky Association, pero refleja la magnitud del ajuste que viven muchas plantas en Escocia.

Holyrood Distillery, situada en Edimburgo, es una de las empresas que ha optado por parar. Sus alambiques de cobre, destinados normalmente a la producción de single malt, llevan un tiempo inactivos y Carpenter admite que no sabe cuándo volverán a ponerse en marcha. La decisión responde al mismo problema que describen otras compañías: la demanda se ha enfriado después de años de expansión y el sector prefiere no añadir más barricas a un mercado ya cargado de producto sin vender.

En la industria se utiliza desde hace tiempo la expresión “whisky loch” para hablar de ese exceso de inventario. El ajuste llega después de unos 15 años de fuerte crecimiento, impulsado en su tramo final por la pandemia, cuando el consumo en el hogar y las compras de alcohol aumentaron en muchos mercados. Ahora el movimiento es el contrario: varias destilerías han introducido pausas para contener las existencias y adaptarse a un ritmo de ventas más bajo.

La presión financiera ya ha tenido consecuencias visibles. GlenWyvis Distillery, una destilería de las Highlands en manos de la comunidad, anunció la semana pasada que solicitará la administración concursal tras un periodo de tensión continuada en el mercado del whisky. En paralelo, este lunes, 28 de septiembre, comenzó una huelga en Cameronbridge, la mayor destilería de Diageo, en rechazo a los planes de la compañía para recortar cientos de empleos en sus operaciones escocesas.

Diageo tiene además otro frente abierto: el almacenamiento. En las afueras de Kirkcaldy, su complejo de maduración de Cluny, levantado sobre una antigua mina a cielo abierto, ocupa 220 hectáreas y seguirá ampliándose. Cuando concluyan las nuevas naves, el recinto tendrá capacidad para guardar casi tres millones de barricas de whisky escocés. Esa cifra se refiere a capacidad de almacenamiento y no al volumen actual de existencias, pero ilustra la escala del problema para un grupo que embotella aproximadamente una de cada tres botellas de Scotch que se venden en el mundo.

Parte del frenazo se explica por un cambio en el consumo. Nick Morgan, veterano del sector, resume la situación con una idea simple: durante la pandemia mucha gente compró whisky a un ritmo que ahora no se repite. A su juicio, parte de esos compradores descubrió después que ya tenía reservas para dos o tres años. Morgan añade otros factores que pesan sobre la demanda, como una mayor atención a la salud, la decisión de beber menos por parte de una parte del público y el encarecimiento del alcohol en los años de bonanza.

Carpenter ofrece una lectura parecida desde la óptica de una destilería pequeña. En su opinión, no se trata tanto de que los consumidores hayan dejado de beber destilados, sino de que están siendo más prudentes con el gasto. El whisky, recuerda, es un producto de lujo para muchos compradores, y esa condición lo hace más sensible cuando las familias revisan sus prioridades.

El ajuste llega además en un negocio con una planificación muy lenta. El mercado exterior del whisky escocés movió 5.360 millones de libras, pero la industria no puede responder con rapidez a los cambios de la demanda. La ley obliga a que el Scotch madure al menos tres años en barrica de roble dentro de Escocia, y en las referencias de alta gama el envejecimiento puede alargarse hasta 40 años. Esa necesidad de producir con mucha antelación complica cualquier cálculo: si una destilería fabrica de más, inmoviliza capital durante años; si fabrica de menos, puede quedarse corta cuando el mercado vuelve a tirar.

Las ventas en el exterior han dado señales mixtas. La Scotch Whisky Association informó de que los aranceles anunciados por Donald Trump en abril de 2025 provocaron una caída del 15% en las exportaciones a Estados Unidos. La eliminación posterior de esos gravámenes, tras la visita de Estado de los reyes británicos a la Casa Blanca este año, no borró el golpe previo. A eso se suma la caída de la demanda en Francia, que hasta hace poco era el mayor mercado por volumen, y un comportamiento de China muy por debajo de lo que buena parte del sector esperaba.

Frente a esas bajadas, India sí ha ganado peso. La patronal habla de una mejora en la primera mitad de este año y de un avance claro de las exportaciones al mercado indio. Aun así, ese impulso todavía no compensa los retrocesos en otros destinos. El resultado

es un mapa comercial desequilibrado, con bolsas de stock en Escocia y más cautela a la hora de destilar.

Algunas empresas están resistiendo mejor gracias a ingresos ajenos a la producción. Holyrood recibe alrededor de 40.000 visitantes al año y las visitas a sus instalaciones generan ya aproximadamente la mitad de su facturación. Ese flujo de público no elimina el problema de fondo, pero sí amortigua el efecto del parón y da margen a una firma que, a diferencia de otras, puede apoyarse en el tirón turístico de la capital escocesa.

El sector ya pasó por una fase parecida en los años ochenta, cuando coincidieron una demanda débil y un exceso de oferta que acabó con una oleada de cierres de destilerías. Morgan recuerda que entonces influyeron también la pujanza del whisky japonés, la desaceleración económica y la confianza excesiva que había dejado el auge de los años setenta. Por eso muchos ejecutivos interpretan la situación actual como otro ciclo duro, no como un cambio permanente. Morgan sostiene que el whisky es un negocio de espera y que, cuando el consumo vuelva a subir, las empresas que ahora han cerrado el grifo necesitarán reactivar capacidad con rapidez.