

El trago amargo del mercado de licores: alza de stock presiona a multinacionales y consumo local se estanca



La caída en la demanda de productos de mayor graduación –como whisky, coñac y tequila- desató una acumulación histórica de inventarios que los grandes productores y distribuidores intentan contener. Un cambio de preferencias que también se manifestó a nivel local al cierre de 2025.

POR VICTORIA SILVA

La gran tendencia que está marcando en general a la industria de bebidas alcohólicas a nivel mundial es la desaceleración del consumo manifestado en el estancamiento en la demanda de importantes categorías, marcando un claro quiebre respecto de la tendencia creciente que predominó durante la pandemia.

El impacto ha sido particularmente visible en los licores de mayor graduación alcohólica. Así, categorías como whisky, coñac y tequila concentran gran parte del exceso de stock que está afectando a la industria, incluidos sus principales actores. Los cinco mayores comercializadores y distribuidores que cotizan en bolsa –Diageo, Pernod Ricard, Campari, Brown-Forman y Rémy Cointreau– acumulan actualmente US\$ 22.000 millones en licores añejos, el monto más alto registrado en más de diez años, de acuerdo a un artículo publicado por Financial Times.

Uno de los casos más complejos es el de la francesa Rémy Cointreau, cuyo inventario en maduración alcanza los 1.800 millones de euros, cifra que equivale a casi el doble de sus ingresos anuales y representa prácticamente el total de su capitalización bursátil. Y en el caso de Diageo, el peso de los inventarios sobre sus ingresos anuales aumentó en su último ejercicio fiscal, pasando de representar un 34% en 2022 a 43% en 2025.

“La industria global de bebidas alcohólicas atraviesa una transformación silenciosa pero profunda”, comentó el director de Dichter & Neira en Latinoamérica Sur, Diego Gizzi, en atención a un consumo total que no crece como antes y

se contrae levemente debido a las nuevas generaciones que optan por beber menos.

En efecto, la desaceleración del consumo se ha visto reforzada por factores estructurales; entre ellos, una mayor preocupación por la salud, la moderación en el consumo de alcohol y la rápida adopción de medicamentos para la pérdida de peso como Ozempic.

La presión sobre el mercado

En este complejo escenario, algunos productores han optado por detener la producción y cerrar temporalmente destilerías. El grupo japonés Suntory, suspendió operaciones en su principal planta de bourbon en Kentucky, EEUU, mientras que Diageo frenó la producción de whisky en Texas y Tennessee. Al mismo tiempo, los precios comienzan a ajustarse. De acuerdo al medio británico, durante la pandemia, una botella de coñac Hennessy llegó a venderse en Estados Unidos por hasta US\$ 45, valor que actualmente ha disminuido a US\$ 35, lo que demuestra una presión por liberar lo almacenado.

El impacto es especialmente visible en el segmento del coñac. Según el FT, las exportaciones de brandy francés registraron una caída interanual de 72% en febrero de 2025. El tequila, otra categoría que había crecido con fuerza durante los últimos años, también enfrenta un ajuste que ya se reflejó a fines de 2024 en México con la acumulación de 500 millones de litros en inventario, volumen equivalente a lo producido en un año.

Como contraparte, los consumidores se han desplazado a otras alternativas de menor graduación alcohólica, como los cócteles, que han contribuido a

amortiguar la caída, debido a su menor graduación.

Las tendencias de los consumidores chilenos

Las tendencias internacionales también se manifiestan en el mercado chileno. En el caso de las ventas en supermercados –canal que representa casi la mitad de la comercialización– la canasta total de productos destilados se mostró un crecimiento plano en valor de 0% al cierre de 2025, compuesto por una caída de 7,4% en volumen, y un leve aumento de 0,8% en unidades, de acuerdo a los datos de NielsenIQ que consignan tanto las operaciones físicas en sala, como vía internet.

El ajuste se concentró con fuerza

en los licores más tradicionales. Así, las colocaciones de coñac anotaron un retroceso de 9,1% en valor y 7,5% en volumen, disminución que fue aún más marcada en los supermercados físicos, con bajas de 10,7% y 9%, respectivamente. El whisky mostró una tendencia similar, con una disminución de 5,2% en volumen, aunque con una leve alza de 0,3% en valor de venta.

Otras categorías relevantes para el mercado local también evidenciaron retrocesos. El pisco registró una caída de 4,4% en unidades y 4,1% en volumen, mientras que el ron exhibió descensos de 0,8% en unidades.

El retroceso no se limitó a los licores y destilados. La cerveza y el vino también se vieron afectados por el ajuste del consumo. En el caso de la cerveza, las ventas cayeron un 2,5% y el volumen retrocedió un 8,5%, mientras que el vino registró

una baja de 4,4% en unidades y de 5,4% en volumen.

Otras categorías, en cambio, mostraron un desempeño positivo. El caso más destacado fue el del gin, que evidenció un fuerte crecimiento. Sus ventas aumentaron un 24,5%, las unidades un 22,9% y el volumen un 23,4%. En el caso del vermouth también se observó una evolución al alza, con un aumento de 5,2% en ventas.

Los datos resultan relevantes considerando que los supermercados concentran el 48% de las ventas de acuerdo a la encuesta N 56 de Cadem 5C publicada en mayo pasado. A continuación se sitúan las botillerías de barrio, con un 32%; luego bares y restaurantes (7%); las tiendas especializadas (5%); y las apps o plataformas de venta online (3%).

El contrapeso de las líneas "ready to drink"

En contraste, las categorías de menor graduación alcohólica muestran un desempeño significativamente mejor. Los cócteles y bebidas preparadas exhibieron alzas relevantes, con un crecimiento de 3,7% en valor y 14,3% en unidades vendidas.

“Existe un desafío importante para la industria frente un consumidor más moderado”, señala Pablo Ibáñez, director ejecutivo de Espirituosos Chile y Aprocor. La preferencia por bebidas de menor graduación, como los RTD (*ready to drink*) y los cócteles pre-preparados, se explica por factores asociados a la salud, la moderación y cambios en los hábitos de consumo, particularmente entre los consumidores más jóvenes, quienes prefieren tragos de menor graduación. 🍹

LAS VENTAS DE LICORES EN CHILE EN SUPERMERCADOS

Productos	TOTAL SUPERMERCADOS + ONLINE	TOTAL SUPERMERCADOS + ONLINE
	% Var. Ventas Valor 2025 vs 2024	% Var. Ventas Unidad 2025 vs 2024
CANASTA ALCOHOLES	0,0%	0,8%
CERVEZAS	-2,5%	1,5%
COCKTAIL	3,7%	14,3%
VERMOUTH	5,2%	-0,3%
GIN/GINEBRA	24,5%	22,9%
COGNAC	-9,1%	-8,6%
VODKA	1,5%	-2,2%
PISCOS	3,8%	-4,4%
VINOS	2,0%	-4,4%
WHISKY	0,3%	-3,0%
RON	0,1%	-0,8%

Fuente: Nielsen IQ
 Cal Año 2025 – Sem/Fin 28/12/25