vinetur

Estados Unidos fija por fin las reglas del American Single Malt Whiskey

La nueva norma exige 100% cebada malteada, una sola destilería y barricas de roble de hasta 700 litros

lunes 11 de mayo de 2026



Estados Unidos ha fijado por primera vez una definición oficial para el American Single Malt Whiskey, una categoría que llevaba años reclamando reglas propias y que desde enero de 2025 cuenta con normas de producción y etiquetado. La medida afecta a

destilerías, distribuidores y exportadores, y busca dar seguridad jurídica a un segmento que hasta ahora operaba con criterios menos homogéneos.

La nueva regulación exige que el destilado se elabore con 100% cebada malteada, que se produzca íntegramente en una sola destilería y que todo el proceso, desde el macerado hasta la maduración, se realice en Estados Unidos. También fija que el whisky envejezca en barricas de roble de hasta 700 litros, que el destilado no supere el 80% de alcohol por volumen y que el embotellado se haga a partir del 40% de alcohol por volumen.

Las etiquetas deberán reflejar con claridad la ciudad y el estado donde se han hecho la destilación y el embotellado. Según las asociaciones del sector, esa información pretende reducir errores en la compra y evitar mensajes confusos para el consumidor. Para las destilerías, la norma también sirve para ordenar un mercado en el que convivían productos muy distintos bajo una misma denominación comercial.

La definición llega después de años de presión por parte de la American Single Malt Whiskey Commission, creada en 2016. El Gobierno estadounidense no incorporaba una nueva categoría de whisky a su normativa desde 1968, cuando añadió el light whiskey. Con esta actualización, el sector busca reforzar la confianza del comprador y dar una base común a un producto que ha ganado presencia dentro y fuera del país.

Una de las diferencias más claras con el single malt escocés está en las barricas. En Escocia, las reglas son más limitadas sobre los recipientes usados para la maduración. En Estados Unidos, en cambio, se permite cualquier barrica de roble de hasta 700 litros, nueva o usada, sin importar qué contuvo antes. Eso abre la puerta a perfiles muy distintos según la madera y el tipo de crianza.

También hay diferencias en los métodos de destilación. El American Single Malt admite varios tipos de alambique, mientras que otras tradiciones fijan más restricciones. Esa flexibilidad ha permitido a las destilerías estadounidenses trabajar con materias primas locales, maderas autóctonas y barricas procedentes de vinos o licores diversos.

El mapa productivo tampoco responde a regiones oficiales como ocurre en Escocia. Aun así, en Estados Unidos empiezan a verse estilos propios según el clima y la materia prima disponible. En Texas, por ejemplo, la evaporación anual puede llegar al 10%-15%, mientras que en zonas más frías del noroeste del Pacífico baja al 2%-5%. Esa diferencia altera los tiempos de maduración y el perfil final del whisky.

En estados como Colorado o Pensilvania también se han consolidado proyectos ligados al cereal local y a la relación entre granja y destilería. En el Medio Oeste, varias firmas trabajan con agricultores cercanos para controlar mejor el origen de la cebada. En la costa este, las temperaturas más suaves favorecen crianzas más lentas.

Aunque la norma es reciente, varias destilerías estadounidenses llevaban años produciendo single malt antes de su aprobación. McCarthy’s Oregon Single Malt salió al mercado en 1996 y sigue elaborándose en Clear Creek Distillery. St George Spirits lanzó sus primeras partidas a finales de los noventa y Stranahan’s presentó sus primeras botellas en 2006. Westward Distillery, fundada en Portland en 2004, figura entre las marcas con mayor proyección fuera del país.

El sector calcula que existen entre 200 y 250 destilerías activas vinculadas al American Single Malt. La cifra puede variar según los criterios usados para contar productores, pero refleja un mercado ya asentado. Para muchas empresas, la nueva definición no cambia solo la etiqueta: también ordena inversiones, contratos y ventas fuera de Estados Unidos, donde esta categoría empieza a ganar espacio en tiendas especializadas y cartas de bares.