vinetur

El bourbon estadounidense entra en resaca

Kentucky acumula 16,1 millones de barriles y Jim Beam paraliza su gran alambique hasta 2027

lunes 18 de mayo de 2026



La industria del bourbon en Estados Unidos atraviesa una fase de ajuste tras varios años de expansión impulsada por la pandemia. En Kentucky, donde se produce el 95% del bourbon del mundo, las destilerías acumulan barriles sin salida comercial suficiente y varias empresas han recortado producción, plantilla o inversiones ante la caída del consumo y la presión sobre los márgenes.

Uno de los casos más claros es Jim Beam, marca propiedad de Suntory Holdings. Su gran alambique en Clermont, en el estado de Kentucky, lleva parado desde enero y no volverá a operar, al menos, hasta 2027. La compañía ha trasladado parte de su actividad al embotellado y estudia nuevas fórmulas para vender su producto, entre ellas variedades aromatizadas y bebidas sin alcohol.

El sector llegó a esta situación después del impulso que vivió durante los confinamientos. Muchos consumidores llenaron sus hogares de whisky estadounidense y otras bebidas espirituosas. Después, la demanda se enfrió. Según el Distilled Spirits Council, en 2025 se vendieron unos 30 millones de cajas de nueve litros de whisky estadounidense, frente a los 31,2 millones registrados en 2022.

A esa caída se suman otros factores. Parte del público bebe menos por motivos económicos. También pesa el auge de los medicamentos para perder peso basados en GLP-1, que reducen el consumo de alcohol en algunos usuarios. Además, han ganado espacio las bebidas con cannabis y THC, que ofrecen un efecto similar sin resaca. Las tensiones comerciales impulsadas por la administración Trump también han afectado a las exportaciones de alcohol de Estados Unidos.

El problema es especialmente visible en Kentucky. La asociación estatal de destiladores calcula que hay almacenados unos 16,1 millones de barriles de bourbon, el equivalente a unos 300 millones de cajas. Es la mayor reserva registrada y podría cubrir hasta 10 años de ventas, según estimaciones del sector. Esa acumulación presiona también a los fabricantes de barricas, que ven caer los precios.

En los años más fuertes del mercado, entre 2023 y 2024, las destilerías pagaban más de 285 dólares por barrica. Ahora el precio ha bajado con fuerza. Las barricas usadas también valen mucho menos en el mercado secundario: a finales de 2024 superaban los 200 dólares y ahora rondan los 50. Parte de ese material acaba incluso como macetero o en usos ajenos al whisky.

Brown-Forman, dueña de Woodford Reserve y Old Forester, también ha reducido costes. La empresa anunció el pasado año el recorte del 12% de su plantilla, formada por unas 5.400 personas, y cerró una cooperativa en Louisville para venderla después por más de 30 millones de dólares. La compañía sigue buscando fórmulas para mejorar

su eficiencia mientras nota la debilidad del consumo.

Otras firmas han tomado medidas parecidas. Distillery 291, en Colorado Springs, redujo producción y pasó de 30 empleados a 12. Su fundador, Michael Myers, explicó que las ventas cayeron cuando los consumidores empezaron a gastar menos y a beber lo que ya tenían en casa.

El ajuste también ha golpeado a proyectos ligados al enoturismo del bourbon y a nuevas inversiones que nacieron durante la etapa de euforia. Stoli Group compró Kentucky Owl con la idea de convertirla en una marca nacional y abrir un parque temático con hotel, bar y centro de eventos en Bardstown. El plan quedó paralizado antes de arrancar y la filial estadounidense vinculada al negocio entró después en concurso bajo el capítulo 11.

Jim Beam intenta resistir con una estrategia distinta. La marca ha lanzado Citrus Sin, un cóctel sin alcohol con sabor cítrico que prueba en carreras de Fórmula 1. También promociona combinados caseros con bourbon y limonada y versiones con piña para atraer a consumidores más jóvenes. En Clermont mantiene abiertas sus instalaciones para visitas turísticas, que recibieron alrededor de 150.000 personas el pasado año.

Freddie Noe, maestro destilador y miembro de la familia fundadora, resume así la situación interna: la empresa vive una etapa cargada de tensión por las decisiones que afectan al empleo y al futuro del negocio familiar. Aun así, insiste en que la actividad no se detiene por completo y que la marca seguirá produciendo parte de su whisky mientras busca salida para el exceso acumulado en Kentucky.