vinetur

# Los vinos estadounidenses multiplican por ocho su peso en el mercado de lujo

La mayor parte de las operaciones se concentra en bodegas de la región californiana que ganan terreno entre coleccionistas e inversores internacionales

jueves 4 de junio de 2026



Los vinos de Estados Unidos han multiplicado por ocho su peso en el mercado secundario de vino de alta gama durante la última década, según los nuevos datos publicados por Liv-ex, la plataforma de intercambio y análisis con sede en Londres especializada en este segmento. La firma informó este jueves, 4 de junio, de que la cuota de compra de estos vinos ha pasado de menos del 1% a más del 8% del total negociado en su mercado, un cambio que atribuye a una modificación de fondo en la demanda internacional.

La información apunta a un avance claro de los vinos estadounidenses dentro de las carteras de compra de coleccionistas, comerciantes e inversores. Liv-ex sostiene que ya no se trata de una presencia marginal, sino de una categoría con más peso dentro del comercio secundario, es decir, el mercado en el que las botellas ya vendidas vuelven a intercambiarse entre profesionales y compradores especializados.

El crecimiento se concentra casi por completo en California. Aunque Oregón y Washington aparecen en las operaciones registradas por la plataforma, la mayor parte del negocio sigue localizada en Napa Valley y en un grupo reducido de productores con fuerte reconocimiento entre los compradores de vino premium. Para Liv-ex, ese reparto muestra que el interés existe, pero todavía se apoya sobre todo en etiquetas muy concretas.

Los datos también indican que el valor económico de los vinos estadounidenses negociados ha subido más deprisa que el volumen de botellas intercambiadas. Esa diferencia sugiere que no solo se están comprando más vinos de Estados Unidos, sino que además se está gastando más dinero en ellos. Según la plataforma, esto no responde únicamente a una subida general de precios, sino a una preferencia mayor por referencias más caras dentro del segmento.

Liv-ex sigue la evolución de precios de los 50 vinos californianos con más movimiento en su mercado y afirma que esa serie no muestra por sí sola una subida suficiente como para explicar el salto del valor negociado. Su lectura es otra: los compradores están orientando sus compras hacia botellas de precio más alto. En ese movimiento tiene un papel relevante Screaming Eagle, una bodega de Napa cuya presencia dentro del comercio secundario estadounidense ha ganado terreno con el paso del tiempo.

La evolución geográfica de la demanda es otro de los cambios recogidos por el informe. Antes de 2015, los compradores del Reino Unido concentraban buena parte del mercado secundario para los vinos estadounidenses. Desde entonces, su peso relativo ha bajado al mismo tiempo que aumentaba la participación de compradores europeos y asiáticos. Liv-ex interpreta ese reparto como una señal de mayor diversificación del interés por estas referencias fuera del ámbito británico.

Sophia Gilmour, analista de mercado de Liv-ex, explicó que también resulta llamativo el comportamiento de los propios compradores estadounidenses. “Podría pensarse que para los compradores de Estados Unidos sería más barato adquirir vino dentro de su propio país. Para quienes no cuentan con asignaciones iniciales, parece que no siempre es así”, señaló. La analista añadió que el aumento del peso comprador estadounidense antes de la entrada en vigor de aranceles no explica por sí solo esta tendencia y precisó que, desde comienzos de 2023, el porcentaje del gasto total que estos clientes destinan a vino estadounidense ha ido aumentando de forma continua.

Ese matiz es relevante porque buena parte del debate reciente sobre el comercio del vino se había centrado en cómo los aranceles podían alterar la demanda estadounidense de vinos europeos. El nuevo informe cambia el foco y pone la atención sobre un fenómeno distinto: el avance interno de los vinos estadounidenses dentro del propio mercado secundario internacional.

Liv-ex subraya además que las botellas admitidas en su plataforma deben mostrar capacidad real de reventa. Por eso considera que este aumento no refleja solo disponibilidad en el mercado primario o campañas comerciales puntuales, sino una mayor confianza en el valor coleccionable y en la capacidad de inversión atribuida a ciertos vinos estadounidenses. En otras palabras, para entrar y mantenerse en este circuito no basta con producir vino caro; hace falta que exista demanda posterior entre compradores especializados.

La empresa fue fundada en 2000 y opera como mercado electrónico para el comercio profesional del vino de alta gama. Tiene sede central en el Reino Unido y actividad también en Francia y Bélgica. Según sus propios datos, conecta a más de 550 empresas repartidas en 42 países. Su posición dentro del sector hace que sus cifras

sean observadas como una referencia para medir cambios en las pautas de compra y venta del vino premium a escala internacional.

Para las bodegas californianas, y sobre todo para las situadas en Napa Valley, esta evolución supone una señal clara sobre cómo están siendo valorados sus vinos fuera de Estados Unidos. El aumento del gasto y la ampliación geográfica de la demanda indican que estas etiquetas ganan espacio entre compradores europeos y asiáticos al mismo tiempo que refuerzan su presencia entre clientes estadounidenses.

El informe no plantea una expansión homogénea para todos los vinos del país. La actividad sigue muy concentrada en productores considerados referencia dentro del segmento alto. Aun así, el cambio registrado durante diez años muestra una modificación profunda del mercado secundario: los vinos estadounidenses han pasado de ocupar una posición muy pequeña a formar parte habitual del comercio internacional del vino de lujo.