vinetur

Los jóvenes ricos de Estados Unidos convierten el vino en lujo para beber

El 81% de los coleccionistas consume sus propias botellas y refuerza el tirón del mercado premium

lunes 20 de julio de 2026



Los jóvenes estadounidenses con rentas altas no solo compran vino como inversión: también lo beben. Un estudio de la aseguradora Chubb sobre coleccionistas de lujo en Estados Unidos concluye que el 81% de quienes reúnen vino consume activamente

botellas de su propia colección, el porcentaje más alto entre todas las categorías analizadas.

La investigación se centra en los llamados “Henry”, siglas de “High Earners, Not Rich Yet”, un grupo formado por 1.000 estadounidenses de entre 20 y 45 años que coleccionan bienes de lujo como relojes, joyas, arte, antigüedades, vino y recuerdos deportivos. Chubb precisa que el 88% de los participantes tiene unos ingresos anuales de entre 300.000 y 750.000 dólares.

El informe señala que el 78% de estos compradores considera el valor futuro de un objeto un factor determinante al adquirirlo. En el caso del vino, esa lógica de inversión convive con otras motivaciones. El 45% afirma que lo colecciona por estatus, prestigio y para ampliar conocimientos, mientras que el consumo forma parte central de la experiencia para una amplia mayoría.

El 38% del total de encuestados dice coleccionar vino. Entre ellos, el 47% lleva haciéndolo al menos cinco años y el 21% al menos una década, lo que apunta a una relación estable con esta categoría y no a una afición pasajera.

Chubb añade que el entorno personal influye en la entrada a este mercado. El 26% de quienes coleccionan vino atribuye esa decisión a la influencia de un progenitor, un familiar cercano o la pareja.

Los principales canales de compra son las tiendas minoristas, las casas de subastas y las plataformas online. Para el sector de bebidas, estos datos apuntan a un consumidor joven con alto poder adquisitivo que combina compra para guarda, consumo propio y búsqueda de prestigio, una mezcla que puede favorecer tanto a las marcas de vino premium como a los operadores especializados en venta directa, subastas y comercio digital.

El estudio también mide el valor económico de las colecciones en conjunto. El 43% de los participantes posee colecciones valoradas entre 10.000 y 50.000 dólares, el 14% entre 50.000 y 100.000 dólares y el 5% por encima de 100.000 dólares. Chubb explica que el objetivo del análisis era conocer las motivaciones de compra, los hábitos de colección y la actitud de estos clientes ante la protección de bienes de alto valor.