vinetur

El vodka resiste mejor que ningún otro gran destilado pese a seguir en caída

La categoría mejora su posición relativa en Estados Unidos y en el mercado internacional frente al resto del sector

viernes 31 de julio de 2026



El vodka pierde ventas, pero mejora su posición relativa dentro del mercado de destilados. Esa es la lectura que dejan los últimos datos de IWSR y la previsión de SipSource para lo que queda de 2026 y para 2027. Aunque la categoría sigue en

terreno negativo, es la única de las siete grandes familias de espirituosos analizadas por WSWA que evolucionaría mejor que el conjunto del mercado.

La categoría mantiene un peso central en Estados Unidos. El vodka representa cerca del 31% del volumen total de destilados vendido en ese país, lo que lo convierte en la mayor categoría por volumen. En el mercado internacional ocupa el segundo puesto por valor, según los datos preliminares de 2025 publicados por IWSR en abril de 2026.

Ese mismo balance refleja una caída en 2025. El volumen mundial de vodka bajó un 3% y el valor retrocedió un 1%. La diferencia entre ambas cifras apunta a una mejora aproximada del 2% en el valor medio por unidad vendida, aunque el saldo general sigue siendo negativo para la categoría.

La presión también se ha dejado notar en Estados Unidos desde 2022. En ese mercado, Tito’s Handmade Vodka, la marca con mayor volumen del país, registró en 2024 su primera caída histórica en ventas, con un descenso del 1,5% hasta los 12 millones de cajas.

Pese a ese recorrido reciente, la previsión Forward Forecast de WSWA SipSource publicada en julio de 2026 introduce un cambio relevante en la comparación con otras bebidas espirituosas. El informe sitúa al vodka como la única gran categoría que tendría un comportamiento mejor que el mercado general de destilados durante el resto de 2026 y también en 2027.

Esa previsión no implica una vuelta al crecimiento. SipSource mantiene al vodka en tasas negativas. La diferencia es que su descenso sería menor que el de otras categorías como brandy, coñac, ron o whiskey irlandés. Además, la evolución prevista mejora frente a la propia trayectoria reciente del vodka, lo que cambia su posición dentro del sector.

Los datos apuntan a una categoría con comportamientos internos muy distintos. La evolución no es uniforme entre segmentos de precio, posicionamiento de marca y canales de venta. Esa divergencia ayuda a explicar por qué el vodka puede seguir cayendo y, al mismo tiempo, ofrecer una perspectiva relativa mejor que la del resto de grandes destilados.

Para las empresas del sector, esa lectura tiene una consecuencia directa: el análisis ya no pasa solo por medir si la categoría sube o baja, sino por identificar qué parte del negocio resiste mejor dentro del retroceso general. Tanto IWSR como SipSource sitúan ahí una parte importante de la explicación sobre el papel del vodka en la segunda mitad de 2026 y en 2027.

La comparación también modifica la percepción reciente sobre esta bebida. Después de varios ejercicios bajo presión, el vodka deja de figurar entre las categorías más castigadas y pasa a ocupar una posición comparativamente más favorable dentro del mercado internacional de espirituosos. El cambio no elimina la caída, pero sí altera el mapa competitivo entre las grandes categorías.