vinetur

The Original Pickle Shot amplía su distribución a 24 estados con Southern Glazer’s

La marca pasa a estar presente en 46 estados con acceso a tiendas militares seleccionadas

lunes 14 de septiembre de 2026



The Original Pickle Shot ha cerrado una alianza de distribución con Southern Glazer’s Wine & Spirits en 24 estados de Estados Unidos y empezará a venderse también en establecimientos seleccionados de Army & Air Force Exchange Service (AAFES), dentro

del canal militar estadounidense. La compañía comunicó este lunes, 14 de septiembre, que con este movimiento pasa a estar presente en 46 estados.

La red cubierta por Southern Glazer’s incluye Alabama, California, Idaho, Illinois, Iowa, Maine, Massachusetts, Minnesota, Mississippi, Montana, Nebraska, New Hampshire, Nueva York, Carolina del Norte, Dakota del Norte, Oklahoma, Oregón, Pensilvania, Dakota del Sur, Utah, Vermont, Virginia, Virginia Occidental y Wyoming. California y Minnesota son mercados nuevos para la marca.

Greg Cohen, portavoz de The Original Pickle Shot, señala que la empresa vendió 109.000 cajas en 2025, un 15,2% más en volumen que en 2024. Esa subida equivale a unas 94.600 cajas el año anterior. Cohen añade que California no formaba parte de la distribución de la marca el año pasado y que ahora se incorpora mediante Southern Glazer’s.

La operación amplía el alcance de una marca lanzada en 2018 que, de acuerdo con sus propios datos, ya está presente en más de 15.000 bares, restaurantes y tiendas de Estados Unidos. Para Southern Glazer’s, el acuerdo suma un nuevo producto a una red que opera en 47 mercados estadounidenses y en Canadá.

La entrada en AAFES abre además una vía adicional de venta en ubicaciones seleccionadas del canal militar estadounidense. Con ello, The Original Pickle Shot gana presencia fuera del circuito habitual de hostelería y comercio minorista, al tiempo que refuerza su acceso a nuevos compradores dentro del país.

La compañía afirma que figura entre las 10 mayores marcas de vodka aromatizado de Estados Unidos, de acuerdo con Nielsen. Relaciona esa posición con el interés del consumidor por el sabor a pepinillo, presente no solo en combinados y chupitos, sino también en aperitivos, bebidas y otros productos de alimentación.

Laura Becrac, consejera delegada de The Original Pickle Shot, sostiene que la empresa no está siguiendo una moda pasajera, sino trabajando sobre una categoría que ayudó a crear. La directiva añade que la prioridad es que la marca esté disponible allí donde el consumidor la busca y que la alianza con Southern Glazer’s amplía ese alcance, mientras que la entrada en el canal militar abre otra línea comercial.

La pasada semana, IMPACT incluyó a The Original Pickle Shot en su relación “Hot Prospect” de bebidas espirituosas de 2025 y la situó en el puesto número 8 por volumen. La empresa precisa que es el segundo año seguido en esa clasificación, que reconoce a marcas con una buena evolución en los tres ejercicios anteriores.

La marca comercializa dos versiones, Original Dill y Spicy Dill, y formatos de 750, 375 y 50 mililitros. Según la empresa, la receta mezcla vodka destilado cinco veces con una salmuera propia de pepinillo; el producto tiene 30 proof, equivalente al 15% de alcohol por volumen, y no lleva azúcar, gluten, aromas artificiales ni colorantes. También cifra su aporte en 1,5 carbohidratos y menos de 40 calorías por servicio.