vinetur

El tequila concentra las rebajas en las bebidas espirituosas de Estados Unidos

El porcentaje de botellas rebajadas pasa del 28% al 34% en una semana

jueves 1 de octubre de 2026



El tequila concentró las rebajas en el comercio electrónico y minorista de bebidas espirituosas de Estados Unidos durante la semana cerrada el 27 de septiembre, mientras el whisky escocés siguió una pauta distinta, con precios al alza y menos

referencias en oferta. El seguimiento semanal de 12×75, difundido este miércoles, 30 de septiembre, sitúa al índice Tequila 50 con una caída del 1,30% entre el 17 y el 24 de septiembre. En ese mismo tramo, el Scotch 30 subió un 0,61% y el American Whiskey 40 avanzó un 0,28%. Ginebra y vodka apenas variaron.

La diferencia entre categorías se aprecia también en las promociones. La proporción de botellas de tequila rebajadas en al menos una tienda pasó del 28% al 34%, seis puntos porcentuales más en una semana. En el whisky estadounidense, la cuota subió del 23,7% al 27,5%; en el vodka, del 8,3% al 14%; y en la ginebra, del 2% al 10%. En el Scotch ocurrió lo contrario: el porcentaje de referencias en oferta bajó del 26,7% al 23,3% mientras su índice de precio avanzaba.

12×75 aclara que esa medida solo recoge cuántas referencias están rebajadas en una o más tiendas. No informa ni de ventas, ni de facturación, ni de volúmenes, y tampoco mide la profundidad media del descuento. Es decir, sirve para saber cuántas botellas entran en promoción, pero no cuánto recorta cada comercio ni si esa rebaja se traduce en más demanda.

El informe subraya además que la presión sobre precios no se extiende a todo el mercado. De 278 referencias con historial comparable entre el 20 y el 27 de septiembre, 266, el 95,7%, terminaron la semana con la misma mediana de precio. Solo 12 cambiaron: ocho bajaron y cuatro subieron. Para la firma, esa foto encaja mejor con promociones selectivas y reajustes de lineal por parte de los minoristas que con una pérdida amplia de pulso en todo el sector.

El caso más visible fue Cazadores Reposado. Su mediana pasó de US$26,99 a US$24,99 entre el 20 y el 27 de septiembre, un recorte de US$2 o del 7,41%. La cifra inferior apareció el 24 de septiembre y seguía vigente al cierre de la semana. En ambos extremos de la comparación había datos de 19 tiendas. 12×75 considera que la explicación más probable es una promoción puntual o un reajuste de precio en tienda, aunque no vincula el movimiento a una oferta fechada concreta.

Fuera del tequila también hubo ajustes, pero de menor alcance. Aviation American Gin bajó un 3,57%, de US$27,99 a US$26,99, y Campari cedió un 3,08%, de US$32,50 a US$31,50. Ambas reducciones aparecieron el 22 de septiembre, dentro de la Negroni

Week, celebrada del 21 al 27 de septiembre. 12×75 ve en esa coincidencia un marco promocional plausible para dos marcas asociadas al mismo cóctel, aunque recuerda que una campaña en bares o un reembolso sobre consumiciones no equivale por sí solo a un descuento de la botella en el canal minorista.

Entre las demás bajadas figuran Teremana Reposado, con un 2,83%; Koval Dry Gin, con un 2,38%; Elijah Craig Small Batch, con un 1,85%; Evan Williams Black, con un 1,76%; y Casamigos Blanco, con un 0,98%. En el lado contrario, Nikka Coffey Gin subió un 2,22%; Angel’s Envy Port Finished Bourbon, un 1,18%; Four Roses Bourbon, un 1,11%; y Larceny Small Batch, un 0,07%. En este último caso, 12×75 rebaja la lectura del dato: el aumento equivale a dos centavos de dólar y coincide con un cambio en el número de tiendas observadas, de 17 a 16.

La serie incorpora una advertencia metodológica que afecta a la lectura diaria de los precios. El 25 de septiembre, el número total de observaciones de tiendas dentro de las 278 series recuperadas cayó de 4.022 a 975, un descenso del 75,8% en un solo día, y volvió a 4.022 el 26 de septiembre. La firma avisa de que una contracción así puede alterar las medianas diarias porque cambia la mezcla de comercios observados, aunque la comparación semanal utilice el 20 y el 27 de septiembre y deje fuera ese bache intermedio.

Para ilustrarlo, 12×75 cita Grey Goose Citron. Su mediana pasó de US$30,99 en 14 tiendas a US$34,99 en solo tres, y regresó después a US$30,99 cuando se recuperó la cobertura. El ejemplo sirve para separar dos planos distintos: una subida aparente de la mediana no implica que las tiendas hayan subido su precio, sino que puede responder a una muestra más estrecha y distinta.

Los índices por propietario repiten esa idea de movimientos pequeños y desiguales. En la ventana del 20 al 24 de septiembre, Brown-Forman y Bacardi encabezaron los avances disponibles, mientras William Grant & Sons, Heaven Hill y Campari Group quedaron en la parte baja. 12×75 precisa que estos indicadores no miden ingresos empresariales ni cotizaciones bursátiles, sino precios minoristas de una parte de cada cartera, con coberturas que van del 62,7% al 86,1% del peso de las marcas seguidas.

El seguimiento también menciona el tipo de cambio. El peso mexicano perdió alrededor del 2,94% frente al dólar entre el 18 y el 25 de septiembre, una dirección que a largo plazo puede favorecer las compras en dólares de producto mexicano. Aun así, 12×75 descarta usar ese dato como explicación inmediata de la bajada de Cazadores. La firma recuerda que las botellas que ya están en los lineales se compraron antes y que contratos, coberturas y márgenes de distribución retrasan cualquier efecto del cambio de divisa.

La próxima actualización servirá para comprobar si las rebajas del tequila se mantienen o si responden a una acción comercial de corta duración. 12×75 vigilará también si Campari y Aviation recuperan precio una vez cerrada la Negroni Week y si Cazadores conserva la mediana de US$24,99 en las próximas lecturas.