vinetur

La mayoría de los destilados vendidos en Estados Unidos se concentra en las botellas más baratas

El 61% del volumen corresponde a la gama económica frente al 6,5% de la gama alta

martes 6 de octubre de 2026



El 61% del volumen de ventas de destilados en Estados Unidos se concentra en botellas con un precio inferior a 20 dólares, mientras que las referencias de 50 dólares o más aportan solo el 6,5%, según el último desglose de SipSource, la unidad de datos de Wine & Spirits Wholesalers of America, difundido este lunes, 5 de octubre. La lectura refuerza la idea de que el consumidor se está desplazando hacia tramos de precio más bajos y está recortando las compras de lujo.

La distancia entre ambos extremos del mercado es amplia. La franja de menos de 20 dólares supera en 54,5 puntos porcentuales a la de 50 dólares o más. En términos relativos, mueve unas 9,4 veces más volumen. Dicho de otra forma, casi dos de cada tres botellas vendidas entran en el tramo más barato, mientras que poco más de seis de cada cien pertenecen al escalón de 50 dólares o superior.

SipSource añade que el segmento intermedio de 20 a 30 dólares se mantiene firme. Ese comportamiento sugiere que parte del ajuste del gasto no pasa solo por abandonar ciertas compras, sino por bajar un nivel de precio. Para muchas marcas, ese espacio intermedio puede actuar como zona de refugio cuando el comprador evita las opciones más caras pero no quiere ir al nivel de entrada.

El dato tiene importancia porque se refiere al volumen y no al valor de las ventas. Una mayor concentración en botellas baratas puede mantener la rotación del mercado, pero suele dejar menos ingreso por unidad. En la práctica, eso puede presionar los márgenes de productores, importadores y distribuidores, además de obligar a revisar surtido, promociones, existencias y política de precios.

La fotografía que ofrece SipSource también ayuda a medir el tamaño del giro en la mezcla del negocio. Si el peso del mercado se desplaza hacia referencias de menos de 20 dólares, las compañías con más exposición a gamas altas pueden tardar más en dar salida a parte de su inventario y verse forzadas a ajustar su estrategia comercial. Al mismo tiempo, las marcas con presencia en precios medios pueden encontrar un mejor equilibrio entre volumen y precio final.

SipSource no hizo públicos en este corte el número de cajas vendidas, la facturación por cada tramo ni las cuotas anteriores de estas franjas. Tampoco precisó la fecha exacta de cierre del desglose. Por esa razón, los datos permiten medir con claridad el

reparto actual del volumen por precio, pero no sirven para calcular cuánto terreno ha ganado la gama de menos de 20 dólares frente a periodos anteriores.