vinetur

El whisky de alta gama resiste el retroceso del mercado estadounidense

Con un alza del 4%, el segmento premium roza el 20% del dinero de la categoría

viernes 20 de noviembre de 2026



El mercado estadounidense del whisky se encamina este año a su cuarto descenso anual consecutivo en volumen, pero el tramo de mayor precio mantiene el pulso. Los datos de Impact Databank y NielsenIQ sitúan a las marcas de 50 dólares o más con un

avance del 4% en los canales analizados en el acumulado hasta el 3 de octubre, frente a una caída del 5% para el conjunto de la categoría.

Ese comportamiento tiene peso en la cuenta de resultados. Las referencias de 50 dólares o más suponen bastante menos del 10% del volumen total de whisky en Estados Unidos, pero rozan el 20% del dinero que mueve la categoría, de acuerdo con Impact Databank. Para fabricantes y distribuidores de bebidas, esa diferencia puede influir en decisiones de precios, surtido y lanzamientos, ya que apunta a que una parte del consumo sigue aceptando productos de alta gama aunque el mercado general vaya a la baja.

El segmento de precio alto está formado sobre todo por bourbon de 50 dólares o más y por whisky escocés, en especial single malt. En valor, The Macallan, de Edrington, ocupa la primera posición entre los whiskies de alta gama en Estados Unidos, según Impact Databank, y su expresión de 12 años continúa al alza este año.

En single malt escocés por volumen, la primera marca es The Glenlivet, de Pernod Ricard. La compañía ha reforzado esa gama con una edición Provence dentro de su serie 12-year-old cask finished, con un precio de venta de 55 dólares por botella de 750 mililitros. En whiskey irlandés de nivel alto, Redbreast, también de Pernod Ricard, gana volumen este año.

Sazerac, la mayor comercializadora de bebidas espirituosas por volumen, mantiene una posición fuerte en la parte alta del whisky con varias marcas de bourbon. Este año lanzó Eagle Rare 30, presentada por la empresa como la edición con declaración de edad más alta hasta la fecha de la destilería Buffalo Trace. Ahora pone en el mercado la edición de 2026 de la Buffalo Trace Antique Collection, con varias botellas especiales a 155 dólares.

Entre los whiskeys americanos de 50 dólares o más de Sazerac que avanzan a doble dígito figuran W.L. Weller, Blanton’s y Colonel E.H. Taylor. Brown-Forman, por su parte, amplió en octubre la familia Woodford Reserve Double Oaked Bourbon con una variante Rye, embotellada al 45,2% de alcohol y con un precio de 55 dólares por botella. Esa referencia se suma a Double Double Oaked Bourbon dentro de la oferta de alta gama de la casa.

Bacardi también ha movido ficha en ese espacio. Angel’s Envy presentó una nueva expresión en su Distillery Series: Angel’s Envy Kentucky Straight Bourbon Whiskey Finished in Stout and Amburana Barrels, a 55 dólares la botella de 375 mililitros.

La evolución de los formatos pequeños acompaña esa tendencia. Con pautas de consumo cambiantes, una inflación alta y menor renta disponible, los vinos y destilados en envases de menor tamaño están ganando terreno, incluidos los whiskies de precio alto. Esos formatos atraen tanto a compradores que miran más el gasto como a quienes reservan un producto de lujo para celebraciones concretas o para regalo. Diageo ha entrado en ese nicho con Johnnie Walker Blue en formato de 200 mililitros, con un precio de 85 dólares.

Una relación elaborada con datos de Circana, NielsenIQ e Impact Databank sitúa a The Glenlivet como la marca de más volumen entre los whiskies por encima de 50 dólares por botella de 750 mililitros, con 390.000 cajas de nueve litros en 2025 y una variación del -3,1% en 2026. Le siguen W.L. Weller, con 325.000 cajas y un alza del 78,1%; Angel’s Envy, con 317.000 y un descenso del 8,4%; The Macallan, con 229.000 y un 2%; Eagle Rare, con 180.000 y un 18,9%; Woodford Reserve Double Oaked, con 158.000 y un -0,2%; Blanton’s, con 155.000 y un 32,7%; Colonel E.H. Taylor, con 150.000 y un 85,1%; Johnnie Walker Blue, con 75.000 y un 2%; y Redbreast, con 52.000 y un 1,4%.

En conjunto, esas diez marcas suman 2,03 millones de cajas de nueve litros y un avance del 14,3%. La mayor parte de esas variaciones corresponde a las 52 semanas cerradas el 1 de noviembre en los canales de Circana, mientras que el dato de Redbreast se refiere al acumulado hasta el 7 de noviembre en NielsenIQ.