vinetur

El vino premium resiste la caída del consumo en Estados Unidos y domina el canal directo al consumidor

Las ventas de botellas superiores a 50 dólares ya suponen el 71% del valor total pese al desplome del volumen

miércoles 18 de marzo de 2026



El informe anual de Sovos ShipCompliant sobre los envíos directos al consumidor (DtC) en Estados Unidos muestra cambios importantes en el mercado del vino. Según los datos recogidos, los vinos con un precio superior a 100 dólares por botella aumentaron su volumen de envíos un 5%, mientras que los vinos con un precio inferior a 40 dólares experimentaron una caída del 18% en volumen. Además, el valor de los vinos con un precio superior a 50 dólares ha crecido un 36% desde 2020, lo que indica que los vinos de gama alta ocupan ahora una mayor parte del mercado DtC.

El informe señala que este cambio no se debe a la llamada “premiumización”, entendida como la tendencia de los consumidores a comprar la misma cantidad de vino pero a precios más altos. En su lugar, se observa lo que el informe denomina “mix shift”: las ventas directas al consumidor se concentran cada vez más en las botellas más caras, mientras que disminuyen las ventas de vinos más asequibles.

Durante los años de la pandemia, el aumento generalizado del volumen de envíos ocultó esta tendencia. En 2020, los vinos con un precio medio superior a 50 dólares representaban el 52% del valor total de los envíos directos, que alcanzaron los 3.700 millones de dólares. El año pasado, aunque el valor total se mantuvo en esa cifra, la cuota de mercado de estos vinos subió hasta el 71%. En el caso de las bodegas del condado de Napa, la proporción pasó del 75% al 88%. Para las bodegas situadas al este de las Montañas Rocosas, la cuota aumentó del 11% al 20%.

Desde 2020, el valor total de los envíos de vinos con un precio medio superior a 50 dólares ha crecido un promedio anual del 5% en todas las regiones vinícolas principales. Las bodegas han recurrido al canal DtC para compensar las pérdidas sufridas en otros canales durante la pandemia y otras interrupciones del mercado.

Sin embargo, tras el final de la pandemia, los envíos de vinos más asequibles comenzaron a descender rápidamente. Muchas bodegas subieron sus precios para cubrir el aumento de costes en materiales y transporte, así como para ofrecer envíos incluidos en el precio final y evitar que los clientes abandonaran sus compras online. Al mismo tiempo, muchos consumidores han reducido su gasto por diferentes motivos económicos, lo que ha provocado una bajada en las ventas tanto de vino como de otras bebidas alcohólicas.

El aumento en el envío de botellas más caras ha permitido mantener el valor total del canal DtC por encima del volumen enviado, aunque esta tendencia también muestra signos de ralentización. En comparación con 2024, el valor total de los envíos de vinos superiores a 50 dólares cayó un 1%, mientras que su volumen descendió un 7%. En 2025, estos vinos representaron aproximadamente el 37% del volumen total del canal DtC, una cifra similar a la del año anterior. Sin embargo, el volumen total del canal disminuyó cerca de un millón de cajas respecto al año anterior.

El inicio de 2026 confirma la continuidad de estas tendencias. En enero, los envíos directos al consumidor cayeron casi un 28% en volumen respecto al mismo periodo del año anterior. Aunque tradicionalmente es una época baja para los envíos, la magnitud del descenso indica que las tendencias observadas durante el último año persisten.

El informe concluye que el canal DtC está cada vez más influido por la presión sobre los precios y por cambios en el comportamiento del consumidor tras la pandemia. Las bodegas estadounidenses se encuentran ante un escenario donde las ventas directas dependen cada vez más del segmento premium y donde la demanda general muestra signos claros de debilidad.