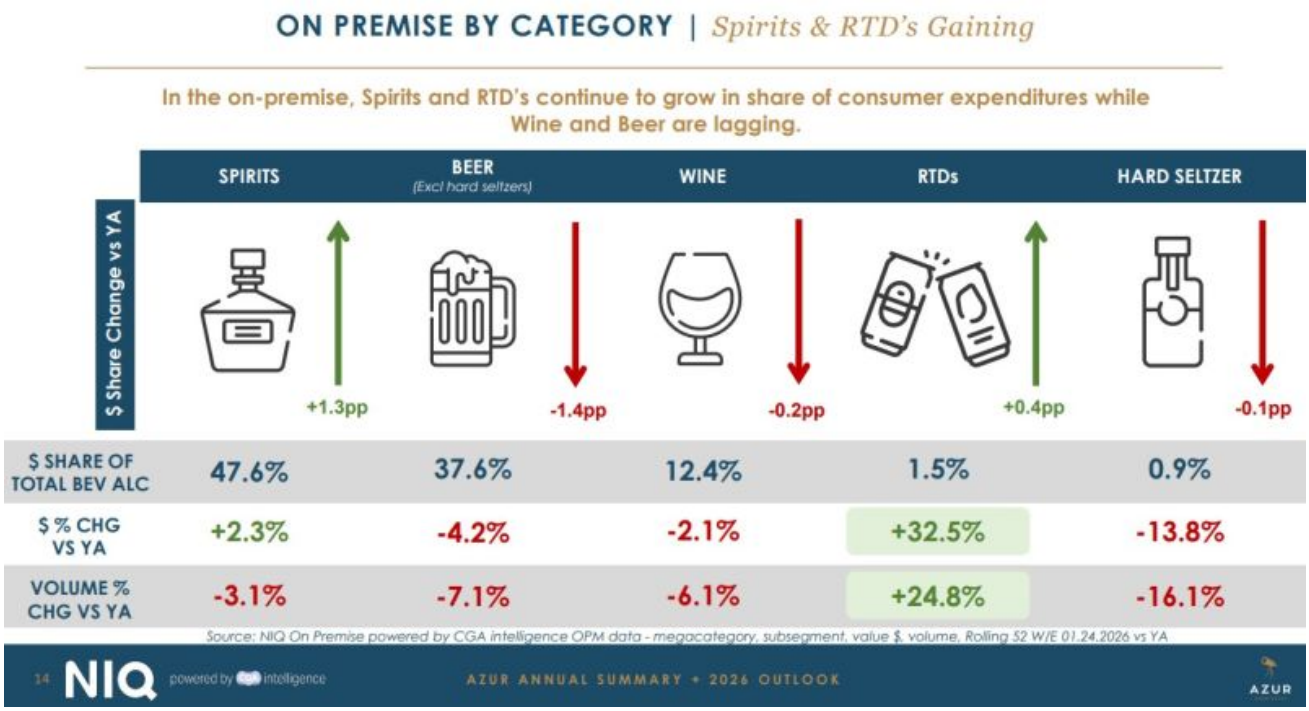
vinetur

El vino entra en una crisis estructural

Azur ve un mercado más pequeño, con menos consumo frecuente, exceso de inventario y presión financiera creciente

viernes 8 de mayo de 2026



La industria del vino no atraviesa una simple bajada de actividad, sino un reajuste de fondo. Así lo sostiene el último informe de Azur Associates, difundido este jueves, 7 de mayo, que describe un mercado con menos demanda, más inventario y un consumidor joven que bebe de otra manera y mira con más atención el precio, la comodidad y la ocasión de consumo.

El documento coincide en buena parte con las señales que han ido aportando en los últimos años firmas como Silicon Valley Bank o Rabobank. La diferencia está en la lectura que hace Azur: no ve una pausa pasajera, sino un cambio estructural que empuja al sector hacia un mercado más pequeño y más exigente. Según el informe, las viejas hipótesis que sostuvieron el crecimiento durante décadas ya no sirven para explicar lo que ocurre ahora.

Uno de los puntos que más peso tiene en el análisis es la caída del consumo frecuente de vino. El informe señala que los consumidores beben menos veces, prueban otras categorías de bebidas y comparan más entre opciones. En ese escenario, el vino deja de medirse solo frente a otros vinos y pasa a competir con refrescos con alcohol, destilados listos para beber y otras propuestas que encajan mejor con hábitos actuales.

Azur también pone el foco en la distribución. El informe habla de una compresión del canal que afecta tanto a la venta en tienda como al consumo en bares y restaurantes. Los distribuidores seleccionan más sus referencias porque colocar producto es cada vez más difícil, mientras que los minoristas reducen espacio para muchas categorías. Esa presión deja a numerosas marcas con menos visibilidad y con más problemas para mantener su presencia en el mercado.

En hostelería, además, ganan terreno las bebidas listas para tomar y los destilados, según recoge el estudio. Esa evolución añade presión a unas bodegas que ya lidian con ventas más lentas y con un consumidor menos fiel a una sola categoría. El informe insiste en que el sector ya no puede confiar en la inercia ni en el peso de marcas consolidadas para sostener sus cifras.

El apartado dedicado a fusiones y adquisiciones refleja también ese cambio. Las operaciones siguen existiendo, pero con valoraciones más bajas y compradores mucho más selectivos. Azur explica que el capital es más caro y que muchas transacciones responden a salidas ordenadas o a tensiones financieras. En ese escenario, la expansión agresiva pierde fuerza y gana importancia la disciplina operativa.

El informe resume su lectura del mercado en cuatro factores: formato, función, sabor y valor financiero. Son las llamadas “Four F’s”, una fórmula con la que Azur intenta ordenar las prioridades del sector ante un consumidor distinto al de hace unos años. El

envase, la facilidad de uso, el perfil gustativo y la relación calidad-precio pesan más que antes en la decisión de compra.

También cambia el papel del canal directo al consumidor. El estudio apunta a una capacidad instalada por encima de la demanda en muchas bodegas y a un modelo de salas de cata sobredimensionado. En algunos casos, las visitas se alargan para elevar el ingreso por cliente, pero eso reduce la frecuencia de visita. Frente a ello, Azur propone reforzar la captación activa de clientes, usar mejor los mensajes por SMS y vender durante todo el año según momentos concretos de consumo.

En producción, el informe recoge datos que muestran una corrección lenta del exceso acumulado. La vendimia californiana de 2025 fue la menor desde 1999, con 2,62 millones de toneladas, un 33% menos que en 2019. Aun así, Azur considera que el ajuste no avanza al ritmo necesario respecto a la demanda. En algunas zonas hay todavía sobreoferta clara y se calcula que podrían retirarse otras 40.000 acres de viñedo durante este año.

La capacidad industrial también se está reordenando. La utilización media de las instalaciones bodegueras en Estados Unidos ha bajado desde niveles del 80%-90% en 2024 hasta una horquilla estimada del 60%-70% en 2026. Varias compañías han anunciado cierres equivalentes a unos 37,5 millones de cajas. Parte de esas instalaciones se reconvierte para otros usos, como alimentación premium o procesado vegetal.

El informe sitúa además un cambio relevante en la distribución mayorista. La compra pendiente de mercados de RNDC por parte de Reyes Beverage Group refuerza una concentración que ya altera el mapa del sector. Los grandes distribuidores amplían su oferta más allá del vino y reorganizan sus carteras con criterios más estrictos. Azur señala que los niveles de inventario siguen altos frente a las ventas y que eso obliga a recortar referencias.

En paralelo, las condiciones financieras son menos favorables para las bodegas. El estudio compara tipos actuales situados entre el 6% y el 8,5% con niveles inferiores al 4% hace unos años. Eso cambia por completo la forma de valorar activos e inventarios. Ya no pesa tanto la tierra como garantía; importa más la capacidad real de generar

caja.

Azur concluye que el sector no desaparece, pero sí cambia deprisa. Las empresas con mejor posición serán las que ajusten su oferta al nuevo consumidor, controlen mejor sus números y acepten que crecer ya no depende tanto del tamaño como de la precisión con la que se toman las decisiones empresariales.