vinetur

El vino en Estados Unidos bate récord de gasto pese a vender menos

El mercado sube un 3% por los precios altos mientras el consumo cae y California reduce su suministro

lunes 18 de mayo de 2026



El gasto en vino en Estados Unidos alcanzó un récord en 2025, aunque el consumo volvió a caer, según el informe anual de BMO Wine Market Report. El documento señala que el valor total del mercado subió un 3% gracias a los precios más altos, pero el

volumen siguió a la baja, una señal de que se vende menos vino y se paga más por cada botella.

El estudio describe un mercado con menos compradores y con una frecuencia de consumo menor. Esa combinación mantiene el valor del negocio, pero no corrige la pérdida de demanda. Para las bodegas, el problema ya no es solo vender más caro, sino ajustar su oferta a un público que compra menos y cambia sus hábitos.

California, que concentra buena parte de la producción estadounidense, también ha reducido su suministro al mercado. En la última década, el vino que entra en Estados Unidos desde ese estado ha caído casi un 25%. La bajada responde a menos plantaciones, una cosecha menor y a la decisión de frenar la elaboración de excedentes ante una demanda más débil.

Adam Beak, director general y responsable de vino y bebidas espirituosas de BMO, resumió la situación como un “reset” del sector. Según explicó, los precios altos sostienen el valor del mercado, pero ocultan una caída estructural del consumo. Añadió que la distribución cambia y que la venta directa al consumidor ya no crece al ritmo de años anteriores.

Tony Sciarrino, responsable de BMO Commercial Bank en Estados Unidos, señaló que muchas bodegas trabajan con presión por inventarios sobrantes, costes al alza y cambios en los canales de venta. Esa combinación afecta a la liquidez de las empresas y obliga a revisar decisiones sobre producción, precios y distribución.

El informe apunta también a una evolución desigual por categorías. Los vinos aromatizados ganaron terreno en 2025, mientras que las ventas de espumosos bajaron. Esa diferencia refleja un mercado más fragmentado, con preferencias menos uniformes entre los consumidores.

La venta directa al consumidor perdió fuerza tanto en volumen como en valor. El encarecimiento de los envíos y el recorte del gasto discrecional han pesado sobre ese canal. Al mismo tiempo, algunas bodegas han perdido distribuidores clave y han tenido que asumir más tareas comerciales por su cuenta.

Pese a este escenario, el sector mantiene cierta confianza en una estabilización en los próximos tres años. El informe prevé un mercado más pequeño y con mayor presión para adaptarse mediante precios flexibles, nuevos formatos de envase y cambios en las vías de comercialización.