vinetur

Napa y Sonoma abaratan las catas tras perder visitantes y ventas

Las bodegas prueban rebajas y formatos básicos, pero el impacto sobre el turismo sigue siendo incierto

miércoles 10 de junio de 2026



Un tercio de las bodegas de Napa y Sonoma redujo sus tarifas de cata en 2025 ante la caída de las visitas, según el informe 2026 Direct-to-Consumer Wine Report, publicado este martes, 9 de junio, por Silicon Valley Bank. El estudio recoge datos de 450

bodegas de 16 estados de EE UU y apunta a un ajuste de precios en dos de las zonas con las catas más caras del país.

El informe sitúa en torno al 16% la proporción de bodegas estadounidenses que rebajó sus tarifas de cata el año pasado. En Napa y Sonoma ese movimiento fue mayor: cerca del 30% de las bodegas de cada condado comunicó bajadas. La entidad financiera, especializada en el sector del vino en Estados Unidos, vincula esta decisión al descenso del consumo de alcohol, a la menor venta de botellas y a la pérdida de visitantes en las regiones vitivinícolas.

La presión sobre los precios llega después de varios años de encarecimiento. Las tarifas medias de cata en las bodegas estadounidenses se han duplicado desde 2018, según el mismo informe. Esa subida había alimentado las críticas de parte del público y del propio sector, que veía en el precio una barrera para atraer visitantes.

Rob McMillan, fundador de la división del vino de Silicon Valley Bank y autor del estudio, señaló al diario San Francisco Chronicle que la industria ha tardado años en asumir el problema. A su juicio, ahora existe un mayor acuerdo sobre la necesidad de corregir la situación y probar nuevas fórmulas para recuperar actividad.

La rebaja no se limita a las experiencias en bodega. El precio medio de venta al público por botella también cayó en varias zonas de California. En Napa Valley pasó de 109 dólares en 2024 a 103 dólares en 2025. En Sonoma County bajó de 69 a unos 64 dólares. Santa Barbara registró el mayor descenso entre las regiones analizadas, con una caída de 12 dólares tras haber subido 13 dólares el año anterior.

Pese a ello, el ahorro para el visitante sigue siendo limitado en algunos destinos. En Napa Valley, aunque el 29% de las bodegas dijo haber reducido precios, la tarifa media de una cata estándar quedó en 79 dólares en 2025, solo un dólar menos que en 2024. En el conjunto del país, la tarifa estándar bajó unos tres dólares.

El informe sugiere que muchas bodegas están todavía en una fase de prueba. En lugar de recortar el precio de sus propuestas habituales, algunas han incorporado experiencias más básicas para captar nuevos clientes. Entre ellas figuran catas breves o vuelos de dos o tres vinos con importes más bajos que los formatos tradicionales.

Ese cambio busca atraer a visitantes que no estaban dispuestos a pagar por experiencias más largas o más caras. Algunas bodegas también han introducido promociones puntuales en franjas con menos demanda, como mañanas o días laborables. Otras ofrecen dos por uno o incluso acceso gratuito en fechas concretas.

En paralelo, varias empresas han optado por mover precios dentro de su propia oferta: abaratan una cata y encarecen otra. Ese patrón ayuda a explicar algunas diferencias entre categorías. En Sonoma, donde cerca del 30% de las bodegas informó de rebajas, la tarifa media de una cata estándar cayó siete dólares, hasta 47. Sin embargo, las catas reserve, asociadas a gamas superiores, subieron tres dólares y alcanzaron los 95.

Algo parecido ocurrió en Paso Robles. Allí la cata estándar bajó cuatro dólares, mientras que la reserve pasó de 61 a 73 dólares, el mayor aumento interanual entre las regiones incluidas en el estudio. El ajuste, por tanto, no responde a una bajada uniforme, sino a una reorganización comercial para atraer perfiles distintos de cliente sin renunciar al margen en las propuestas más caras.

La gran duda es si estas medidas están sirviendo para recuperar visitas. Solo el 25% de las bodegas estadounidenses que redujeron sus tarifas afirmó haber notado una mejora del flujo turístico. Otro 25% indicó que las visitas se estabilizaron y un 47% dijo que aún era pronto para medir resultados. El informe no separa esos datos para Napa y Sonoma.

McMillan considera que muchas bodegas siguen demasiado centradas en vender desde la sala de catas pese a que las visitas bajan desde 2022. Según los datos del informe, más del 70% de los ingresos del sector procede de ventas directas al consumidor y solo el 27% llega desde las salas de cata. Aun así, buena parte del esfuerzo comercial continúa concentrado en esperar al visitante en la bodega.

El autor del estudio plantea otra vía: llevar el vino al consumidor fuera de la propiedad. Propone reforzar presentaciones en otros estados, cenas, festivales y encuentros privados con socios de clubes de vino y posibles nuevos clientes. Esa opción exige inversión y personal comercial, algo difícil para pequeñas bodegas —la mayoría de las encuestadas produce menos de 5.000 cajas al año—, pero Silicon Valley Bank cree que puede abrir una fuente adicional de ventas directas.

El dato actual muestra un amplio margen para ese canal. En 2025, menos del 2% de las ventas directas procedió de eventos fuera de la bodega. Para una parte del sector estadounidense, la rebaja parcial de tarifas parece ser solo una primera respuesta ante un mercado con menos consumo y menos viajeros dispuestos a pagar los precios que dominaron los últimos años.