vinetur

California asume la nueva realidad del vino con producción ajustada y compras selectivas

Las bodegas priorizan inventarios, embalaje y previsión logística ante una demanda moderada y costes marítimos al alza

viernes 17 de julio de 2026



La industria del vino en California mantiene una actividad contenida y centra cada vez más sus decisiones en la gestión de inventarios, la producción ajustada a la demanda y la planificación del embalaje para reducir la volatilidad del coste logístico. Así lo

trasladan Ciatti Company y Saxco en su actualización de julio, en la que describen un mercado que avanza con cautela y que se adapta a las condiciones actuales en lugar de esperar una recuperación rápida del consumo.

Las dos firmas señalan que durante junio y los primeros días de julio se ha consolidado una pauta que ya venía observándose este año. Las bodegas, explican, han dejado en segundo plano la expectativa de un repunte de la demanda y trabajan más en operar con eficacia dentro del escenario actual. Esa actitud se traduce en un control más estricto de existencias y en una producción alineada con el consumo real.

La demanda sigue siendo moderada en buena parte del sector. Ciatti y Saxco apuntan que esta situación no implica necesariamente un empeoramiento adicional del mercado, sino una mayor disciplina operativa para mantener el equilibrio mientras el consumo no vuelve a niveles históricos. En el mercado de vino a granel, añaden, la actividad continúa siendo selectiva: los compradores buscan operaciones concretas, ligadas a necesidades inmediatas de producción, programas específicos y criterios de valor, en lugar de tomar posiciones amplias sobre inventarios.

En paralelo, la oferta empieza a cambiar de forma gradual. La retirada de viñedo continúa en California, una medida que puede ayudar a mejorar el equilibrio entre oferta y demanda a largo plazo. No obstante, las empresas advierten de que ese ajuste tardará en reflejarse de manera clara en el volumen disponible. Mientras tanto, las bodegas siguen centradas en gestionar existencias y comprar con prudencia.

En materia de embalaje, Ciatti y Saxco afirman que las cadenas de suministro son ahora bastante más estables que en los últimos años. El foco ya no está tanto en asegurar materiales como en optimizar la estrategia de aprovisionamiento, combinando precio, sostenibilidad y eficiencia operativa. Uno de los puntos que vigilan es el transporte marítimo. Con la temporada alta anual de envíos, las tarifas internacionales por mar han empezado a subir, algo habitual en estas fechas pero con efecto directo sobre el gasto total del embalaje, sobre todo en vidrio importado y otros materiales.

Por ese motivo, ambas compañías recomiendan planificar compras con antelación y mantener visibilidad sobre las previsiones. A su juicio, esas dos herramientas ayudan a reducir la volatilidad del coste final. También subrayan que muchas bodegas están aprovechando esta etapa de mayor estabilidad para revisar sus acuerdos con proveedores y reforzar sus planes de suministro a largo plazo, en lugar de limitarse a reaccionar ante incidencias puntuales.

Otro cambio que observan es el mayor uso de botellas ligeras. El vidrio aligerado gana terreno porque permite rebajar el gasto en transporte y encaja con objetivos ambientales. Al mismo tiempo, el embalaje premium sigue siendo una herramienta relevante para diferenciar marcas en un mercado con menor ritmo de crecimiento. La elección del envase, sostienen, responde cada vez más a un doble criterio: encajar con el posicionamiento comercial y responder a lo que espera el consumidor.

Las decisiones sobre compra y diseño del embalaje también están condicionadas por factores externos. Ciatti y Saxco citan los aranceles, la volatilidad del transporte y la incertidumbre geopolítica como elementos que siguen influyendo sobre las estrategias de aprovisionamiento y sobre el coste total puesto en destino. Aunque las cadenas logísticas funcionan con más previsibilidad que hace unos años, esos factores siguen pesando en la toma de decisiones.

El comportamiento del consumidor completa ese mapa. Las dos empresas indican que el valor sigue siendo uno de los principales motores de compra. Junto a ello, ganan peso la conveniencia, el consumo ligado a ocasiones concretas y la moderación. Esa combinación está llevando a muchas bodegas a pensar no solo en la botella como recipiente, sino también en cómo el embalaje influye en la experiencia completa del cliente.

En su análisis operativo, Ciatti y Saxco recuerdan además el efecto acumulado del transporte marítimo sobre programas de gran volumen. Un contenedor marítimo estándar de 40 pies puede cargar unas 20 o 24 paletas de botellas de vino, según el tipo de botella y la configuración del palé. Si las tarifas suben varios miles de dólares por contenedor durante la temporada alta, ese incremento se reparte entre todas las botellas transportadas. El impacto unitario puede parecer reducido, pero adquiere peso

cuando se aplica a volúmenes elevados.

Con esa combinación de demanda contenida, compras selectivas y logística más estable pero todavía expuesta a variaciones, las empresas sitúan la planificación como uno de los ejes para los próximos meses. Su planteamiento pasa por ajustar producción e inventarios y revisar variables como el peso de la botella, los niveles de existencias, el origen del suministro y el coste total puesto en destino.