vinetur

El vino directo al consumidor en Estados Unidos acelera su caída

El canal encara un cierre anual peor por menor consumo y mayores costes de transporte

miércoles 22 de julio de 2026



El mercado de venta directa de vino al consumidor en Estados Unidos volvió a caer en junio y apunta a cerrar 2026 por debajo del año anterior. Los datos de WineBusiness Analytics y Sovos ShipCompliant sitúan el valor total de los envíos del mes en 133 millones de dólares, un 11% menos que en junio de 2025, mientras que el volumen bajó cerca de un 16%, hasta algo más de 244.000 cajas de 9 litros.

Las dos firmas señalan que, si el ritmo actual se mantiene, el canal terminará 2026 con un volumen un 15% inferior al de 2025 y con un valor un 4% menor. El retroceso llega después de un inicio de año muy débil: en enero, el volumen cayó un 28% y el valor un 20%. En marzo hubo una mejora puntual y el valor subió más de un 5%, hasta 462 millones de dólares, en uno de los periodos con más actividad del calendario.

Hasta junio, el valor acumulado de los envíos alcanza 1.620 millones de dólares, frente a los 1.700 millones del mismo tramo del año pasado, lo que supone una bajada del 4%. El volumen cae con más fuerza, un 15%, hasta 2,29 millones de cajas. WineBusiness Analytics y Sovos ShipCompliant consideran que la debilidad registrada en junio confirma que la desaceleración se ha intensificado en 2026, en lugar de estabilizarse.

La comparación con el máximo alcanzado durante la pandemia también refleja el ajuste del mercado. El volumen acumulado este año se sitúa cerca de un 44% por debajo del pico de 2021, cuando se enviaron 4,09 millones de cajas, mientras que el valor está un 14% por debajo de aquel nivel.

El precio medio por botella sigue al alza. Ha pasado de 38,75 dólares en 2017 a 59,20 dólares en lo que va de 2026, un aumento del 53% en nueve años y del 12,4% respecto al año pasado. Las dos compañías atribuyen esa subida al fuerte aumento de los gastos de transporte, combustible y envío, además del desplazamiento del gasto del consumidor hacia vinos premium y de lujo.

El descenso del consumo de vino y el aumento del transporte están reduciendo el movimiento del canal hasta niveles próximos a los de 2016. De hecho, el volumen enviado en junio quedó en más de 8.000 cajas por debajo del registrado en julio de 2025, que fue el mes con menos actividad del año pasado.

Por zonas productoras, Napa County es la única gran región que mantiene avances en valor en lo que va de año. Sus envíos suman 847 millones de dólares hasta junio, un 6,5% más que un año antes, mientras que el volumen apenas varía y se mantiene casi plano, con un -1,5%. Las ventas directas desde Napa hacia Florida, Texas y Arizona concentran además el único foco de expansión dentro del segmento más caro del mercado.

El resto de regiones registra descensos tanto en valor como en volumen. Sonoma County baja un 11% en valor y un 17% en volumen. Central Coast, Oregón, Washington y East of Rockies presentan caídas de dos dígitos en ambos indicadores. El peor dato corresponde al resto de California, con retrocesos de entre el 29% y el 30%.

En junio hubo una excepción puntual en Oregón, donde los envíos subieron un 11% interanual. Aun así, el valor acumulado del año sigue un 15% por debajo del nivel de 2025. Napa también registró ese mes su primera caída anual en valor de envíos en lo que va de ejercicio, con un descenso del 3%.

Por tipos de vino, Cabernet Sauvignon sigue siendo la principal categoría tanto por volumen como por valor y figura entre las pocas que aún avanzan. Hasta junio suma 505 millones de dólares, un 1,7% más que hace un año, aunque su volumen baja un 8,8%. Los ensamblajes tintos son la categoría con mejor evolución entre las principales referencias, con una subida del 8,4% en valor acumulado.

Tras esas dos categorías tintas, casi todas las variedades pierden terreno. Pinot Noir cae un 11% en valor y Chardonnay baja un 9%, dentro de un mercado que concentra cada vez más gasto en vinos de alta gama mientras reduce el número total de botellas enviadas.