vinetur

Los viticultores de California llegan a la vendimia con la uva sin comprador

La caída de más del 20% en la demanda de vino empuja los precios a la baja

martes 22 de septiembre de 2026



Los viticultores de California están teniendo problemas para colocar su uva en el arranque de la vendimia, en un momento en que la demanda de vino retrocede y las bodegas compran menos. Según informa la agencia Associated Press (AP) este martes,

22 de septiembre, el ajuste entre oferta y demanda está presionando a la baja los precios de la uva y deja a muchos productores sin contratos cerrados al inicio de la cosecha.

AP sitúa la caída de la demanda de vino en más del 20% durante los últimos cinco años. Ese descenso se traslada al viñedo: cuando las ventas de vino pierden ritmo, las bodegas tienden a contener compras y a dar salida primero a sus existencias, una dinámica que reduce la visibilidad del agricultor sobre cuánto podrá vender y a qué precio.

La situación pesa especialmente en California, que concentra la mayor parte de la producción vinícola de Estados Unidos. En este negocio, llegar a la vendimia con contratos previos suele dar seguridad sobre volumen, calidad y precio. Cuando ese acuerdo no existe, el productor queda más expuesto a las condiciones del mercado en ese momento y a la posibilidad de aceptar importes más bajos para no perder la cosecha.

La salida exterior tampoco ofrece un alivio sencillo. AP señala que exportar se ha complicado por los aranceles y por la presión de otros países productores en los mercados internacionales. Eso limita una de las vías que el sector suele utilizar para absorber vino y uva cuando el consumo interno pierde fuerza.

Para el negocio de las bebidas, este ajuste merece atención porque puede anticipar movimientos en toda la cadena del vino: compras de materia prima, gestión de existencias, contratación entre bodegas y viticultores y políticas de precios. Una uva más barata no se traduce de forma automática en botellas más baratas en tienda o en hostelería, pero sí puede alterar márgenes y decisiones comerciales durante la campaña.

En el vino, además, las correcciones del mercado no se reparten por igual. Las zonas y empresas más vinculadas a grandes volúmenes suelen notar antes los cambios de consumo, mientras que otras con clientes más estables o con mayor peso en segmentos altos pueden amortiguar mejor la caída durante un tiempo. Aun así, cuando la demanda se debilita durante varios años, la presión acaba llegando a buena parte de la cadena, desde el campo hasta la distribución.

El caso californiano se sigue también fuera de Estados Unidos por el tamaño de su producción y por el peso de sus bodegas en el comercio internacional. Cualquier cambio en la cosecha, en los contratos o en el precio de la uva puede influir en importadores, distribuidores y restauración, sobre todo en mercados que compran vino estadounidense de forma regular.

Con la vendimia ya en marcha, la prioridad de muchos agricultores pasa por encontrar comprador para la uva en una ventana de tiempo limitada. Si las dificultades para vender continúan, el sector puede ver más presión sobre promociones, planificación de compras y acuerdos para futuras campañas, en un momento en el que el equilibrio entre oferta y demanda vuelve a ser una de las variables más vigiladas por bodegas y operadores.