vinetur

La caída del consumo obliga a arrancar viñedos en California

Las ventas de vino caen más del 20%, con pérdidas y despidos en todo el sector

sábado 10 de octubre de 2026



La industria del vino en California atraviesa un periodo de recorte de superficie, menos ventas y más presión sobre la rentabilidad. A la debilidad de la demanda se suman el impacto del clima sobre el viñedo, el encarecimiento del transporte y del vidrio y un cambio en los hábitos de consumo, sobre todo entre los compradores más jóvenes. El resultado ya se aprecia en viñedos arrancados, pérdidas durante varias campañas y recortes de empleo en grandes grupos.

Jeff Bitter, presidente de Allied Grape Growers, recuerda que la superficie californiana en producción se situó en 510.000 acres en 2025, frente a 590.000 acres en años anteriores, según cifras del Departamento de Agricultura de Estados Unidos. La cosecha de 2025 fue además la más baja desde 1999, con 2,6 millones de toneladas. California aporta más del 80% del vino elaborado en EEUU, de modo que cualquier ajuste en ese estado puede repercutir en la oferta nacional, en el valor de los viñedos y en las decisiones de inversión, compra de uva y exportación dentro del negocio de bebidas.

La demanda está en el centro del problema. AP ha informado de que las ventas de vino han bajado más de un 20% en los últimos cinco años, un descenso que está llevando a algunos agricultores a arrancar cepas porque no logran vender su producción. Bill Berryhill, viticultor de tercera generación de Berryhill Family Vineyards, cerca de Lodi, en el valle de San Joaquín, dijo a esa agencia que prevé retirar vides en el 10% de su superficie al final de la cosecha tras perder dinero durante los últimos tres años.

Berryhill resumió así la situación de muchos productores: se puede obtener una buena cosecha y, aun así, acabar dejándola en el suelo por falta de comprador. Esa imagen explica hasta qué punto la caída del consumo está golpeando también al primer eslabón de la cadena, no solo a las bodegas o a la distribución.

Daniel Berman, propietario y director de Rincon Wine Group, interpreta la situación como una corrección que llega después de medio siglo de expansión. A su juicio, se trata de un ajuste normal en un mercado maduro, aunque resulte duro para quienes están soportando las pérdidas. Filiberto Amati, socio de Amati & Associates, sostiene que la demanda baja afecta al conjunto de las bebidas alcohólicas y que, en el caso del vino, coinciden un problema estructural y otro cíclico, una combinación poco favorable.

Amati añade que el vino suele venderse ligado a ocasiones de consumo muy concretas y no tiene a la vista una vía clara de expansión. A esa presión sobre la demanda se suman dos frentes operativos. Por un lado, el cambio climático está reduciendo rendimientos, dañando racimos y alterando los calendarios de vendimia. Por otro, los shocks geopolíticos están encareciendo el transporte por la evolución del petróleo y también el envasado, ya que parte de las botellas de vidrio se abastecía

tradicionalmente desde China y México.

El efecto del clima no se limita a California. Bloomberg informó de que la producción de vino en Francia podría caer en 2026 a unos 35 millones de hectolitros, cerca de un mínimo de 70 años y un 14% por debajo de la media de los últimos cinco años, después de un verano marcado por olas de calor. Para distribuidores, importadores y operadores de hostelería, una menor producción en varias regiones a la vez puede influir en precios, surtido y planificación de compras.

La presión financiera también ha alcanzado a empresas de mayor tamaño. La bodega familiar Gundlach Bundschu, fundada en 1858 en el condado de Sonoma, se acogió al Capítulo 11 después de no cerrar un acuerdo de reestructuración con sus prestamistas. Sus dificultades comenzaron tras la compra de 60 acres adicionales en febrero de 2020. A lo largo de 2026, Gallo y Constellation Brands también han anunciado despidos, una señal de que la debilidad del mercado no se limita a pequeñas explotaciones familiares.

Junto al precio y al clima, el sector observa un cambio generacional. Berman afirma que muchos consumidores jóvenes beben menos porque disponen de menos renta para ocio y porque el vino, en especial a partir de 25 dólares por botella, se percibe como un producto de lujo. Añade que parte de ese grupo ha elevado algo su consumo al avanzar en su carrera profesional y salir más, pero que el encarecimiento general de la vida ha reducido sus compras. También cita la presión de otras categorías, como las bebidas con THC o CBD, las bebidas funcionales y las alternativas sin alcohol.

Berman sostiene que el negocio vive una etapa de evolución y que el vino seguirá teniendo sitio en el mercado, aunque con un tamaño más reducido y con empresas obligadas a adaptarse a nuevas pautas de consumo y a una estructura de costes más alta.