vinetur

El consumo de vino en Estados Unidos cae un 3% y los pedidos de importación bajan hasta un 30%

El alza de aranceles y costes impulsa la preferencia por destilados y reduce la variedad de vinos europeos en tiendas

martes 18 de noviembre de 2025



El mercado del vino en Estados Unidos atraviesa un periodo complicado debido al aumento de los aranceles y a la subida de los costes de producción y transporte. Según datos oficiales, el precio de las botellas de vino ha subido cerca de un 20% en los

últimos 25 años y un 8% en la última década. Factores como la inflación, el encarecimiento de la logística y el impacto del cambio climático han influido en esta tendencia.

En tiendas especializadas como McCabes Wine & Spirits, situada en Manhattan, los precios han subido entre un 5% y un 12% este año. El propietario, Daniel Mesznik, explica que estos incrementos se deben a los aranceles, el transporte, la fabricación y los salarios. A pesar de ello, asegura que intentan limitar al máximo el traslado de estos aumentos al consumidor final. Mesznik señala que los clientes comprenden la situación actual y muestran comprensión ante las nuevas condiciones del mercado.

Los minoristas intentan absorber parte del impacto para no perder clientela, pero la presión es alta. Las medidas adoptadas por la administración Trump, como el arancel del 15% a las importaciones procedentes de la Unión Europea, han elevado los costes iniciales para las tiendas. Esto obliga a los comercios a buscar un equilibrio entre mantener precios competitivos y cubrir sus propios gastos.

Las empresas importadoras también sufren las consecuencias. Elenteny Imports, que suministra vino a unos 9.000 minoristas y restaurantes en Estados Unidos, informa de una caída del 13% en las ventas respecto al año anterior. Además, según datos de esta empresa, los pedidos de vino importado para 2025 han bajado casi un 30%. Su directora ejecutiva, Alexi Cashen, indica que la demanda se ha enfriado tras el repunte experimentado después de la pandemia. Los aranceles siguen siendo uno de los principales obstáculos para el sector. Cashen añade que ni siquiera los vinos nacionales están logrando mejores resultados.

El consumo de vino en Estados Unidos ha descendido un 3% entre 2019 y 2024 y se prevé una nueva bajada del 4% entre 2024 y 2029, según la consultora IWSR. El presidente de esta firma, Marten Lodewijks, explica que muchos consumidores optan por bebidas listas para tomar o espirituosos como alternativa al vino. Estas opciones suelen ser más económicas y se presentan en formatos más pequeños y prácticos.

En McCabes Wine & Spirits se observa este cambio en las preferencias. Tras una reforma que mantuvo cerrado el local durante dieciséis meses, Mesznik ha ampliado su oferta de tequila en un 40% y ha colocado estas botellas en una zona preferente del

establecimiento. El tequila y el mezcal no están sujetos a aranceles gracias a un acuerdo comercial firmado con México en 2018. Antes, el vino representaba alrededor del 70% de las ventas anuales del negocio; este año se espera que baje al 65%, mientras crecen las ventas de destilados elaborados con agave.

La reducción en los pedidos de vino importado afecta especialmente a países como Francia e Italia, con caídas del 50% y el 66%, respectivamente. Esto puede traducirse en menos variedad disponible para los consumidores estadounidenses en sus tiendas habituales. El economista especializado Mike Veseth señala que muchos comercios ya han reducido su oferta ante la bajada generalizada en la demanda de bebidas alcohólicas.

Veseth también menciona que existe incertidumbre legal sobre una próxima decisión del Tribunal Supremo acerca de la legalidad de estos aranceles. Esta situación frena las inversiones y dificulta la toma de decisiones sobre precios dentro del sector.

Por último, según Cashen, las botellas con precios intermedios —entre 40 y 50 dólares— son las que más dificultades encuentran para venderse actualmente. En cambio, los vinos más económicos o los considerados premium mantienen su ritmo habitual de ventas, lo que refleja una mayor polarización dentro del mercado estadounidense del vino.