vinetur

El vino barato pierde terreno en Estados Unidos mientras el segmento sin alcohol supera los 11.000 millones de dólares

La premiumización y el cambio generacional impulsan vinos de mayor precio y bebidas alternativas entre los consumidores jóvenes

lunes 12 de enero de 2026



El mercado del vino en Estados Unidos se encuentra en un momento de cambios, según el informe publicado por la agencia de marketing OhBev, especializada en bebidas alcohólicas. El estudio analiza las previsiones y tendencias para 2026, centrándose en el impacto de los aranceles, la evolución del consumidor y las condiciones económicas.

Los aranceles del 15% sobre el vino europeo, impuestos por la administración Trump, no han supuesto una ventaja clara para los productores estadounidenses. El informe explica que, aunque estos aranceles encarecen el vino importado (un vino europeo de 15 dólares pasa a costar unos 29 dólares en tienda), la medida no ha impulsado de forma decisiva a las bodegas locales. La razón principal es que los costes de producción también han subido para los productores estadounidenses. Por ejemplo, el 70% de las botellas utilizadas en Estados Unidos se importan, principalmente desde China, Francia y México. El vidrio chino soporta un arancel del 20% y el europeo del 15%, lo que ha elevado el precio del embalaje hasta un dólar más por botella. Esto reduce los márgenes y hace que los vinos nacionales tampoco sean más baratos.

El informe señala que la incertidumbre generada por los anuncios cambiantes sobre los aranceles provocó que muchos importadores suspendieran envíos desde Europa durante la primavera pasada. Cuando finalmente se fijó el arancel en agosto, se produjo un efecto de acumulación de existencias o escasez, con problemas logísticos y administrativos añadidos.

En cuanto al consumo, las previsiones para 2026 apuntan a que los volúmenes se mantendrán estables, pero el valor del mercado podría crecer entre un 2% y un 4%. Este aumento se debe sobre todo a la premiumización y a la subida de precios, no a un mayor consumo. Los vinos con precios superiores a 50 dólares mantienen su demanda gracias a consumidores con alto poder adquisitivo o coleccionistas. Los vinos entre 15 y 49 dólares muestran buenos resultados, mientras que los situados por debajo de ese rango tienden a perder cuota.

El informe subraya que el perfil del consumidor estadounidense está cambiando. La generación Boomer ha alcanzado su máximo nivel de consumo y ahora bebe menos. Las generaciones X, Millennial y Z no logran compensar esa bajada. En particular, los

jóvenes muestran interés por otras bebidas y por estilos de vida más saludables. Muchos participan en iniciativas como el Dry January (enero sin alcohol). Además, crece la demanda de bebidas sin alcohol o con bajo contenido alcohólico: este segmento superó los 11.000 millones de dólares en 2025 y se espera que siga creciendo.

La premiumización afecta también a los jóvenes consumidores: prefieren comprar menos botellas pero de mayor calidad. Los vinos baratos (menos de 10 dólares) tienen cada vez menos presencia porque se asocian a baja calidad y ofrecen poco margen tanto a productores como a importadores. Los vinos europeos que antes costaban menos de 10 dólares han subido de precio debido a los aranceles y ahora compiten en otra franja.

La franja entre 10 y 20 dólares está presionada por dos tendencias: por abajo, compradores sensibles al precio buscan marcas blancas o promociones; por arriba, otros consumidores optan directamente por vinos más caros.

En cuanto a tipos de vino, los blancos lideran la demanda (Sauvignon Blanc, Pinot Grigio, Albariño y Chenin Blanc). El rosado también mantiene buenos resultados. El vino tinto sigue perdiendo fuerza salvo algunas variedades ligeras como Pinot Noir o Gamay, que atraen especialmente a jóvenes adultos. El Prosecco domina entre los espumosos importados y se prevé que aumente su presencia en Estados Unidos durante 2026. El Champagne mantiene cifras estables o ligeramente superiores respecto al año anterior. Los espumosos nacionales producidos en California, Oregón y Nuevo México ganan cuota poco a poco.

Entre las variedades preferidas figuran Sangiovese (Italia) y Chenin Blanc (Francia), junto con otras menos conocidas como Gamay o Grüner Veltliner. También hay interés por regiones emergentes dentro del país como Texas, Virginia, Nueva York, Michigan u Ohio.

Respecto al canal de venta, el consumo en restaurantes y bares (on-premise) es fundamental para los vinos premium. Se estima que al inicio de 2026 este canal habrá recuperado entre el 85% y el 95% del nivel previo a la pandemia. La venta directa desde bodega mantiene una tendencia estable con ligero aumento en valor. El comercio electrónico sigue creciendo e incluye plataformas como Wine.com o Vivino

además de webs propias.

El informe también menciona la volatilidad ambiental como uno de los factores que afectan al sector: olas de calor y sequía en California, incendios frecuentes en la costa oeste o heladas en el noroeste han tenido consecuencias directas sobre las cosechas recientes. Al mismo tiempo, regiones antes demasiado frías empiezan a ser aptas para el cultivo debido al cambio climático.

En marketing, las colaboraciones con celebridades e influencers siguen siendo habituales para llegar al público generalista. Sin embargo, muchas bodegas apuestan ahora por mensajes centrados en la autenticidad: personas reales, lugares concretos e historias detrás del producto. Se observa también una apuesta por envases alternativos como latas o Tetra Pak para ampliar mercados donde tradicionalmente el vino tenía poca presencia.

Por último, el informe recomienda buscar nuevos mercados dentro del país e impulsar conceptos como sostenibilidad o tecnología digital para conectar con Millennials y Gen Z. Estas generaciones serán clave para definir la evolución futura del consumo de vino en Estados Unidos aunque todavía no replican los hábitos de sus predecesores.

Radiografía del Mercado del Vino en EE. UU.: Tendencias y Desafíos

Panorama General del Mercado



El consumo cae un 5%, por debajo de los 300 millones de cajas.

Primera vez en 20 años, quinto descenso anual consecutivo.



Los espirituosos superan al vino en volumen por primera vez desde 1979.

306 millones de cajas, impulsado por cócteles enlatados.



Los aranceles no benefician a los productores locales.

Aranceles del 15-20% eleven costes, reducen márgenes.



Mercado de bebidas sin/bajo alcohol supera los 11.000 millones de dólares.

Crecimiento robusto, atrae a consumidores preocupados por la salud.

El Nuevo Consumidor: Menos Cantidad, Más Calidad



Boomer: reduce consumo | **Gen X, Millennial, Z: interés en otras bebidas**

Cambio generacional: los jóvenes no beben como sus mayores.



La "premiumización" define las compras.

Prefieren comprar menos botellas pero de mayor calidad, impulsando el valor del mercado a pesar de la caída en volumen.



Auge de estilos de vida saludables.

Tendencia hacia un menor consumo de alcohol.



La autenticidad vende más que las celebridades.

Las bodegas apuestan por mensajes centrados en personas reales, lugares e historias detrás del producto para conectar con el nuevo consumidor.

La Batalla por Segmentos de Precio



Pierden terreno.

Baja calidad, márgenes reducidos.



Buen rendimiento.

Resultados positivos y estables.



Mantienen su demanda.

Sostenidos por consumidores de alto poder adquisitivo y coleccionistas.

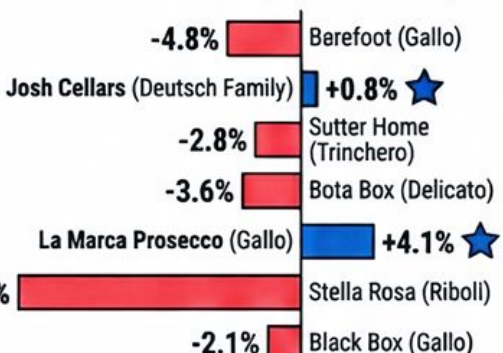
¿Qué Vinos Triunfan?



Vinos blancos y rosados lideran.

Sauvignon Blanc, Pinot Grigio, Albariño son populares.







El Prosecco domina los espumosos importados.

Se prevé que su presencia en el mercado estadounidense aumente durante 2026.

