vinetur

El vino californiano afronta su mayor escasez de uva en casi medio siglo

La cosecha podría caer un 24% y amenaza con dejar a bodegas sin materia prima este verano

viernes 23 de enero de 2026



El sector vitivinícola de California podría experimentar una escasez de uva este año, a pesar de que en la última campaña se registró un exceso de producción. Según Jon Moramarco, analista del sector y fundador de bw166, la situación se debe a que casi la mitad de las uvas destinadas a vino en el estado no se habrían recogido durante la última vendimia. Esta circunstancia podría llevar a las bodegas a buscar uvas sin éxito durante el verano.

El informe oficial sobre la vendimia en California no se publicará hasta febrero, pero Moramarco estima que la cosecha será de solo 2,25 millones de toneladas. Esta cifra sería la más baja en 46 años y supondría una reducción del 24% respecto a 2024, además de ser menos de la mitad del volumen alcanzado en 2018. Moramarco considera que esta caída podría ayudar a equilibrar por fin la oferta y la demanda en el sector vinícola californiano. Sin embargo, advierte que muchos agricultores podrían optar por no cuidar sus viñedos este año, lo que aumentaría el riesgo de escasez.

En palabras del propio Moramarco, “en junio o julio de este año podríamos ver a bodegas necesitando uvas y sin poder encontrarlas”. El analista señala que habrá que esperar para comprobar si finalmente se produce esta situación.

Mientras tanto, el sector del whisky estadounidense atraviesa una coyuntura opuesta. Las destilerías cuentan con tal cantidad de existencias que algunas grandes empresas han decidido no producir whisky este año e incluso podrían prolongar esta decisión durante varios años. Moramarco explica que en 2022 los destiladores llenaron el doble de barricas que en 2005, interpretando erróneamente las señales de un mercado en retroceso. Actualmente, el sector acumula reservas equivalentes a 13 años de producción.

Como ejemplo, Jim Beam ha anunciado el cierre temporal de su producción durante un año y Brown Forman ha vendido su negocio de barricas. Según Moramarco, “esto llevará algunos años solucionarlo. Todo el mundo tiene exceso de inventario. La parte positiva es que el whisky no se estropea”.

Los envíos de whisky estadounidense a distribuidores cayeron un 6,5% en 2025. Por su parte, los envíos de whisky importado descendieron solo un 1,4%, pese a la presión arancelaria.

Moramarco basa sus datos principalmente en fuentes oficiales del gobierno estadounidense y busca ofrecer una visión amplia del sector. Señala que el gasto total en alcohol por parte del consumidor sigue aumentando ligeramente —alrededor del 4%, según la Oficina de Análisis Económico— aunque las ventas han bajado en casi todas las categorías. El aumento de precios y la tendencia a comprar menos botellas pero más caras explican parte del fenómeno.

El alcohol representa todavía una sexta parte de los ingresos minoristas en alimentación y bebidas y supone el 25,6% del gasto en restaurantes con servicio completo, según datos oficiales.

Sin embargo, los estadounidenses consumen menos alcohol que antes. El consumo medio semanal por adulto ha pasado de 15 raciones en 2020 a 13,5 el año pasado, el nivel más bajo desde los años sesenta. Aunque la población estadounidense creció un 65% entre 1970 y 2020, lo que permitió mantener el crecimiento total de ventas pese al descenso individual, la caída registrada en los últimos cinco años es la más pronunciada desde que existen registros.

Moramarco recuerda que tanto el vino como los licores vivieron una etapa difícil en los años ochenta y no recuperaron impulso hasta los noventa con la llegada a la mayoría de edad de los baby boomers. En su opinión, los jóvenes adultos actuales consumen menos alcohol principalmente por motivos económicos: los salarios no han seguido el ritmo del precio de la vivienda y las deudas estudiantiles alcanzan niveles históricos.

El analista considera que esta situación afecta más allá del sector del alcohol: “Las nuevas generaciones pueden no ser capaces de igualar el gasto de sus padres y eso va a frenar la economía”.

Moramarco también observa cambios en los hábitos de compra: algunos consumidores jóvenes con menos recursos optan por vinos con marca blanca. Las grandes bodegas tienen dificultades para vender sus vinos producidos en masa en supermercados convencionales, mientras que cadenas como Trader Joe’s o Grocery Outlet logran vender bien vinos económicos sin marca reconocida.