vinetur

El vino en Estados Unidos busca el equilibrio tras años de incertidumbre y cambios en el consumo

La vendimia corta prevista para 2025 y la presión sobre los jóvenes marcan el futuro del sector vinícola estadounidense

lunes 26 de enero de 2026



El sector del vino en Estados Unidos atraviesa un periodo de cambios tras varios años complicados. Jon Moramarco, editor del Gomberg Fredrickson Report y socio director de la firma de investigación de mercados bw166, analizó la situación en un seminario web el pasado 22 de enero. Según Moramarco, aunque la información sobre 2025 aún no es completa debido al cierre federal de 43 días, los esfuerzos para equilibrar el mercado empiezan a dar resultados. Señaló que la vendimia corta prevista para 2025 podría llevar al sector a una situación de equilibrio.

Moramarco explicó que, más que tocar fondo, el sector podría experimentar fluctuaciones en los próximos años. El vino compite con la cerveza y los destilados en un mercado que no crece, mientras que las preocupaciones sobre la asequibilidad entre los consumidores más jóvenes añaden incertidumbre. Esto podría hacer que el sector tenga que adaptarse constantemente a nuevas condiciones.

Los datos presentados por Moramarco muestran que el volumen total del mercado estadounidense en el último año fue de 366 millones de cajas, un aumento del 0,1% respecto al año anterior. Este ligero crecimiento se debe principalmente al aumento del consumo de vinos espumosos nacionales (33%) y vinos nacionales con sabores (24%). Sin embargo, los vinos tranquilos nacionales representaron 205 millones de cajas, el 56% del total, una cifra inferior al 64% registrado en 2018. El cambio en las preferencias de los consumidores ha reducido la cuota de estos productos.

Otros segmentos que antes mostraban buenos resultados, como las importaciones mexicanas y las bebidas listas para tomar a base de destilados, también han comenzado a disminuir. Los volúmenes totales de cerveza y destilados bajaron más del 6%, situándose en 1.900 millones de cajas de 2,25 galones y 31 millones de cajas de 9 litros respectivamente. A pesar de estas caídas, el gasto fuera del canal hostelero en bebidas alcohólicas aumentó un 3,5% respecto al año anterior según datos federales.

En cuanto a inventarios, Moramarco indicó que el promedio a final de año para 2025 es de 18 meses, frente a los 21,7 meses registrados en 2023. Aunque esta cifra varía según la región y la variedad, se acerca al promedio histórico de 18,3 meses. Para mantener este nivel en los próximos años, los productores californianos necesitarían cosechar unas 3,1 millones de toneladas si el mercado estadounidense se mantiene

estable. La previsión para la vendimia de 2025 es de entre 2,1 y 2,2 millones de toneladas. Moramarco subrayó que esta situación es mejor que la vivida en los dos últimos años, aunque sigue lejos de las cifras alcanzadas hace seis u ocho años.

El consumo podría volver a bajar si cambian algunos factores clave. Uno es la percepción sobre salud y bienestar relacionada con el consumo de alcohol. Otro factor importante es la crisis de asequibilidad que afecta sobre todo a los consumidores más jóvenes. En 2025, el ingreso medio por hogar fue de 86.970 dólares, un aumento del 178% respecto a 1993. Sin embargo, este crecimiento no ha seguido el ritmo del encarecimiento del coste de vida: el precio medio de la vivienda subió un 254%, lo mismo que la cuota hipotecaria mensual media.

La distribución desigual de la riqueza agrava este problema. Según SmartAsset, el 73% del patrimonio estadounidense está en manos de personas mayores de 55 años; Millennials y Generación Z suman solo el 10,7%. Aunque ganan más que sus padres a su edad, deben afrontar gastos mucho mayores. Casi la mitad afirma no sentirse segura económicamente y un 52% vive al día con sus ingresos.

Las generaciones jóvenes han vivido dos recesiones recientes, la pandemia y la expansión tecnológica acelerada por la inteligencia artificial. Muchos se ven obligados a elegir entre pagar sus préstamos estudiantiles o ahorrar para una jubilación incierta. Esto afecta directamente al sector vinícola estadounidense porque depende en gran medida del consumo por parte de ciertos grupos socioeconómicos.

El acceso a hitos tradicionales como comprar una casa o tener hijos resulta cada vez más difícil para muchos jóvenes estadounidenses por motivos económicos. Sin embargo, sorprende que los productos más baratos estén perdiendo peso fuera del canal hostelero pese a estas dificultades económicas. Mientras tanto, cadenas como Costco, Trader Joe’s o Aldi han cubierto parte del hueco con marcas propias asequibles cuyos datos no siempre se reflejan en las estadísticas habituales.

Moramarco recordó que aunque los Millennials heredarán unos 84 billones de dólares procedentes principalmente de sus padres Baby Boomers, esto solo beneficiará a una pequeña parte ya acomodada económicamente. Explicó que el entorno actual favorece más a los consumidores mayores y deja atrás a los jóvenes incapaces de seguir su

ritmo de gasto. Esta situación puede afectar tanto al sector vinícola como al conjunto económico estadounidense en los próximos años.