vinetur

# El vino estadounidense pierde terreno ante el cambio generacional y la caída del consumo

El sector afronta sobreoferta, costes disparados y una transformación forzada por nuevos hábitos y preferencias de los consumidores jóvenes

lunes 2 de febrero de 2026



El sector del vino en Estados Unidos atraviesa un periodo de cambios importantes. La demanda ha caído durante los últimos cuatro años y las previsiones para 2026 no son optimistas. Los responsables de bodegas y expertos del sector coinciden en que la recuperación no llegará antes de dos años. El descenso en el consumo afecta a todos los segmentos y precios, aunque algunos nichos mantienen su fuerza.

Uno de los factores principales es el cambio en los gustos de los consumidores. Las generaciones más jóvenes, como los millennials y la generación Z, muestran menos interés por el vino tradicional y buscan productos más flexibles, asequibles y adaptados a nuevas experiencias. Al mismo tiempo, la popularidad de bebidas con bajo o nulo contenido alcohólico crece, mientras que otros consumidores optan por vinos dulces o bebidas alternativas como cócteles preparados y bebidas con THC.

El envejecimiento de los baby boomers, que hasta ahora eran grandes consumidores de vino, también influye en la caída de la demanda. Además, el uso extendido de medicamentos para perder peso, como Ozempic, ha reducido el consumo de alcohol entre millones de adultos estadounidenses.

En este escenario, muchas bodegas han optado por reducir su oferta y centrarse en las referencias que mejor funcionan. Algunas han cerrado salas de cata, mientras que otras han abierto nuevos espacios o han adquirido marcas y viñedos para adaptarse al nuevo entorno. El mercado ha visto operaciones relevantes como la compra de varias marcas por parte de The Wine Group a Constellation por 850 millones de dólares en 2025.

El descenso en las ventas ha tenido un impacto directo en los viticultores. El coste de cultivar uvas se ha incrementado un 65% en cinco años, según datos del sector. Muchos agricultores no pueden vender sus uvas a precios que cubran estos costes, lo que ha llevado a la retirada masiva de viñedos. Entre octubre de 2024 y agosto de 2025 se eliminaron más de 38.000 hectáreas solo en California. En regiones como Lodi se estima que se arrancó el 10% del viñedo durante 2025.

La sobreoferta también es un problema. En años anteriores se produjeron cosechas muy superiores a la demanda real, lo que ha provocado acumulación de inventario y dificultades para dar salida a vinos antiguos. Algunas bodegas han vendido vino a

precios inferiores al coste de producción para vaciar depósitos y poder recibir nuevas cosechas.

El mercado internacional tampoco ayuda. Canadá, que compraba más del 35% del vino exportado por Estados Unidos antes de 2025, ha reducido sus compras drásticamente. Otros mercados exteriores también presentan dificultades debido a aranceles e incertidumbre económica.

En cuanto a la distribución, la salida del mayorista Republic National Distributing Company (RNDC) del mercado californiano supuso una alteración importante para unas 200 bodegas. El proceso de transición hacia nuevos distribuidores provocó pérdidas temporales y ajustes logísticos. Además, grandes cadenas como Costco o Trader Joe’s están apostando cada vez más por marcas propias y ventas online, lo que obliga a las bodegas a replantear sus estrategias comerciales.

El acceso al crédito es otro punto delicado. Los bancos han mostrado paciencia hasta ahora pero ya se preparan para posibles ejecuciones hipotecarias en 2026 ante la dificultad de muchas empresas para hacer frente a sus préstamos.

La innovación aparece como una vía para recuperar terreno perdido. Los responsables del sector señalan la necesidad de hacer el vino más accesible tanto en precio como en imagen y formatos. Se están probando nuevos envases y sabores para atraer a consumidores jóvenes y romper con la percepción del vino como bebida exclusiva para ocasiones especiales.

El precio medio por copa en restaurantes estadounidenses ronda los 14 dólares, llegando hasta los 25 dólares en ciudades como San Francisco, lo que limita el acceso al público general frente a otras opciones como cócteles o cervezas.

Algunas bodegas han conseguido mantener o incluso aumentar su volumen de ventas durante 2025, pero advierten que el incremento no compensa el aumento generalizado de costes operativos, sanitarios y salariales.

En resumen, el sector afronta una etapa marcada por la reducción del consumo interno, el aumento del coste agrícola y una transformación profunda en los canales comerciales y las preferencias del consumidor. La consolidación empresarial parece

inevitable ante este panorama y se espera que solo las empresas más adaptables puedan salir reforzadas cuando llegue la recuperación esperada dentro de dos años.