vinetur

California arranca el 7% de sus viñedos ante la caída del consumo de vino

El sector afronta pérdidas históricas y busca reinventarse para atraer a nuevos consumidores y recuperar la rentabilidad

lunes 23 de febrero de 2026



El sector vitivinícola de California atraviesa un periodo de ajuste tras varios años de exceso de uva debido a la caída en el consumo de vino a nivel internacional. Según datos recientes, los productores han eliminado más de 38.000 hectáreas de viñedos

entre octubre de 2024 y agosto de 2025, lo que representa cerca del 7% del total en el estado. Actualmente, quedan unas 193.000 hectáreas plantadas, aunque los expertos calculan que la demanda futura se situará en torno a las 166.000 hectáreas.

Jeff Bitter, presidente del grupo Allied Grape Growers, explicó el mes pasado durante el Unified Wine and Grape Symposium en Sacramento que la retirada masiva de viñedos es una respuesta directa al desequilibrio entre oferta y demanda. Bitter señaló que aún no se ha alcanzado el punto de equilibrio, pero las previsiones apuntan a que la superficie productiva podría acercarse al objetivo del sector este mismo año si continúan las retiradas y se suman las parcelas abandonadas por dificultades económicas. Sin embargo, considera más probable que ese ajuste se logre en 2027 o 2028.

Durante los dos últimos años, mientras disminuían las compras de uva, las bodegas han reducido parte del excedente almacenado. El volumen de vino terminado en inventario es un factor clave para determinar la demanda futura de uva. Las bodegas californianas suelen mantener reservas suficientes para cubrir unos 18 meses de ventas. Al cierre de 2023, el inventario había subido hasta los 21,7 meses debido a la lentitud en las ventas, lo que llevó a muchas bodegas a reducir sus compras de uva. Para finales de 2025, esa cifra bajó a 19 meses, lo que podría indicar una recuperación gradual en la demanda.

La situación ha sido especialmente difícil para los viticultores sin contratos a largo plazo con bodegas. Muchos han tenido que vender su producción por debajo del coste o dejarla sin recoger por falta de compradores. Esta falta de rentabilidad ha provocado que algunas entidades financieras hayan dejado de conceder préstamos anuales necesarios para cubrir los gastos agrícolas, lo que ha agravado la situación para numerosos productores.

El proceso de eliminación de viñedos supone una pérdida importante para quienes invirtieron grandes sumas en su desarrollo. Los agricultores deben decidir entre asumir esas pérdidas o seguir cultivando con resultados negativos durante varios años hasta que el mercado mejore. Randy Baranek, responsable de proyectos en Fowler Brothers Farming (Stanislaus County), supervisó la retirada de más de 2.000 hectáreas el año

pasado y afirma que la demanda para eliminar viñedos sigue siendo alta.

En cada uno de los últimos tres años, parte de la cosecha californiana quedó sin recoger por falta de demanda. En 2024 se dejaron sin vendimiar unas 400.000 toneladas y el año pasado esa cifra superó las 820.000 toneladas, aproximadamente una cuarta parte del total producido según estimaciones del sector. El volumen total cosechado fue inferior a los 2,5 millones de toneladas, el más bajo en décadas.

Las nuevas plantaciones también han caído a mínimos históricos: en 2025 se vendieron plantas suficientes para apenas unas 2.900 hectáreas nuevas, frente a las más de 8.000 hectáreas cubiertas tres años antes.

Los expertos atribuyen la caída del consumo a varios factores: cambios en las recomendaciones sanitarias sobre el consumo moderado de alcohol, dificultades para atraer a consumidores jóvenes y el aumento del precio del vino respecto al poder adquisitivo actual. Danny Brager, consultor especializado en bebidas alcohólicas, señala que el precio es un obstáculo importante para muchos consumidores.

A pesar del descenso previsto en el tamaño del mercado futuro, representantes del sector consideran que el vino mantiene ventajas competitivas ligadas a su imagen natural y social. Liz Thach, presidenta del Wine Market Council, recomienda poner en valor aspectos como la ausencia habitual de azúcares añadidos y las prácticas agrícolas sostenibles para conectar con consumidores preocupados por la salud y el medio ambiente.

El sector vitivinícola californiano afronta así una etapa marcada por ajustes estructurales y cambios en los hábitos del consumidor, mientras busca nuevas formas de conectar con públicos más jóvenes y adaptarse a un mercado menos voluminoso pero potencialmente más diversificado.