vinetur

El vino californiano pierde terreno ante la caída del consumo y la presión de las importaciones

La reducción de viñedos y el auge de bebidas alternativas obligan al sector a reinventarse para sobrevivir

miércoles 25 de marzo de 2026



Este martes, 24 de marzo, el programa AgNet News Hour dedicó su emisión a analizar la situación actual del sector vitivinícola. Los presentadores Nick Papagni y Josh McGill entrevistaron a Nicholas Karavidas, enólogo y consultor con más de cuarenta años de

experiencia, para conocer su visión sobre uno de los periodos más complicados que atraviesa la industria del vino.

Karavidas explicó que el sector se encuentra ante una combinación de factores que han provocado una situación difícil para productores y bodegas. Entre los principales problemas señaló la caída en el consumo, los cambios en las tendencias de salud, el exceso de oferta a nivel internacional y la presión de nuevas bebidas alternativas. Según Karavidas, estos elementos han coincidido y han generado un entorno complicado para quienes trabajan en la producción y comercialización del vino.

Uno de los cambios más importantes es el comportamiento del consumidor, especialmente entre los jóvenes. Las tendencias hacia una vida más saludable, la reducción del consumo de alcohol y el uso de medicamentos para perder peso han influido en la disminución de la demanda. Además, el aumento en la oferta de bebidas sin alcohol o con bajo contenido alcohólico está modificando el mercado y obliga al sector a buscar nuevas formas de conectar con los consumidores.

La competencia internacional también afecta al mercado estadounidense. Karavidas explicó que California, que antes mantenía un equilibrio entre oferta y demanda, ahora ve cómo los vinos importados ocupan más del 40% del espacio en las estanterías minoristas. Las ayudas europeas y los desequilibrios comerciales dificultan que los productores locales puedan competir en precio, lo que añade presión a los viticultores californianos.

Las consecuencias ya se notan sobre el terreno. En los últimos años se han arrancado entre 100.000 y 150.000 acres de viñedo en California, una reducción que no se veía desde hace décadas. Aunque esta contracción supone un golpe para muchos agricultores, Karavidas advirtió que podría provocar una escasez futura si la demanda se estabiliza o vuelve a crecer.

A pesar de este panorama, Karavidas señaló algunas oportunidades para el sector. La innovación aparece como una vía importante para avanzar. Mencionó envases monodosis, productos listos para consumir y nuevas estrategias de marketing dirigidas a consumidores jóvenes como ejemplos de adaptación. También subrayó la necesidad de ajustarse a un mercado influido por las redes sociales, las preferencias cambiantes y

la competencia de otras bebidas como cerveza, licores o cannabis.

De cara al futuro, Karavidas prevé un posible “efecto látigo” en los próximos dos años. Si continúa la reducción de producción y superficie plantada, la oferta podría disminuir notablemente y mejorar así los precios para quienes logren superar esta etapa complicada. Su consejo para los agricultores fue claro: mantener los viñedos siempre que sea posible y apostar por la resiliencia a largo plazo.

La conversación puso sobre la mesa una realidad más amplia para la agricultura californiana: las industrias deben evolucionar junto a sus consumidores. La capacidad del sector vitivinícola para innovar, comunicar eficazmente y adaptarse a las nuevas tendencias será clave para su futuro.