vinetur

La rentabilidad del sector vitivinícola dependerá de la disciplina financiera

Menos volumen, más presión sobre márgenes y una demanda que se enfría en Europa

martes 21 de abril de 2026



El mercado mundial del vino entra en una fase de ajuste largo bajo el nuevo shock energético. La lectura que hacen varios analistas es que no habrá un colapso brusco, pero sí menos volumen, más presión sobre la caja y una rentabilidad repartida de forma muy desigual entre operadores, canales y tipos de producto.

La evolución de la inflación en la eurozona ayuda a explicar ese escenario. Eurostat situó el IPC armonizado de marzo en el 2,6%, frente al 1,9% de febrero, con la energía aportando 0,48 puntos al dato. Al mismo tiempo, el Banco Central Europeo mantiene en sus previsiones una inflación media del 2,6% para 2026 y un crecimiento real del PIB del 0,9% este año. Para el vino, esa combinación supone menos renta disponible para gastar y un entorno en el que el consumidor mira más el precio final antes de comprar.

El BCE ha dejado entrever que no quiere mover tipos de forma precipitada en abril. Esa postura reduce el riesgo de un problema crediticio inmediato para bodegas, distribuidores e importadores, pero no borra el efecto del encarecimiento energético sobre hogares y empresas. La presidenta del banco central ha pedido más datos antes de sacar conclusiones firmes sobre el impacto del petróleo y del gas en la inflación. También varios miembros del consejo han señalado que abril llega demasiado pronto para medir si este episodio está alterando salarios y precios de forma duradera.

Para el sector vinícola, la clave está en cómo se transmite ese shock. No solo pesa el precio de la energía. También suben los costes del vidrio, del transporte, del almacenamiento y de la distribución. La patronal europea del vidrio recuerda que la energía representa más de una quinta parte de los costes totales de la fabricación de envases. En paralelo, distintos informes recogidos por Reuters muestran que la guerra y las tensiones geopolíticas están elevando los costes de botellas, cartones y etiquetas en varios mercados, con aumentos que pueden llegar al 15% y con sobrecostes mayores si hay que cambiar proveedores.

Ese encarecimiento golpea más al vino barato embotellado y vendido a larga distancia. En ese tramo del mercado, cada euro extra en vidrio o logística pesa mucho sobre el margen. En cambio, los vinos con mayor precio final tienen más capacidad para absorber parte del golpe porque esos costes representan una parte menor del ticket total.

También cambia el comercio exterior. El euro fuerte, los aranceles y las fricciones geopolíticas están restando tracción a algunos exportadores europeos. Reuters ha informado de que uno de los grandes polos exportadores de vino y espirituosos arrancó 2026 con volúmenes en mínimos de al menos un cuarto de siglo. Ese dato refleja una

tendencia clara: vender cerca gana peso frente a depender de rutas largas y mercados donde el poder de fijación de precios es débil.

En la demanda también se nota la presión. La Comisión Europea registró en marzo una caída de la confianza del consumidor en la eurozona hasta -16,3, el peor nivel desde octubre de 2023. Eso suele traducirse en menos salidas a restaurantes y bares, menos compras impulsivas y más atención al gasto doméstico. La consultora IWSR apunta además que muchos consumidores recortaron presupuesto para alcohol durante 2025, incluso entre rentas altas, y que se redujo tanto la frecuencia como la cantidad consumida por ocasión.

En ese escenario, el vino no desaparece del consumo, pero cambia su papel. Pasa a ser una compra más meditada. El consumidor ajusta primero por canal, por frecuencia y por mezcla de productos antes que abandonar por completo la categoría. Los datos fiscales británicos citados por HM Revenue & Customs apuntan a que la demanda de vino es menos sensible al precio que otras bebidas alcohólicas, con elasticidades aproximadas de -0,24 en hostelería y -0,08 en alimentación. Eso ayuda a entender por qué el sector resiste mejor que otras categorías cuando suben los precios, aunque no evita una caída del volumen.

La hostelería premium sigue teniendo margen para defender valor cuando la experiencia acompaña al producto. Pero el mercado medio lo tiene más difícil. Habrá menos botellas vendidas en restaurantes con ticket ajustado, más compra calculada para casa y menos tolerancia a vinos sin una propuesta clara. La presión económica no elimina el consumo; lo ordena con más dureza.

La evolución demográfica tampoco compensa por sí sola esa pérdida de tracción. IWSR señala que Estados Unidos, Alemania e India han sumado casi 10 millones de consumidores de vino en los últimos tres o cuatro años. Aun así, esa base nueva no garantiza un salto fuerte del vino tranquilo a escala internacional. En mercados como India crece el consumo total de alcohol, pero el vino sigue sin salir con claridad de una fase débil.

Donde sí puede haber movimiento es en la estructura empresarial. Los operadores con marca fuerte, venta directa o presencia sólida en hostelería tienen más opciones para trasladar parte del aumento de costes al precio final. También cuentan con más margen para financiar inventario y soportar ciclos largos sin tensión excesiva en caja. En cambio, las empresas dependientes de promociones constantes y márgenes muy estrechos quedan más expuestas a cualquier subida adicional del vidrio o del transporte.

La otra variable es el circulante. En varios mercados maduros ya se observa exceso de stock en algunos segmentos bajos y medios. Eso obliga a ajustar producción, reducir compras y revisar plantaciones o contratos antes que seguir empujando litros al mercado sin salida clara. En paralelo, organismos internacionales del sector siguen advirtiendo sobre cosechas afectadas por episodios climáticos repetidos.

La financiación será otro punto clave. El Banco Europeo de Inversiones prevé duplicar su apoyo a proyectos ligados a adaptación climática hasta 30.000 millones de euros entre 2026 y 2030, con foco en agricultura, agua y empresas. Para el vino eso importa mucho porque buena parte del ajuste futuro dependerá de invertir en eficiencia energética, gestión hídrica, logística y resiliencia agronómica.

Si el shock energético se mantiene dentro de límites manejables y el BCE conserva una línea prudente sobre tipos, el escenario central apunta a un mercado mundial con volúmenes flojos en 2026, cierta estabilización en 2027 y una mejora lenta después. Si el petróleo y el gas siguen tensionados durante más tiempo y acaban filtrándose a salarios e inflación subyacente, la caída puede ser mayor tanto en litros como en margen bruto.

En ese caso crecerían las promociones agresivas en retail, bajaría aún más el tráfico en hostelería media y aumentaría la presión sobre bodegas pequeñas o muy apalancadas. También podría acelerarse la concentración entre productores, importadores y distribuidores.

El futuro inmediato del vino dependerá menos de una sola cifra macroeconómica que de varias variables al mismo tiempo: renta real del hogar, coste energético, confianza del consumidor, evolución salarial en la eurozona y precio del vidrio y la logística. Si

ese conjunto mejora algo durante los próximos meses, el sector podrá ganar estabilidad; si empeora, muchas empresas tendrán que ajustar su modelo antes de lo previsto.