



El mercado vitivinícola americano

Los retos de innovar en el cultivo y de incorporar a consumidores jóvenes.



ALIMENTACIÓN | VINO Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS



AMÉRICA | ESTADOS UNIDOS

WASHINGTON, DC,
03.03.2022



El sector vitivinícola americano se enfrenta a importantes retos, tanto en la producción como en el consumo.

El viñedo americano, fundamentalmente situado en los estados de California (258.000 ha), Oregón (16.000 ha) y Washington (23.900 ha), viene padeciendo una escasez crónica de mano de obra cualificada. En el caso de California, cuyo sector vitivinícola alcanza los 43.600 M\$, además la persistente sequía y los incendios forestales han destruido directamente viñedos, o han afectado a las labores habituales de mantenimiento y vendimia, dificultando las tareas de los trabajadores.

En todos los estados productores, la escasez de mano de obra se ha convertido en un grave problema para la producción de uva de vinificación, en particular en el caso de los vinos de gran calidad. Aunque se estima que el 80% de la uva de vinificación se vendimia con máquina, los viñedos son intensivos en labores, cuya mecanización no es sencilla y que requieren de la intervención de trabajadores especializados. La innovación está incorporando máquinas autónomas para operaciones como la poda, así como drones para supervisarlas.

Los viticultores se quejan de las dificultades crecientes para encontrar trabajadores, cualificados o no, para sus viñedos. Los migrantes que consiguen legalizar su situación rápidamente se emplean en otros cultivos, o en otros sectores, que ofrecen mejores salarios y mejor calidad de vida. Los viticultores americanos manifiestan que no existe ningún interés por parte de los americanos en trabajar en el sector, si bien, cada campaña, de acuerdo con las normas de los programas de inmigración, se ven obligados a ofrecer sus puestos de trabajo internamente, antes de acudir a los programas oficiales para la contratación de trabajadores temporales extranjeros (denominado programa H-2A).

Los salarios han crecido y, aunque el salario mínimo en California para estos trabajadores es de 12 \$/h, en determinadas zonas vitícolas puede alcanzar los 18,5 \$/h.

Los viticultores han tenido que "fidelizar" a sus trabajadores ofreciéndoles, además de unos mejores salarios, otro tipo de beneficios, como cobertura médica, flexibilidad en los horarios, cuidado para los hijos, becas escolares y universitarias.

Otra fuente de preocupación es el exceso de superficie y de producción. A pesar de la menor producción en las dos últimas campañas, consecuencia de los incendios y de la sequía, los precios no se han recuperado, lo que lleva a considerar el arranque de viñas o a bajar los precios en el mercado.

Respecto del consumo, según la Organización Internacional de la Viña y el Vino, OIV, el mercado americano del vino es el mayor del mundo, con unos 33 millones de hl en 2020, por encima del mercado francés (unos 27,5 millones de hl), hasta 2013 el mayor mercado mundial. El consumo de vino representa el 18% del total del mercado de bebidas alcohólicas en EE. UU.

Los analistas ven con preocupación la estabilización del consumo, tras años de gran crecimiento, y, sobre todo, el bajo número de jóvenes consumidores, que prefieren las bebidas espirituosas, la cerveza y otras bebidas no alcohólicas al vino, especialmente en la hostelería o cuando acuden a fiestas con amigos.

Durante la pandemia, la venta on-line experimentó un gran desarrollo, logrando el 10% del total de ventas, cuota que se ha mantenido en 2021.

La impresión de los analistas es que el mercado se ha estabilizado, creciendo únicamente los vinos de precio comprendido entre los 12 y los 30 \$/botella, cuyos consumidores son fundamentalmente personas de cierta edad (más de 50 años), con alto poder adquisitivo. La cuestión demográfica es crítica para el futuro del sector. Los expertos recomiendan incorporar en los argumentos de venta aspectos que preocupan a los jóvenes: reducción de la huella de carbono, contribución a la lucha contra el cambio climático, cultivo ecológico o bienestar de los trabajadores. En caso contrario, el mercado podría llegar a contraerse hasta un 20% en los próximos años.