vinetur

Las exportaciones de vino australiano caen por primera vez por debajo de 600 millones de litros

Canadá resiste con un alza del 20% en valor tras ganar cuota frente a Estados Unidos

miércoles 26 de agosto de 2026



Canadá fue uno de los pocos mercados al alza para el vino australiano en los doce meses cerrados en junio de 2026. Las exportaciones a ese país subieron un 20% en valor, hasta A$188 millones, y un 13% en volumen, hasta 69 millones de litros, de acuerdo con Wine Australia. El avance se produjo tras la menor disponibilidad de vinos de Estados Unidos durante la disputa comercial entre Canadá y su vecino, un cambio de proveedor que permitió a Australia ganar cuota.

El dato canadiense contrasta con la evolución del conjunto del sector. Wine Australia informó en su reporte publicado el 29 de julio de que las exportaciones totales de vino australiano cayeron un 7% en valor, hasta A$2.300 millones, y un 6% en volumen, hasta 598 millones de litros. Es la primera vez desde 2004 que los envíos al exterior bajan de 600 millones de litros en un periodo anual.

La entidad atribuye ese retroceso a un descenso más amplio del consumo mundial de vino. Según sus cifras, el consumo se sitúa en el nivel más bajo desde 1961. Peter Bailey, responsable de inteligencia de mercado de Wine Australia, sostiene que no se trata solo de un bache puntual, sino de un cambio en los hábitos del consumidor: menor ingesta de alcohol, presión sobre el gasto de los hogares y paso hacia otras bebidas.

Dentro de ese escenario, Canadá sobresale por varios motivos. Los A$188 millones suponen el nivel más alto en siete años para el vino australiano en ese mercado. El volumen, con 69 millones de litros, equivale a unos 8 millones más que un año antes. A partir de esas dos cifras, el valor medio de exportación se sitúa en torno a A$2,72 por litro, cerca de un 6,2% más. Es decir, Australia no solo vendió más, también colocó el producto a un precio medio superior.

Bailey relaciona esa mejora con la ganancia de cuota lograda tras la reducción de la oferta estadounidense en Canadá. Al mismo tiempo, señala que el impulso perdió fuerza al final del periodo, una señal de que esa sustitución empieza a estabilizarse. Canadá fue además el cuarto mercado para el vino australiano tanto por valor como por volumen, solo por detrás de China continental, Reino Unido y Estados Unidos.

La marcha de esos tres grandes destinos explica buena parte de la caída total. China continental siguió siendo el principal mercado por valor, aunque las exportaciones bajaron un 15%, hasta A$756 millones. Reino Unido cedió un 3%, hasta A$340 millones, y Estados Unidos retrocedió un 27%, hasta A$229 millones. Por volumen, Reino Unido siguió en cabeza con 192 millones de litros, un 6% menos; Estados Unidos bajó a 95 millones, un 15% menos, y China continental a 77 millones, un 8% menos.

Wine Australia añade que la recuperación posterior al fin de los aranceles en China ya ha dejado paso a una fase más madura, guiada por la demanda real y no por la reposición de existencias. En Reino Unido, la entidad aprecia una mejor resistencia de los vinos australianos de mayor precio, mientras que el retroceso se concentra más en las gamas comerciales y medias. En Estados Unidos, en cambio, la debilidad aparece en la mayor parte de los tramos de precio, junto con recortes de inventario en la distribución y cambios de preferencia del consumidor.

A esa presión se suma el volumen de vino acumulado en Australia. Durante una intervención este miércoles, 26 de agosto, Taylors Wines aseguró que sus cabernet sauvignon y shiraz avanzan alrededor del 40% en Canadá. La empresa no precisó el periodo exacto de esa referencia. Su presidente afirmó además que las existencias del sector australiano equivalen a entre tres y cuatro veces las ventas anuales necesarias, una estimación que apunta a un exceso de oferta todavía muy amplio. La bodega tampoco concretó el método usado para ese cálculo.

Ese desajuste ayuda a entender por qué la mejora en Canadá, aunque relevante para varias bodegas, no basta por sí sola para cambiar la situación general del sector. Un aumento de A$188 millones en un mercado concreto queda muy por debajo del peso que siguen teniendo China continental, Reino Unido y Estados Unidos en la cuenta exterior australiana. Entre los tres suman A$1.325 millones, más de la mitad del valor total exportado.

Fuera de China continental, varios mercados asiáticos también mejoraron. Wine Australia informa de subidas de valor en Singapur, Tailandia, Malasia, Japón, Corea del Sur y Taiwán. Singapur pasó a ser el mayor destino asiático de Australia fuera de China continental, con A$125 millones, un 11% más, y Tailandia alcanzó un máximo de valor apoyada en una mayor demanda de vino australiano premium.