vinetur

Las exportaciones españolas del sector del vino cierran la campaña con una caída del 13%

La facturación baja un 7,2% pese al encarecimiento del precio medio hasta 3.274,3 millones de euros

jueves 24 de septiembre de 2026



Las exportaciones españolas de vino y productos vitivinícolas cerraron la campaña 2025-26 con una caída del 13% en volumen y del 7,2% en valor. El balance, elaborado por Del Rey Analistas de los Mercados del Vino (AWM) a partir de datos de la AEAT,

sitúa las ventas exteriores en 23,7 millones de hectolitros y 3.274,3 millones de euros en los 12 meses cerrados en julio de 2026.

La bajada fue menos intensa en julio que en meses anteriores. En ese mes, las exportaciones retrocedieron un 6,3% en volumen y un 0,6% en valor. Al mismo tiempo, los precios siguieron al alza, una evolución que redujo parte del golpe sobre la facturación.

El precio medio de exportación se situó en 1,38 euros por litro, con una subida del 6,6% en tasa interanual para el conjunto de la campaña. Esa diferencia entre el descenso del volumen y el del valor refleja que España vendió menos cantidad en el exterior, pero a precios más altos.

En términos absolutos, el sector perdió 3,5 millones de hectolitros y 253 millones de euros respecto al periodo anterior. El recuento incluye vino, mosto, vermut y vinagre, que forman parte del conjunto de productos vitivinícolas medidos en la serie.

AWM señala que el deterioro fue mayor en el mosto que en el vino. El mosto restó 1,6 millones de hectolitros en la campaña, lo que equivale a una bajada del 24,4%. En cambio, los vinos registraron una caída más moderada, del 9,5% en volumen, muy marcada por el descenso de las ventas de granel, que perdieron 1,3 millones de hectolitros.

La diferencia también se aprecia en el valor. Las exportaciones de mosto cayeron un 16% y dejaron 64,6 millones de euros menos en los 12 meses hasta julio. En el caso de los vinos, el retroceso fue del 6,1%, con un papel principal del granel, segmento en el que España dejó de ingresar 24,1 millones de euros.

Dentro de los vinos envasados, los tranquilos tuvieron un mejor comportamiento que los espumosos tanto en valor como en volumen. Entre los tranquilos, los vinos con IGP registraron una caída del 14,6% en valor y los vinos con DOP bajaron un 7,9%. En cambio, los varietales avanzaron un 5,7%, aunque AWM precisa que su facturación sigue siendo apenas una décima parte de la que generan los vinos con denominación de origen. Los vinos sin indicación se mantuvieron casi estables, si bien con un leve retroceso en volumen.

Por destinos, la campaña estuvo muy condicionada por el descenso de las ventas a Italia y Francia. En Italia, la caída total fue del 48%, muy vinculada al retroceso del granel y del mosto. En Francia también bajaron las compras de producto español, en especial de vino a granel.

Estados Unidos también cerró el periodo con números a la baja en vino español. Las exportaciones a ese mercado perdieron un 16,3% en volumen y un 16,9% en valor. Ese recorte se produjo al mismo tiempo que otros destinos aumentaban sus compras con fuerza, entre ellos Costa de Marfil, Marruecos y Rumanía.

La fotografía final de la campaña deja así una doble lectura. Por un lado, el sector exportó menos litros y facturó menos que un año antes. Por otro, la mejora del precio medio contuvo parte del descenso del valor, sobre todo en un ejercicio en el que el granel y el mosto pesaron de forma clara en el resultado total.