vinetur

España pierde 253 millones de euros en exportaciones de vino y productos vitivinícolas

España cierra la campaña del vino con el menor volumen exportado de su serie histórica

miércoles 23 de septiembre de 2026



Botellas de vino español en un establecimiento de Seattle, Washington, Estados Unidos

España cerró la campaña vitivinícola 2025-2026 con exportaciones de vino y otros productos vitivinícolas por valor de 3.274,3 millones de euros y un volumen de 2.375 millones de litros, equivalentes a 23,75 millones de hectolitros. El balance de los doce meses terminados en julio de 2026 deja una bajada del 7,2% en facturación y del 13% en volumen respecto al mismo periodo anterior, según el análisis elaborado por DelReyAWM, la consultora de Rafael del Rey, a partir de datos de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

La pérdida en términos absolutos fue de 253 millones de euros y 3,5 millones de hectolitros, unos 350 millones de litros. El cálculo incluye no solo vino, sino también mosto, vermut y vinagre. Por eso, las tasas generales reflejan el comportamiento conjunto de todos esos productos y no solo del vino.

El dato que amortiguó la bajada de ingresos fue el precio medio de exportación. Subió un 6,6% y se situó en 1,38 euros por litro. Ese avance permitió que la caída del valor fuera menor que la del volumen, aunque no evitó que el sector cerrara la campaña con menos ventas al exterior en euros.

Las series históricas de la consultora, que arrancan en diciembre de 2016, sitúan el volumen exportado en su nivel más bajo de todo el periodo analizado. Al mismo tiempo, el precio medio alcanzó el nivel más alto. La facturación quedó en una posición intermedia: lejos de los máximos de los dos últimos años, pero por encima de los mínimos que aparecen al comienzo de la década.

En julio de 2026, el último mes de la campaña, el retroceso fue algo menor que el registrado en el conjunto de los doce meses. Las exportaciones españolas de vinos y productos vitivinícolas bajaron un 6,3% en volumen y un 0,6% en valor. A partir de esas dos variaciones, el precio medio de ese mes se eleva en torno a un 6,1%. Rafael del Rey resumió así ese comportamiento: “Caen, aunque más ligeramente que en meses anteriores, las exportaciones españolas de vinos y productos vitivinícolas”.

El mosto tuvo un comportamiento peor que el del vino. Sus exportaciones retrocedieron un 24,4% en volumen, con una pérdida de 1,6 millones de hectolitros, unos 160 millones de litros. En valor, la bajada fue del 16%, lo que equivale a 64,6 millones de euros menos. Esa cifra supone alrededor del 25,5% de toda la pérdida económica del conjunto de vinos y productos vitivinícolas. En volumen, el peso del mosto fue todavía mayor: explica cerca del 46% de los 3,5 millones de hectolitros perdidos en la campaña.

El conjunto del vino registró un descenso más moderado, aunque también claro. Las ventas al exterior bajaron un 9,5% en volumen y un 6,1% en valor. La relación entre ambas tasas apunta a un aumento aproximado del 3,8% en el precio medio del vino. En el caso del mosto, ese cálculo se acerca al 11,1%, una subida más intensa, pero insuficiente para compensar la reducción de litros vendidos.

Dentro del vino, el granel concentró una parte importante del ajuste. España perdió 1,3 millones de hectolitros de vino a granel exportado, unos 130 millones de litros, y dejó de ingresar 24,1 millones de euros por esa vía. Si se suman las pérdidas de mosto y granel, el recorte alcanza 2,9 millones de hectolitros, alrededor de 290 millones de litros. Esa cantidad equivale a cerca del 83% de toda la caída del volumen exportado. En ingresos, ambos productos restaron 88,7 millones de euros, aproximadamente el 35% del descenso total. La diferencia entre ambos porcentajes muestra que la pérdida de litros se concentró mucho más en estas dos categorías que la pérdida de facturación.

En los vinos envasados, los tranquilos resistieron mejor que los espumosos tanto en volumen como en valor. Aun así, el detalle por categorías muestra diferencias amplias. Los vinos con indicación geográfica protegida bajaron un 14,6% en valor, mientras que los vinos con denominación de origen protegida retrocedieron un 7,9%. En cambio, los varietales aumentaron un 5,7% en facturación exterior.

Ese avance de los varietales tiene un alcance limitado en el balance general por su menor tamaño. DelReyAWM precisa que su facturación representa apenas una décima parte de la de los vinos con denominación de origen. Eso reduce su capacidad para compensar, en euros, la bajada de una categoría con un peso mucho mayor. Los vinos

sin indicación se mantuvieron cerca de la estabilidad, aunque con una ligera caída de volumen.

Por mercados, Italia y Francia figuran entre los destinos que más contribuyeron al deterioro de las ventas españolas, sobre todo por la evolución del granel y, en el caso italiano, también del mosto. Para Italia, la consultora cifra el retroceso en un 48% “en total”, pero no precisa si ese porcentaje corresponde al valor o al volumen. En Francia, vincula la bajada a menores compras de granel, aunque sin concretar qué parte del descenso total procede de ese país.

Estados Unidos mostró un comportamiento diferente al del promedio general. Las exportaciones españolas de vino a ese mercado cayeron un 16,3% en volumen y un 16,9% en valor. En este caso, la facturación bajó algo más que las cantidades, lo que sitúa el precio medio con una ligera caída, cercana al 0,7%, a partir de los porcentajes publicados.

Frente a esos retrocesos, DelReyAWM cita avances en Costa de Marfil, Marruecos y Rumanía, entre otros mercados. La consultora no aporta cifras concretas de esos aumentos, por lo que no permite medir su capacidad de compensación frente a la bajada en países con mayor peso para España.

La evolución histórica ayuda a medir el alcance del ajuste. El volumen anual móvil partía a finales de 2016 de alrededor de 2.750 millones de litros, subió hacia una franja de 2.850 a 2.900 millones en 2017 y comienzos de 2018, y después bajó hasta unos 2.550 millones a finales de 2018. En 2019 volvió a acercarse a 2.750 millones y durante 2020 osciló entre 2.550 y 2.600 millones. El salto más fuerte llegó en 2021, cuando el acumulado anual superó los 3.100 millones de litros y las tasas interanuales pasaron del 20%.

Después llegó una corrección prolongada. En 2022 las cantidades bajaron con fuerza y en 2023 el acumulado llegó a moverse en torno a 2.600 millones de litros. En la primavera de 2024 hubo una recuperación hacia 2.850 o 2.900 millones, pero esa mejora no se consolidó. Tras nuevas oscilaciones en 2025, la bajada se aceleró en 2026 hasta cerrar por debajo de 2.400 millones de litros, alrededor de una cuarta parte menos que en el máximo de finales de 2021.

La facturación siguió una trayectoria menos extrema. Arrancó a finales de 2016 por debajo de 3.000 millones de euros, subió hasta alrededor de 3.350 millones en 2018 y volvió a caer por debajo de 3.000 millones entre 2019 y 2020. En 2021 regresó a la franja de 3.300 y 3.400 millones, superó los 3.500 millones en 2023 y volvió a rondar esa cota en 2024. Entre finales de 2024 y comienzos de 2025 se acercó a 3.600 millones. Desde ahí comenzó una fase a la baja que terminó en julio de 2026 por debajo de 3.300 millones y con una tasa interanual del -7,2%.

El precio medio es la variable que explica la distancia entre la caída del volumen y la del valor. Partía de unos 1,06 euros por litro a finales de 2016, subió hacia 1,29 euros a finales de 2018, bajó hasta alrededor de 1,11 euros en 2019 y rozó 1,05 euros en 2021, coincidiendo con la fase de mayor expansión del volumen. En 2022 y 2023 recuperó terreno con subidas interanuales superiores al 15% en algunos tramos, corrigió hasta cerca de 1,23 euros en 2024, volvió a aproximarse a 1,30 euros en 2025 y alcanzó 1,38 euros en 2026.

Ese promedio no implica que todos los productos se vendieran más caros en la misma proporción. El dato mezcla vino, mosto, vermut y vinagre, y también refleja cambios en el peso de cada categoría dentro del total exportado. El propio desglose de la campaña muestra diferencias amplias entre el mosto, el conjunto del vino, el granel o las ventas dirigidas a Estados Unidos.