vinetur

Estados Unidos recortó más del 16% sus compras de vino español en la última campaña

Fue el mercado con peor evolución frente a la media exterior por volumen, valor e ingreso medio

viernes 25 de septiembre de 2026



Estados Unidos recortó más de un 16% sus compras de vino español durante la campaña vitivinícola 2025-2026, tanto en volumen como en valor. El análisis de la consultora DelReyAWM, elaborada por el experto en mercados del vino Rafael del Rey a partir de datos de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, sitúa la caída en el 16,3% en litros y en el 16,9% en facturación.

El periodo analizado incluye los doce meses transcurridos entre agosto de 2025 y julio de 2026 y se compara con la campaña anterior. Se trata, por tanto, de una visión anual completa de las ventas españolas a Estados Unidos y no de un dato aislado de julio ni del acumulado parcial de 2026.

La evolución del mercado estadounidense fue peor que la del conjunto de las exportaciones españolas de vino. Mientras los envíos a todos los destinos bajaron un 9,5% en volumen, las ventas a Estados Unidos cayeron 6,8 puntos más, hasta ese 16,3%. La distancia fue aún mayor en valor. Frente al descenso del 6,1% registrado en el total de las exportaciones, el mercado estadounidense redujo sus compras un 16,9%, es decir, 10,8 puntos más.

Esa comparación muestra que la pérdida de ritmo en Estados Unidos tuvo más intensidad que la media exterior del vino español. También apunta a que el ajuste no se debió solo a una menor actividad general en los mercados internacionales, sino a un peor comportamiento específico de ese destino dentro del conjunto exportador.

Los datos permiten además medir cómo evolucionó el ingreso medio por litro. Como la facturación cayó algo más que el volumen, el precio medio obtenido en Estados Unidos registró un ligero descenso, de alrededor del 0,7%. En otras palabras, los exportadores españoles no solo vendieron menos vino en ese mercado, sino que además ingresaron algo menos por cada litro enviado.

En el conjunto de las exportaciones españolas ocurrió lo contrario. La caída del 6,1% en valor fue menor que la del 9,5% en volumen, lo que equivale a un aumento aproximado del 3,8% en el precio medio. Esa diferencia sitúa a Estados Unidos como un mercado con una evolución menos favorable que la media también en términos de ingreso por litro.

DelReyAWM precisa que ese cálculo del precio medio no debe leerse como una rebaja uniforme aplicada por todas las bodegas ni por todas las categorías de producto. Al obtenerse a partir del valor total exportado y del volumen total enviado, ese dato puede reflejar tanto cambios en los precios como variaciones en la composición de las ventas. Por ejemplo, una menor presencia de vinos de alta gama o un mayor peso de referencias más baratas alteraría el promedio sin que eso implique necesariamente un

recorte equivalente en todas las operaciones.

El análisis no aporta, sin embargo, el detalle de Estados Unidos por tipos de vino ni publica en este caso los litros y euros exactos correspondientes a ese mercado. Eso impide calcular cuántos millones de euros o cuántos millones de litros se dejaron de vender durante la campaña, y también limita la posibilidad de atribuir la bajada a una categoría concreta, como espumosos, tranquilos o graneles.

Aun así, las tasas publicadas permiten fijar con claridad la dimensión del retroceso. Estados Unidos fue uno de los mercados donde el vino español perdió más terreno durante la campaña 2025-2026 si se compara con la media de las ventas exteriores. La mayor parte del deterioro procede de la caída del volumen, aunque el leve retroceso del ingreso medio por litro agravó el resultado económico final.