vinetur

Nueva Zelanda vende más vino al exterior con un alza del 8% en volumen

El valor apenas varió, señal de un crecimiento apoyado sobre todo en la cantidad exportada

viernes 25 de septiembre de 2026



New Zealand Winegrowers informó este miércoles, 23 de septiembre, de que las exportaciones de vino de Nueva Zelanda aumentaron un 8% en volumen en los doce meses cerrados en junio, al pasar de 288,8 millones de litros a 306,2 millones. El valor

de esas ventas al exterior alcanzó 2.108 millones de dólares neozelandeses, frente a los 2.100 millones del ejercicio anterior, lo que refleja una mejora mucho más visible en cantidad que en ingresos.

La organización del sector atribuye este resultado a la capacidad de las bodegas y de los viticultores para ajustar su actividad en un momento complicado tanto dentro del país como en los mercados internacionales. En su balance anual, sostiene que el vino neozelandés siguió comportándose mejor que el conjunto de la categoría en mercados clave, una evolución que, a su juicio, da margen para confiar en sus perspectivas a largo plazo.

La comparación con Australia ayuda a situar el tamaño del negocio neozelandés. En el mismo periodo, Australia exportó 598 millones de litros por un valor de 2.300 millones de dólares australianos, equivalentes a 2.860 millones de dólares neozelandeses. Es decir, Australia vendió al exterior casi el doble de volumen que Nueva Zelanda y también registró una facturación mayor, aunque la distancia en valor es menor que la que existe en litros.

Ese dato apunta a una diferencia relevante en el posicionamiento de ambos países. Nueva Zelanda mantiene un peso menor en volumen, pero con una relación entre valor y litros exportados más alta. Esa combinación suele ser observada con atención por importadores, distribuidores y cadenas de alimentación, porque influye en los márgenes y en la política comercial de los vinos de origen anglosajón en distintos mercados.

El informe también recoge un recorte de la cosecha de 2026. La vendimia dejó unas 440.000 toneladas, un 15% menos que el año anterior. New Zealand Winegrowers considera que esa bajada acerca la producción a la demanda actual y favorece su objetivo de crecimiento a largo plazo con criterios de sostenibilidad. En otras palabras, el sector entiende que producir menos, después de un periodo de mayor oferta, puede ayudar a corregir desequilibrios entre existencias y ventas.

El presidente de la entidad, Fabian Yukich, afirmó que el ejercicio muestra una industria que sigue moviéndose pese a las dificultades del mercado del vino. Yukich señaló que ha sido un año complejo para el sector vinícola internacional, pero sostuvo que el vino

neozelandés mantiene capacidad de adaptación. También explicó que productores y bodegas están introduciendo cambios y que los avances logrados durante el año refuerzan la idea de que la industria avanza hacia una situación más equilibrada.

La consejera delegada de New Zealand Winegrowers, Anishka Jelicich, incorporada al cargo en julio, vinculó esos resultados con la nueva estrategia de la organización. Jelicich afirmó que el objetivo pasa por elevar y mantener la fortaleza del sector mediante apoyo directo a sus miembros. Ese apoyo, precisó, incluye información, representación institucional y ayuda práctica para que viticultores y bodegas tomen decisiones con más base.

La combinación de más exportaciones y una cosecha más corta tiene una lectura que va más allá de Nueva Zelanda. Para el sector de las bebidas, y en particular para el vino, esa mezcla puede alterar el marco de precios y de negociación en los próximos meses si la oferta disponible queda más ajustada. No implica de forma automática subidas de precios, porque eso depende también del consumo, de las existencias y del ritmo de los pedidos en cada mercado, pero sí introduce una variable que compradores y vendedores suelen tener muy presente.

El ligero aumento del valor total, muy inferior al avance del volumen, sugiere además que el sector no ha trasladado toda la mejora de las ventas a mayores ingresos por litro. Esa diferencia puede responder a varios factores habituales en el comercio exterior del vino, como cambios en la mezcla de productos, presión promocional en los mercados de destino o ajustes de precios para ganar salida comercial. New Zealand Winegrowers no entra en ese detalle, pero la comparación entre ambos porcentajes refleja un crecimiento apoyado sobre todo en cantidad.

Con 306,2 millones de litros exportados y una vendimia más corta, Nueva Zelanda entra en el nuevo ejercicio con un equilibrio distinto entre producción y demanda. Para un país con fuerte dependencia de los mercados exteriores, cualquier ajuste en esa relación es seguido de cerca por operadores de vino, distribuidores y compradores, porque puede influir en la disponibilidad de producto y en la negociación de contratos durante la próxima campaña.