vinetur

Nueva Zelanda eleva un 8% sus exportaciones de vino pese al menor consumo exterior

La vendimia cae un 15% en un ajuste de oferta para evitar excedentes

viernes 9 de octubre de 2026



Nueva Zelanda cerró los 12 meses hasta junio de 2026 con un aumento de sus exportaciones de vino, tanto en volumen como en valor. New Zealand Winegrowers, la organización que agrupa al sector, cifra los envíos al exterior en 306,2 millones de

litros, frente a los 288,8 millones del periodo anterior. El avance en volumen fue del 8% y la facturación alcanzó 2.108 millones de dólares neozelandeses, unos 1.000 millones de libras, de acuerdo con su último informe anual.

La organización sectorial señala que se trata de la segunda cifra más alta registrada para un cierre de ejercicio en junio. También afirma que el vino neozelandés siguió evolucionando mejor que el conjunto de la categoría en varios de sus mercados principales, pese a un momento de consumo más débil en distintos países.

Ese mejor comportamiento exterior convivió con una vendimia más corta. La cosecha de 2026 dejó alrededor de 440.000 toneladas de uva, un 15% menos que el año anterior. New Zealand Winegrowers sostiene que ese recorte acerca más la producción a la demanda del mercado, después de un periodo en el que bodegas y viticultores han tenido que ajustar sus planes por la menor actividad comercial y por los cambios en los hábitos de compra.

La comparación entre ambas magnitudes ayuda a entender la situación del sector. Mientras las ventas al exterior subieron hasta 306,2 millones de litros, la producción de uva bajó con fuerza en la última campaña. Esa combinación apunta a una estrategia de ajuste de oferta para evitar excedentes en un mercado con menor tracción que en años anteriores. La patronal del vino del país vincula ese movimiento a la necesidad de acompasar el volumen producido con lo que realmente absorben los compradores.

Para el negocio de las bebidas, este dato puede tener efectos más allá de Nueva Zelanda. Un mayor volumen exportado desde uno de los grandes proveedores del hemisferio sur puede influir en la planificación de compras de importadores y distribuidores en mercados donde el vino neozelandés tiene presencia. También puede alterar las decisiones de surtido y precios de otros operadores que compiten por espacio en lineales, cartas y canales de hostelería.

El informe llega después de meses marcados por un consumo más contenido en varios destinos y por cambios en las preferencias del cliente. New Zealand Winegrowers apunta que esa situación ha llevado a cada productor a revisar su estrategia comercial y de producción. Con ese ajuste, el sector busca equilibrar mejor el volumen disponible con la demanda real y mantener su posición exterior en un año con menos uva pero

con más vino vendido fuera del país.