vinetur

Portugal cierra el semestre con caídas en Francia y Estados Unidos, sus mayores mercados por valor

Angola se convierte en el principal comprador por volumen con 20,5 millones de litros

miércoles 11 de noviembre de 2026



Portugal cerró el primer semestre de 2026 con caídas en dos de sus mayores mercados de vino por valor, Francia y Estados Unidos, mientras Angola ganó peso como principal comprador por volumen. Los datos difundidos este martes, 10 de noviembre, por la Organización Interprofesional del Vino de España sitúan a Francia en cabeza en facturación, con 46,1 millones de euros entre enero y junio, un 9,3% menos que en el mismo periodo de 2025.

Estados Unidos ocupó la segunda posición por valor con 40,7 millones de euros, lo que supone un descenso del 11,89% interanual. La distancia entre Francia y el mercado estadounidense quedó así en 5,4 millones de euros durante el semestre. La bajada fue mayor en Estados Unidos que en Francia en términos porcentuales.

La clasificación cambia cuando se mide en litros. Angola fue el principal mercado para el vino portugués por volumen, con 20,5 millones de litros exportados, un 12,6% más que un año antes. Francia aparece en segundo lugar también en esta variable, con 14,8 millones de litros, tras un retroceso del 7,7%.

Brasil figura como tercer destino tanto por volumen como por valor. La información de la interprofesional le atribuye un aumento del 3,6% y un total de 12,9 millones de litros en el primer semestre.

La presencia de Francia en los primeros puestos de ambas clasificaciones ayuda a medir su peso en la cartera exterior portuguesa. Además de ser el mercado que más dinero aporta, también absorbe una parte importante del volumen. Si se relacionan las cifras conocidas para ese país, el ingreso medio ronda los 3,1 euros por litro, una referencia útil para comprobar que la aportación de cada destino no se explica solo por el número de litros vendidos.

El contraste entre la bajada en valor en Francia y Estados Unidos y el avance de Angola en litros apunta a un reparto distinto de las ventas exteriores durante la primera mitad del año. En términos comerciales, no es lo mismo perder facturación en mercados con mayor capacidad de pago que ganar volumen en otros donde el precio medio puede ser menor, porque esa combinación puede afectar al ingreso medio por litro si se mantiene con el paso de los meses.

Para bodegas, importadores, distribuidores y otras empresas del negocio de bebidas, este movimiento sirve para medir cómo están cambiando los mercados. La evolución de Portugal ofrece una referencia sobre dos cuestiones muy seguidas en el sector: el comportamiento de destinos maduros y la búsqueda de nuevas salidas para diversificar ventas cuando algunos compradores tradicionales reducen pedidos o pagan menos.

Brasil añade otro elemento de interés. Su tercera posición tanto en volumen como en valor, junto con el avance del 3,6%, lo sitúa entre los mercados que más aportan a la red exterior del vino portugués en este arranque de año. Esa combinación lo coloca por detrás de Francia y Estados Unidos en facturación y por detrás de Angola y Francia en litros, pero dentro del grupo de destinos con más peso en la primera mitad de 2026.

La evolución del segundo semestre permitirá comprobar si las caídas registradas en Francia y Estados Unidos se compensan con otros mercados o si terminan pesando sobre el balance anual de las exportaciones de vino de Portugal.