vinetur

Las exportaciones de vino español caen un 12,8% en volumen por la debilidad exterior

La facturación cae menos, hasta 2.007,7 millones de euros, con un precio medio exterior al alza

viernes 20 de noviembre de 2026



Los datos de comercio exterior del vino español recogen una nueva bajada de las ventas al exterior entre enero y septiembre de 2026. En ese periodo, España exportó vino por 2.007,7 millones de euros, un 6% menos que en los nueve primeros meses del

año anterior, y 1.267,7 millones de litros, un 12,8% menos. La caída fue, por tanto, bastante más intensa en volumen que en valor.

Septiembre dejó una leve mejora en la facturación. Las ventas exteriores subieron un 0,7% en valor durante ese mes, aunque ese avance no basta para corregir el retroceso acumulado en lo que va de año. El balance hasta septiembre sigue marcado por la debilidad de la demanda exterior.

La diferencia entre la caída en litros y la bajada en euros apunta, además, a un precio medio de exportación más alto. Con las cifras acumuladas hasta septiembre, el vino español se vendió fuera de España a unos 1,58 euros por litro de media. Si se aplica la variación interanual publicada a los datos del año anterior, el promedio rondaba 1,47 euros por litro. Eso supone una mejora próxima al 8%.

Dentro de ese ajuste, los vinos varietales envasados y el Bag-in-Box son de los formatos que mejor aguantan el retroceso exportador. Se trata de dos segmentos con perfiles comerciales distintos. El varietal envasado se apoya en la identificación de la uva y en un producto listo para lineal, mientras que el Bag-in-Box suele jugar con un precio por litro más contenido y una logística diferente para distribución y consumo en el hogar.

Para las bodegas y para otras empresas del negocio de bebidas con presencia internacional, esta evolución puede tener efectos directos en la planificación comercial. Una caída del 12,8% en volumen obliga a revisar salidas de producto y existencias, y la menor bajada en valor puede empujar a reforzar referencias con más precio medio o a buscar mercados donde la presión sobre los márgenes sea menor.

La tensión sobre los precios y el consumo también se aprecia en destinos concretos. Los datos de la Organización Interprofesional del Vino de España sobre Corea del Sur muestran que, en el interanual a junio de 2026, ese país importó 56,20 millones de litros de vino, un 1,33% más, pero redujo más de un 9% su gasto, hasta 375,50 millones de euros. El precio medio quedó en 6,70 euros por litro.

Corea del Sur, uno de los principales mercados asiáticos para el vino, compró sobre todo vino envasado, que representó el 73,5% del total importado. A continuación se situaron los espumosos, con el 11,5%, el granel, con el 10,5%, y el Bag-in-Box, con el 4,5%.

España fue el primer proveedor de ese mercado por volumen, con 10,50 millones de litros vendidos por 23,80 millones de euros, a un precio medio de 2,27 euros por litro. Chile ocupó la segunda posición en litros, con 10,30 millones, y Francia la tercera, con 8,70 millones. En valor, Francia quedó muy por delante, con 140,50 millones de euros y un precio medio de 16,15 euros por litro. Italia vendió 7,30 millones de litros por 50,50 millones de euros, Nueva Zelanda 6,40 millones por 32,10 millones y Estados Unidos 5,00 millones por 53,90 millones.

La evolución de las importaciones de vino de Corea del Sur en la primera mitad de 2026 también fue negativa. Entre enero y junio, retrocedieron un 0,8% en volumen, hasta 27,60 millones de litros, y un 4,7% en valor, hasta 184,10 millones de euros. El precio medio fue de 6,66 euros por litro. Por categorías, se registraron caídas del 13,4% en espumosos, del 1,4% en envasados y del 14,6% en Bag-in-Box, mientras que el granel subió un 3,62%.

Ese comportamiento ayuda a entender el momento que atraviesa el vino español fuera de sus fronteras. El consumo en algunos mercados se mantiene, pero con más presión sobre el precio o con compras orientadas a gamas más baratas. En ese escenario, que el valor exportado caiga menos que el volumen y que ciertos formatos resistan mejor puede orientar las decisiones comerciales del sector durante la recta final de 2026.