vinetur

Las grandes bodegas de España facturan más en el exterior vendiendo menos litros

Los gigantes del vino español elevan su facturación y sortean la crisis mediante la diversificación

miércoles 10 de diciembre de 2025



El sector vitivinícola español ha vivido un periodo de cambios importantes durante el ciclo fiscal 2023-2024. El informe elaborado por Vinetur analiza el comportamiento de las diez mayores empresas del sector, centrándose en sus resultados financieros y en las estrategias que han adoptado para adaptarse a un mercado internacional marcado por la volatilidad y la presión sobre los márgenes.

En cuanto a la producción, el año 2024 ha supuesto una recuperación tras la fuerte sequía de 2023. La producción nacional aumentó un 9,5%, alcanzando los 31 millones de hectolitros. Sin embargo, esta cifra esconde diferencias notables entre regiones. Castilla-La Mancha y La Rioja lograron recuperar volúmenes gracias a mejores

condiciones climáticas, lo que permitió a grandes operadores como J. García Carrión y Félix Solís Avantis recomponer sus inventarios y reducir la presión sobre los precios de la uva. Por el contrario, Cataluña, especialmente el Penedès, sufrió una sequía prolongada que redujo la cosecha y obligó a empresas como Freixenet y Familia Torres a buscar uvas fuera de sus zonas tradicionales e incluso a lanzar productos fuera de las Denominaciones de Origen habituales.

En el ámbito internacional, España sigue siendo uno de los principales exportadores mundiales de vino, aunque se observa un cambio en la estrategia: se exporta menos volumen pero con mayor valor añadido. En 2024, el volumen exportado cayó un 5%, pero la facturación creció un 1,4%, hasta rozar los 2.978 millones de euros. Este fenómeno responde tanto al aumento de los costes (vidrio, cartón, energía) como a una demanda internacional que se orienta hacia vinos premium y de lujo. Empresas como Osborne o CVNE han conseguido mejorar sus resultados al centrarse en estos segmentos.

El entorno financiero también ha cambiado debido al aumento de los tipos de interés. Las empresas más endeudadas han tenido que reestructurar su deuda o buscar nuevas fuentes de financiación. J. García Carrión refinanció 211 millones de euros y Bodegas Riojanas amplió capital para reforzar su balance. Además, se han producido movimientos corporativos relevantes, como la salida de Pernod Ricard del negocio del vino en España y la transferencia de activos a Vinarchy, lo que refleja una tendencia internacional hacia la especialización en el sector.

El análisis individual de las principales compañías muestra diferentes estrategias para afrontar este escenario:

J. García Carrión mantiene su liderazgo europeo con una facturación superior a los 1.161 millones de euros en 2024 y un crecimiento del beneficio neto del 7,6%. Su éxito se basa en la eficiencia operativa y en una política dual: domina el segmento básico con Don Simón y apuesta por marcas multiorigen como Pata Negra para vinos con Denominación de Origen.

Freixenet ha sufrido especialmente por la sequía en Cataluña, lo que le llevó a lanzar espumosos fuera de la D.O. Cava para mantener su presencia internacional. Además, impulsa productos sin alcohol y diversifica hacia otros espumosos internacionales.

Félix Solís Avantis ha superado los 400 millones de euros en ventas gracias a una gestión eficiente y a su expansión internacional, especialmente con la apertura de una bodega en Chile para diversificar riesgos climáticos y acceder a nuevos mercados.

Osborne ha apostado por la premiumización y la diversificación, manteniendo su rentabilidad pese al aumento de costes mediante subidas selectivas de precios en sus marcas más reconocidas.

Familia Torres ha recuperado terreno tras un año complicado gracias al control del gasto y al impulso del canal Horeca. Su apuesta por la sostenibilidad y los vinos desalcoholizados refuerza su posición diferencial.

Raventós Codorníu ha logrado cifras récord tras centrarse en productos ecológicos y abandonar marcas blancas para terceros. Su crecimiento se apoya también en mercados emergentes fuera de Europa.

González Byass mantiene ingresos estables pero ha visto reducido su margen operativo por el aumento de costes. Ha respondido con medidas internas para recuperar rentabilidad y sigue apostando por la diversificación geográfica y el enoturismo.

CVNE presenta uno de los balances más sólidos del sector gracias a su rentabilidad elevada y a movimientos estratégicos como la adquisición del club Vinoselección, lo que le permite acceder directamente al consumidor final.

Vinarchy surge tras la venta por parte de Pernod Ricard y agrupa marcas reconocidas como Campo Viejo o Ysios bajo una gestión centrada exclusivamente en el vino.

Barón de Ley destaca por su modelo basado en viñedo propio, lo que le permite controlar costes y mantener márgenes elevados sin buscar una diversificación excesiva.

El análisis comparativo muestra que las grandes empresas han conseguido crecer o mantener sus cifras pese a las dificultades climáticas y económicas. Se observa una polarización del mercado: mientras algunos grupos apuestan por el volumen y precios competitivos (J. García Carrión, Félix Solís), otros se orientan hacia productos premium o ecológicos (Torres, Raventós Codorníu). El segmento "No-Low" (vinos desalcoholizados) gana peso como fuente adicional de ingresos para los grandes grupos.

Otra tendencia relevante es el refuerzo del canal directo al consumidor mediante plataformas digitales o clubes privados, como demuestra CVNE con Vinoselección. Esto permite mejorar márgenes y conocer mejor las preferencias del cliente final.

Por último, las Denominaciones de Origen pierden peso frente a las grandes marcas internacionales cuando estas buscan flexibilidad para garantizar suministro ante problemas climáticos o logísticos.

El sector vitivinícola español afronta así un nuevo ciclo donde la adaptación estratégica será clave para mantener posiciones tanto dentro como fuera del país. Las empresas líderes muestran capacidad para ajustar sus modelos productivos, comerciales y financieros ante un entorno cada vez más exigente e incierto.

Radiografía del Vino Español: El Top 10 de Empresas por Facturación (2024)

Presentar el ranking de las 10 principales empresas vinícolas de España, destacando métricas financieras clave y estrategias.

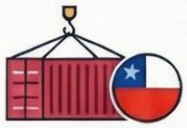


Foco en el Top 3: Estrategias de los Líderes



J. García Carrión: El gigante del volumen

Consolida su liderazgo como la mayor bodega de Europa gracias al dominio de Don Simón en gran consumo y la estrategia multiorigen de Pata Negra.



Félix Solís Avantis: La conquista internacional

Su potencia exportadora se refuerza con la apertura de su primera bodega en Chile, un movimiento estratégico para diversificar el riesgo climático y optimizar la logística.



Henkell Freixenet: Innovación ante la crisis

Responde a la histórica sequia del Penedés lanzando "Cuvée de España", un espumoso que protege la marca Freixenet al margen de la D.O. Cava.

El Ranking: Top 10 Empresas Vinícolas de España

El sector está liderado por J. García Carrión, con una facturación que supera los 1.100 millones de euros. La facturación combinada de las 10 principales empreses refleja una industria robusta y concentrada, donde la escala es un factor competitivo clave.

Ranking	Empresa	Facturación 2024 (M€)	Var. vs Año Anterior	Beneficio Neto / EBITDA	Fortaleza Estratégica Principal
1	J. García Carrión	1.161,3	▲ +1,7%	BN: 52,5 M€	Escala global y eficiencia de costes
2	Félix Solís Avantis	400,0	▲ +5,2%	BN: 27,3 M€	Potencia exportadora y expansión en Chile
3	Henkell Freixenet (Esp)	~265 - 290	▼ (Local)	N/A	Red de distribución global y liderazgo en espumosos
4	Grupo Osborne	251,0	▲ +1,2%	BN: 16,1 M€	Marcas de lujo y diversificación (ibéricos, espirituosos)
5	Familia Torres	242,0	▲ +7,9%	Recup. Pérdidas	Recup. Pérdidas, Sostenibilidad y liderazgo en vinos 0.0%
6	González Byass	240,0 (Netas)	— Estable	EBITDA: 25,1 M€	Enoturismo y presencia directa en América
7	Raventós Codorníu	232,0	▲ +4,0%	EBITDA: ~44 M€	Estrategia de valor (Prestige) y 100% ecológico
8	CVNE	~125,0	▲ +5,0%	BN: ~27,7 M€	Alte rentabilidad y canal directo al consumidor
9	Vinarchy (España)	~105 - 110	N/A (M&A)	N/A	Foco 100% en vino con marcas lideres (Campo Viejo)
10	Barón de Ley	~102,0	▲ +2,0%	BN: ~22,0 M€	Control del viñedo propio y áltos márgenes operativos

Creado por Vinetur

4 Tendencias que Redefinen el Mercado







