vinetur

Las exportaciones de vino sudafricano caen un 13,8% en volumen y un 2,4% en valor en 2025

El sector apuesta por mercados emergentes y prioriza la calidad ante la caída global del consumo y nuevos aranceles

lunes 26 de enero de 2026



Las exportaciones de vino de Sudáfrica experimentaron una caída en 2025, según el informe anual publicado por Wines of South Africa (WoSA) y South Africa Wine (SAW). El volumen total exportado descendió un 13,8% hasta los 264 millones de litros. En términos de valor, las ventas en rands bajaron un 4,7% hasta los R9.800 millones,

equivalentes a 607,6 millones de dólares. Medido en dólares estadounidenses, el valor total de las exportaciones fue de 548,5 millones de dólares, lo que supone una reducción del 2,4% respecto a 2024.

El informe, elaborado junto con la organización de investigación SAWIS, señala que los ingresos por exportaciones de vino envasado disminuyeron un 2% en rands hasta los R7.700 millones. Sin embargo, en dólares estadounidenses se registró un ligero aumento del 0,4%, alcanzando los 431 millones de dólares. El volumen de vino envasado exportado cayó un 4,6%, situándose en 117,6 millones de litros.

En el caso del vino a granel, el valor de las ventas descendió un 13,4% en rands hasta los R2.100 millones y un 11,4% en dólares estadounidenses hasta los 117 millones. El volumen exportado de vino a granel se redujo casi un 20% en 2025 y quedó en 146,4 millones de litros. Según el informe, estos productos se vieron afectados por un exceso internacional de oferta, menor demanda y la aparición de nuevas tarifas comerciales. A pesar de ello, el precio por litro en dólares aumentó tanto para vinos blancos como tintos gracias a una mejora en la fijación de precios.

El Reino Unido se mantuvo como el principal destino para las exportaciones sudafricanas en 2025 con ventas por valor de 145 millones de dólares, aunque sin crecimiento respecto al año anterior. Alemania ocupó el segundo lugar con ventas por valor de 48 millones de dólares, lo que representa una caída del 9%. Las exportaciones a Estados Unidos —quinto mercado más importante— bajaron un 28% hasta los 28 millones de dólares. La introducción de aranceles estadounidenses del 30% desde agosto afectó especialmente a Sudáfrica y otros países exportadores. Según el informe, el impacto completo de estas tarifas se conocerá más adelante este año.

WoSA y SAW también pusieron en valor la evolución positiva en mercados africanos durante el último año. Las ventas a países africanos superan ya el 10% del valor total exportado. En conjunto, las ventas crecieron un 13% hasta los 55 millones de dólares. Destacan los incrementos registrados en Kenia (10%, hasta los 8 millones), Zambia (22%, hasta los 6 millones) y Uganda (24%, hasta los 3 millones). El volumen total enviado al continente africano subió un 1% hasta los 24 millones de litros. Nigeria fue el país africano que más volumen recibió con 4,2 millones de litros, aunque esta cifra

supone una ligera bajada del 1%.

Siobhan Thompson, directora ejecutiva de WoSA, explicó que la evolución debe analizarse teniendo en cuenta la reducción mundial del consumo de vino y las dificultades económicas internacionales. Thompson señaló que la estrategia sudafricana pasa por priorizar el valor frente al volumen y centrarse en mercados clave como Reino Unido, Canadá y Suecia para el vino envasado. También remarcó la importancia del impulso registrado en África y Asia.

Por su parte, Rico Basson, director ejecutivo de South Africa Wine, subrayó que la industria ha conseguido aumentar el valor exportado pese al descenso generalizado del volumen. Basson indicó que persisten obstáculos estructurales como problemas logísticos y regulatorios que limitan el crecimiento del sector. Considera fundamental acelerar reformas portuarias y logísticas y eliminar barreras no arancelarias para aprovechar mejor los acuerdos comerciales existentes y acceder a nuevos mercados internacionales.

El informe concluye que Sudáfrica mantiene su apuesta por mercados emergentes y busca consolidar su posición internacional mediante una estrategia centrada en la calidad y la diversificación geográfica ante las dificultades actuales del sector vitivinícola mundial.