vinetur

El vino inglés, atrapado entre costes y burocracia

Las bodegas sufren falta de mano de obra, impuestos altos y trabas para exportar fuera del Reino Unido

viernes 17 de abril de 2026



La industria del vino inglés vive una fase de presión por la falta de mano de obra, el peso de los impuestos y las trabas administrativas para vender fuera del Reino Unido. Así lo recoge un informe publicado este miércoles por Workers of England, que sitúa al sector ante una combinación de costes altos, exceso de oferta y dificultades para abrir mercado en el exterior.

El texto señala que la elaboración de vino en Inglaterra sigue siendo muy dependiente del trabajo manual. La climatología del sur del país y el tamaño reducido de muchas fincas limitan la mecanización. La vendimia a mano continúa siendo habitual y eso obliga a depender de trabajadores temporales, un sistema condicionado por las normas de visado, los gastos de contratación y la oferta de alojamiento.

Según el informe, algunas voces del sector atribuyen parte del aumento de los costes laborales a las restricciones posteriores al Brexit sobre la movilidad de trabajadores europeos. El documento matiza que este problema afecta al conjunto de la horticultura, aunque también repercute en las bodegas. En las explotaciones pequeñas, añade, no se trata solo de un margen más estrecho, sino de un riesgo operativo: la uva no puede esperar a que se resuelva una falta de personal.

La presión también llega desde el propio modelo productivo. El espumoso elaborado por el método tradicional exige mantener existencias durante la segunda fermentación y la crianza, lo que inmoviliza capital durante años antes de que una botella salga al mercado. El informe afirma que la cosecha abundante de 2023 agravó esa situación y llevó a algunas bodegas a buscar compradores para marcas blancas o vinos sin etiqueta propia con el fin de mejorar su liquidez.

Los precios reflejan esa estructura de costes. El documento indica que el espumoso inglés suele situarse cerca del champán más básico en tiendas y restaurantes. En mercados de Europa central consultados por el sector, algunos compradores consideran que estos vinos se venden entre un 10% y un 15% por encima de otros espumosos elaborados con métodos similares, una vez descontado el valor de marca.

Entre los factores que elevan el precio final figuran el tamaño reducido de los viñedos, los rendimientos más bajos, el precio del suelo y los impuestos británicos sobre el alcohol. El informe añade que el IVA, los gravámenes especiales sobre bebidas

alcohólicas, las cotizaciones empresariales y los gastos ligados al envasado pueden representar cerca de la mitad del precio final de una botella vendida en el mercado interno.

Esa estructura deja a muchas bodegas en una posición difícil. No pueden competir en precio con vinos importados en supermercados, pero tampoco quieren rebajar demasiado su tarifa porque eso dañaría su imagen como producto premium. Algunas empresas han empezado a estudiar métodos como Charmat o la carbonatación para lanzar referencias más baratas, aunque el informe advierte de que esa vía puede afectar a la percepción de calidad del vino inglés.

La exportación aparece como una salida posible, pero también añade burocracia. Las bodegas inglesas deben cumplir requisitos extra de certificación, etiquetado y logística para vender en otros países. El documento menciona reglas sobre origen, análisis del producto y documentación exigida por cada importador. Para los productores pequeños, ese trabajo administrativo y el gasto comercial necesario para crear marca fuera del Reino Unido pueden frenar sus planes.

El informe sostiene además que construir reconocimiento internacional exige campañas prolongadas y un gasto elevado durante varios años. En ese escenario, los mercados europeos no esperan a que las bodegas inglesas resuelvan sus trámites internos. El texto compara esta situación con la facilidad con la que Australia o Nueva Zelanda colocan sus vinos en esos mismos destinos gracias a procesos ya asentados.

Ante esa situación, Workers of England pide al Gobierno británico revisar y simplificar los procedimientos para exportar alcohol y adaptar las normas laborales a las necesidades reales del sector. El documento defiende medidas específicas para una actividad estacional y orientada a la venta exterior.

Mientras tanto, muchas bodegas han reforzado su apuesta por el enoturismo y la hostelería como vías complementarias de ingresos. Las visitas guiadas, las catas, los restaurantes asociados y los eventos corporativos ganan peso no solo como herramientas comerciales, sino como parte central del negocio. La venta directa al consumidor mejora los márgenes y reduce la dependencia del precio en distribución.

El informe prevé además más concentración empresarial en los próximos años. La expansión de las plantaciones, la caída del precio de la uva y el volumen acumulado en bodega pueden presionar a las empresas más débiles. Fusiones, compras y cierres podrían dejar espacio a operadores con mayor escala, mientras otras fincas se orientan al turismo local o al vino tranquilo de nicho.