

La facturación del vino español creció el pasado año en más del 20% en 54 países

4 marzo 2026.- Según los datos de la AEAT analizados por Del Rey AWM¹, en 2025 España exportó vino y productos vitivinícolas (vinagre, mosto, zumos de uva y vermouths) a 189 mercados diferentes en el mundo, lo que supone 8 menos que el año anterior y que hace 10 años. En **total**, las ventas internacionales del pasado año alcanzaron los 3.452,7 millones de euros

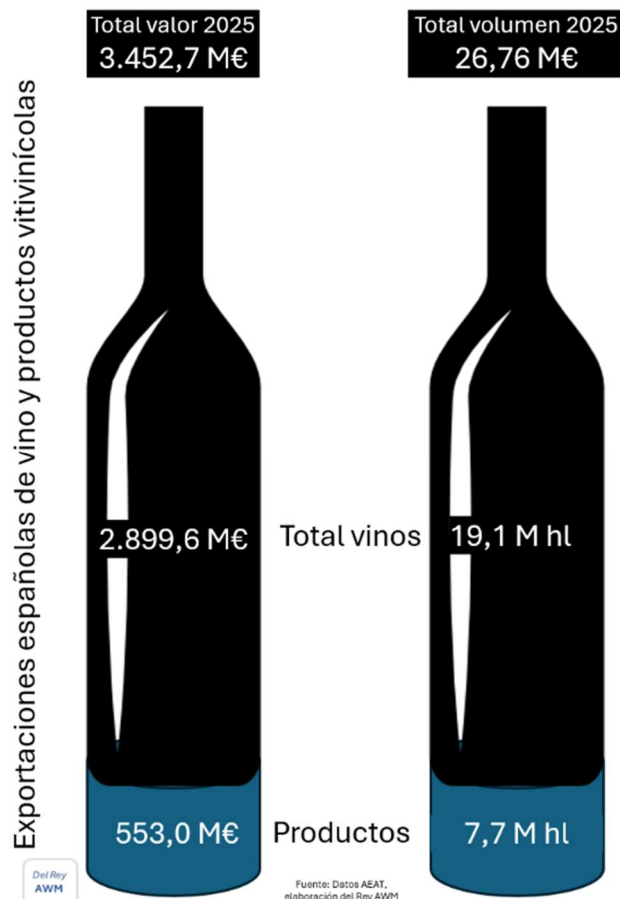
Las exportaciones españolas de vinos y productos vitivinícolas cayeron un 3,3% hasta los 3.453 M€ y un 2,8% en volumen hasta los 26,8 M hl en 2025.

por el envío de 26,8 millones de hectolitros, de los que el vino propiamente dicho supuso 2.900 millones de euros y 19,1 millones de hectolitros respectivamente.

Sin embargo, se está produciendo una

diversificación creciente en cuanto a las cuotas de los principales destinos, al menos en valor y entre los vinos envasados. Si hace 10 años (2016) los cuatro primeros países a los que se enviaba vino español suponían el 46% del total de la facturación, hoy, los mismos países (Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Francia) suponen el 39,2%. La cuota de los principales cuatro mercados ha bajado en casi 7 puntos porcentuales. Y, sin embargo, la cuota de los cinco principales mercados en volumen (Francia, Alemania, Italia, Portugal y Reino Unido) ha aumentado desde el 58,7% que suponía en 2016 al 60,1% del 2025.

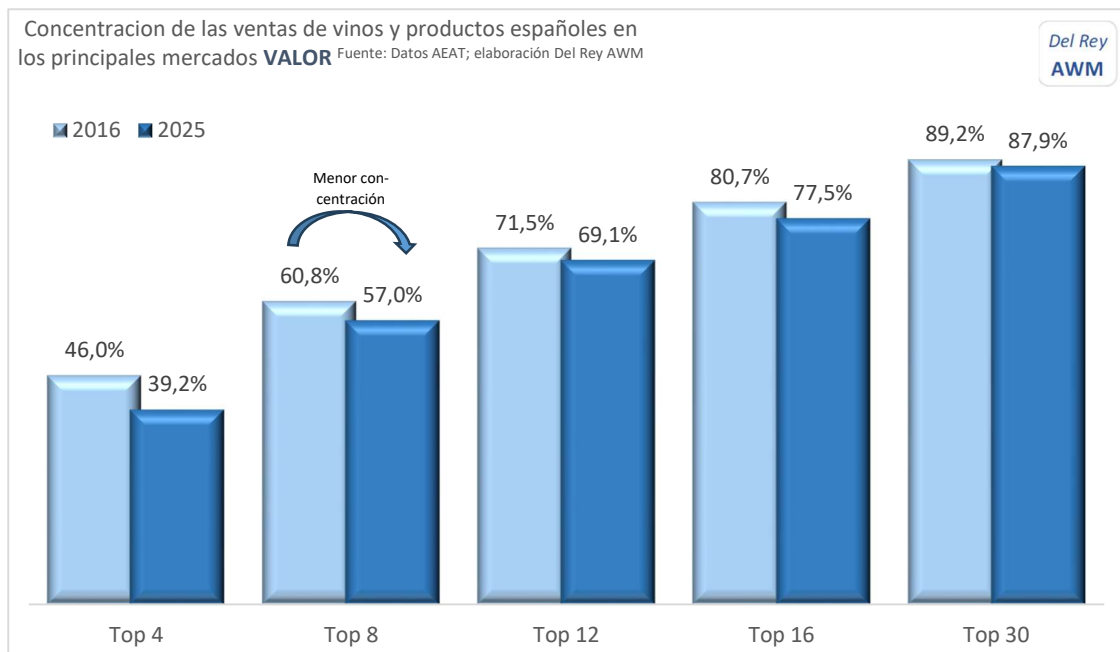
La diferencia entre valor y volumen en cuanto a la concentración de destinos deriva de lo muy concentradas que están las ventas de vino a granel en cuatro grandes mercados,



Aumenta la diversificación de mercados en valor, pero no en volumen por la alta concentración de las ventas de granel.

¹ Analistas de los Mercados del Vino (Analysts of Wine Markets)

Francia, Alemania, Italia y Portugal, frente a la creciente diversidad de los destinos para vinos envasados.

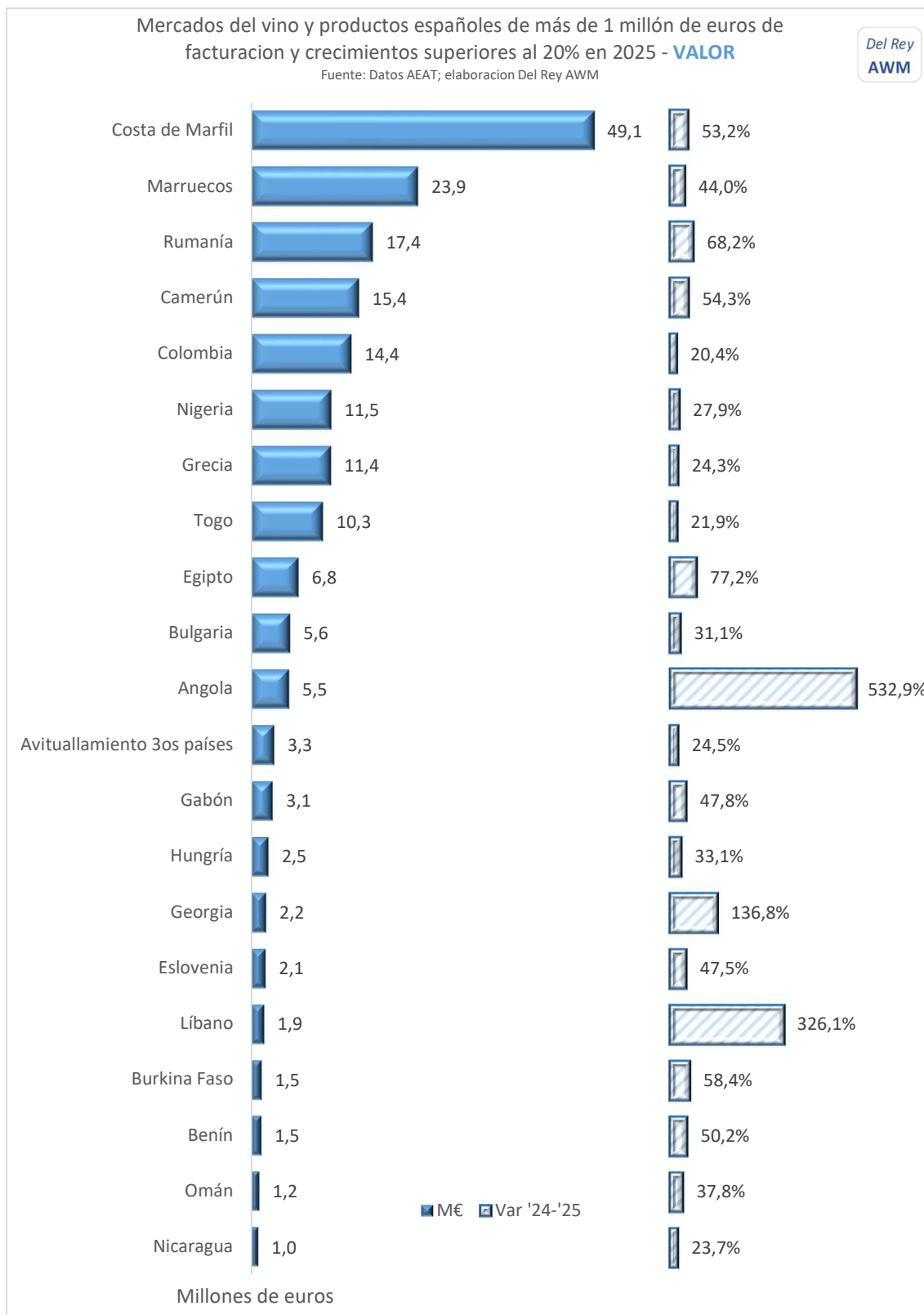


Hay, pues **nuevos mercados** a los que llega el vino español y en valores crecientes. Muchos mercados que normalmente no figuran en los análisis más generales, pero que pueden suponer oportunidades importantes para muchas bodegas, particularmente pequeñas. Y, de entre ellos, algunos, aunque pequeños, con ritmos de crecimiento importantes en tiempos recientes. A modo de ejemplo, destacamos los mercados del vino español donde el crecimiento de facturación en 2025 ha sido superior al 20% respecto del año anterior.

Algunos, como la isla de Saint Martin (antigua Antillas Holandesas) son mercados minúsculos de apenas 30.000 euros facturados en vino español, aunque representen un crecimiento en 2025 que ha casi multiplicado por 6. Otros, algo más grandes como Trinidad y Tobago suponen cifras de facturación de más de 150.000 euros en el año y la ha triplicado el pasado año. Y otros como Argelia o Pakistán han multiplicado por 20 o por 7 las compras de vino español en 2025 aunque apenas llegan a los 800.000 euros de ventas totales. En total las exportaciones españolas – en valor – crecieron más del 20% en 54 destinos de los 189 a los que vendimos vino el año pasado. De ellos, en 21 destinos la facturación española supera el millón de euros y en 11 países vendemos más de 5 millones de euros en vinos; es decir, pueden presentar oportunidades interesantes.

El vino español aumentó más del 20% la facturación en 54 destinos en 2025, de los que en 21 se supera el millón de euros.

Por centrar la atención en los relativamente importantes, los **21 mercados** en los que la facturación del vino español aumentó **más del 20% en 2025 y que superan el millón de euros** son los siguientes:



Es decir, como se observa, la mayor parte de ellos entre África y América Latina, con algún mercado también en el este de Europa y Oriente Medio².

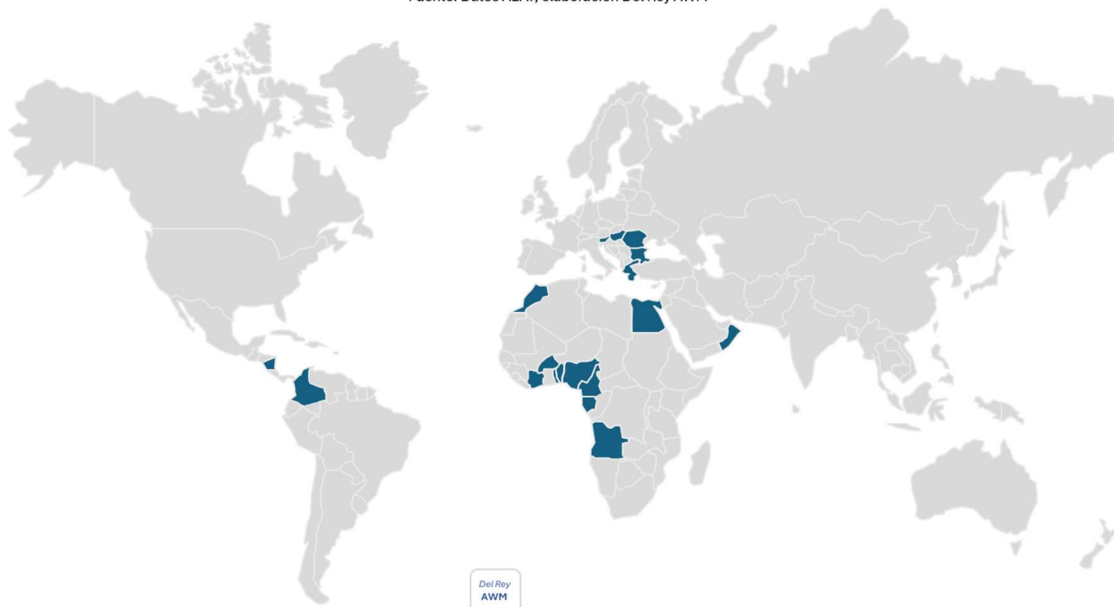
² El extraordinario crecimiento de ventas a Angola se produce después de dos años de cifras muy modestas en comparación con los años previos.

Mercados relativamente pequeños muchos de ellos, a los que se venden distintos tipos de vinos o productos. En algunos, principalmente africanos, más granel que vinos envasados. En otros, en particular los musulmanes, más mostos y zumos que vinos. Y en otros vinos envasados de los que, en ocasiones, a precios muy interesantes.

En definitiva, los datos de las exportaciones españolas nos muestran que hay oportunidades de venta de nuestros productos más allá de los mercados tradicionales. Llegar a ellos exige un esfuerzo comercial importante y en cada uno de ellos debe analizarse también qué tipo de vinos o productos tienen mejores posibilidades, cuál es la competencia a la que podemos enfrentarnos en cada mercado y qué importador puede ser el mejor para nuestros vinos en esos destinos. Pero las oportunidades existen, si se sale a buscarlas. Y en tiempos de dificultad como los actuales y donde muchos mercados tradicionales como EEUU, China, Rusia y otros están sometidos a grandes vaivenes y problemas, la diversificación puede ser una herramienta útil para la venta.

Mercados del vino y productos españoles de más de 1 millón de euros de facturación y crecimientos superiores al 20% en 2025 – VALOR

Fuente: Datos AEAT; elaboración Del Rey AWM



Del Rey
AWM

Para más información y
seguimiento de mercados y categorías concretas:
info@delreyAWM.com | +34 607 417 357