vinetur

Georgia acelera su apuesta por vender vino fuera pese a la inestabilidad del mercado

Las bodegas buscan ganar espacio en Europa con variedades autóctonas, qvevri y más enoturismo

viernes 29 de mayo de 2026



La industria vinícola de Georgia busca ampliar su presencia en mercados exteriores pese a unas condiciones de mercado marcadas por la inestabilidad, según recoge WineBusiness. El sector del país caucásico mantiene su apuesta por las exportaciones y

por una mayor visibilidad de sus vinos en Europa y otros destinos, mientras trata de sostener el ritmo comercial en un momento de menor previsibilidad para el comercio internacional.

Georgia es uno de los países con una tradición vitivinícola más antigua del mundo y ha usado esa herencia como base para impulsar sus ventas fuera de sus fronteras. En los últimos años, bodegas y organismos del sector han trabajado para situar sus vinos en segmentos de precio medio y alto, con especial atención a variedades autóctonas como saperavi o rkatsiteli y a métodos tradicionales de elaboración en qvevri, las tinajas de barro enterradas que forman parte de su identidad vinícola.

La expansión prevista llega en un escenario menos favorable para muchos productores. La presión sobre los márgenes, la competencia entre orígenes y la cautela de los importadores obligan a ajustar estrategias comerciales. En ese marco, Georgia intenta apoyarse en una oferta diferenciada y en una narrativa ligada a la historia del vino para ganar espacio en cartas, tiendas especializadas y canales de distribución con mayor valor añadido.

El interés por los vinos georgianos también se ha apoyado en ferias, misiones comerciales y acciones de promoción dirigidas a profesionales del sector. Las bodegas buscan consolidar relaciones con distribuidores y sumilleres que ya conocen estos vinos y abrir nuevas vías en mercados donde el consumidor muestra curiosidad por estilos menos habituales. Esa labor resulta especialmente importante para un país cuya producción depende en buena medida del exterior.

El avance del enoturismo ha servido además como herramienta comercial. Las visitas a bodegas, las catas y las rutas por regiones como Kakheti ayudan a reforzar la imagen del país como origen vinícola singular. Para muchas empresas, el contacto directo con compradores y viajeros permite explicar mejor sus vinos y dar salida a referencias que no siempre encuentran espacio en los circuitos más masivos.

Pese a las dificultades del mercado, el sector georgiano confía en que la combinación de tradición, variedad autóctona y trabajo comercial le permita seguir creciendo fuera del país. Las bodegas insisten en que su objetivo no pasa solo por vender más botellas, sino por consolidar una presencia estable en mercados donde el consumidor valora

cada vez más el origen, la autenticidad y la diversidad de estilos.