vinetur

Bodega Trivento cumple 30 años y consolida su liderazgo global desde Mendoza

Fundada en 1996, Trivento se posiciona hoy como la marca argentina de vinos N°1 en ventas a nivel mundial

lunes 8 de junio de 2026

ESCRITO POR MARIANA BERGUTZ



Bodega Trivento celebra tres décadas de trayectoria marcadas por crecimiento sostenido, proyección internacional y una estrategia que integra calidad enológica, escala global y compromiso con la sustentabilidad. Fundada en 1996, Trivento se posiciona hoy como la marca argentina de vinos N°1 en ventas a nivel mundial, liderazgo que sostiene desde 2020 y que refleja su fuerte presencia en mercados como

Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Canadá, México y Argentina.



"Treinta años atrás tuvimos un sueño que parecía ambicioso, que nuestro vino fuera valorado y reconocido a nivel global. Hoy es una realidad, por sexto año consecutivo somos la marca argentina número uno en ventas. Lo más valioso es cómo lo logramos, con un equipo comprometido, cuidando el ambiente y construyendo relaciones en cada mercado. Ese mismo espíritu es el que hoy nos impulsa a seguir creciendo, capturar oportunidades y llevar el vino argentino aún más lejos." — Marcos Jofré, CEO de Bodega Trivento.

Trivento en cifras 30 años: Fundación: 1996 Origen: Mendoza, Argentina Posicionamiento: marca argentina de vinos N°1 en ventas a nivel mundial desde 2020 (IWSR Drinks Market Analysis Limited) Ranking exportador: Top 5 durante más de 20 años consecutivos Vino ícono: Trivento Eolo Malbec Vino más premiado del portafolio: Trivento Golden Reserve Malbec Vino más elegido por los consumidores alrededor del mundo: Trivento Reserve Malbec Vino innovación: Trivento White Malbec Presencia internacional: +40 mercados | 5 continentes Certificaciones: Empresa B, BRCGS, Protocolo Sustentabilidad BDA, Vegan

Una operación global con raíz mendocina: Durante más de dos décadas, Trivento integra de forma ininterrumpida el Top 5 de bodegas exportadoras de la Argentina, con presencia en cinco continentes y una operación que combina volumen, consistencia y foco en marca.

Resultados al 31 de diciembre de 2025: Volumen total: 2,05 millones de cajas (9 litros) Facturación total: US$ 50,4 millones. Las exportaciones representan el 85% de la facturación. Inversión acumulada (1996–2025): US$ 165,82 millones Equipo: 353 colaboradores ubicados en Mendoza, Córdoba y Buenos Aires, Argentina.

Identidad enológica y reconocimiento internacional: La propuesta enológica de Trivento se apoya en la investigación de micro terruños, la sección genética de las plantas y una vinificación de alta precisión. Desde la primera cosecha de Trivento Golden Reserve Malbec en 2002, la bodega profundizó su identidad centrada en la expresión del origen y el trabajo técnico sostenido. Este camino se ve respaldado por reconocimientos internacionales, entre ellos la distinción a Germán Di Césare como Winamaker of the Year 2025 por Tim Atkin MW, y la inclusión de Trivento entre las World 50 Best Wineries por Forbes y Virgin Wines en 2025. A nivel marca, Trivento continúa liderando el escenario internacional: es la marca argentina de vino más vendida en el mundo por quinto año consecutivo desde 2020, según los reportes globales de IWSR Drinks Market Analysis Limited.

Sustentabilidad como eje de gestión: La sustentabilidad forma parte del modelo de gestión de Trivento. La compañía adhiere al Pacto Global de Naciones Unidas, certifica como Empresa B desde 2021 y alinea sus acciones a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Su estrategia se estructura en cuatro desafíos globales: Cambio climático Educación Cuidado del suelo y del agua Integridad empresarial

Entre las principales iniciativas se destacan: Programas de terminalidad educativa y becas para colaboradores y comunidad. Planta fotovoltaica y compra de iRECs que permiten neutralizar el 100% de las emisiones asociadas al consumo eléctrico. Riego de precisión en 1.500 hectáreas y programa integral de compost. Rediseño de botella de la línea Trivento Reserve con un 18% menos de peso, reduciendo el 6% de huella de carbono con respecto a 2025.



Cultura del vino y experiencia enoturística: En los últimos años, Trivento amplió su propuesta en torno a Mendoza, integrando experiencias turísticas, gastronómicas y culturales. En 2024 inauguró Restaurante Los Vientos, donde la cocina de producto local dialoga con el vino bajo la dirección del chef Nacho Molina.



La recuperación de **Casa Drummond**, una construcción histórica de Luján de Cuyo, forma parte del trabajo de Trivento por poner en valor el patrimonio cultural y vitivinícola de Mendoza. Restaurada con una mirada respetuosa sobre su arquitectura original y su vínculo con el lugar, la casa funciona hoy como centro de visitas y espacio de encuentro, donde el vino se conecta con la historia, el paisaje y la experiencia. La bodega completa su propuesta con visitas guiadas, degustaciones especializadas y recorridos por viñedos que profundizan la conexión con el origen de la marca y la diversidad de sus terruños. A 30 años de su fundación, Trivento atraviesa un momento de consolidación que combina liderazgo internacional, identidad enológica y una mirada de largo plazo. Con raíces en Mendoza y presencia global, la bodega desarrolla una estrategia que integra negocio, cultura del vino y sustentabilidad, y proyecta su crecimiento desde el origen hacia los principales mercados del mundo.

Por Mariana Bergutz Comunicación especializada Food and Wines para Vinetur @revistatravelgourmet