vinetur

Georgia prevé una de sus mayores vendimias con más de 320.000 toneladas de uva

Las lluvias retrasan la maduración y fuerzan una gestión por calidad para evitar excedentes

martes 22 de septiembre de 2026



Georgia podría superar esta campaña las 320.000 toneladas de uva, una cifra que, de confirmarse, situaría la vendimia entre las mayores registradas desde la independencia del país. El Ministerio de Protección Medioambiental y Agricultura informó este lunes,

21 de septiembre, de esa previsión preliminar y vinculó el volumen esperado a un año de rendimientos muy altos no solo en viticultura y elaboración de vino, sino también en otras ramas agrarias.

El ministro, Davit Songulashvili, afirmó que la recogida será “sin precedentes” en volumen. Aun así, pidió prudencia por la evolución del viñedo en varias zonas. Las lluvias abundantes de las últimas semanas han retrasado la maduración en parte de los viñedos y, en algunos casos, la uva todavía no ha alcanzado el grado de azúcar requerido para vendimiar.

Ese factor obliga a esperar algo más antes de cortar la uva en determinadas fincas. Songulashvili señaló que la vendimia está entrando de forma gradual en su fase más intensa y expresó su confianza en que el sector podrá resolver los problemas derivados de la meteorología. La relación entre lluvia, maduración y calendario de recogida es especialmente sensible en la uva destinada a vino y a bebidas espirituosas de uva, porque una entrada prematura en bodega puede alterar el equilibrio buscado por las empresas elaboradoras.

El Gobierno georgiano puso el foco en la gestión de un volumen fuera de lo común. Para el ministerio, no basta con recibir toda la uva y conservarla en buenas condiciones. También ve necesario clasificar la cosecha por calidad para orientar mejor su salida comercial una vez entre en bodega o en los centros de recepción.

Songulashvili remarcó que esa separación por calidades es esencial porque los principales productos de exportación del país en este ámbito son el vino y las bebidas espirituosas a base de uva. En su valoración, la situación de los mercados internacionales en ambos segmentos no es sencilla, de modo que la campaña no se juega solo en la recogida, sino también en la capacidad de vender después el producto resultante.

La advertencia tiene un alcance directo para el sector de bebidas. Una cosecha tan amplia puede poner presión sobre la recepción de uva, la disponibilidad de espacio, la rotación de existencias y el ritmo de salida exterior del vino y los destilados si la comercialización no avanza al mismo paso que la vendimia. En campañas de mucho volumen, separar por calidades y planificar la logística suele ser una herramienta

básica para reducir excedentes y evitar que el producto permanezca almacenado más tiempo del deseado.

El ministerio también ligó la necesidad de ordenar la campaña a los años siguientes. Songulashvili avisó de que, si no se gestiona la uva en función de su calidad y de sus opciones de venta, pueden aparecer problemas de almacenamiento y de gestión de existencias más adelante. Su mensaje apunta a una doble tarea para bodegas y operadores: absorber una entrada muy alta de materia prima y hacerlo con criterios comerciales, no solo productivos.

Georgia es un país especialmente expuesto a ese equilibrio porque buena parte del valor exterior de su sector agrario pasa por el vino y por los destilados vinculados a la uva. Por eso, una variación amplia en la cosecha tiene efectos que van más allá del campo y alcanza a las bodegas, a la distribución y a la exportación. En esta ocasión, la combinación de abundancia y retraso de maduración obliga a acompasar decisiones en el viñedo con la capacidad real de transformación y venta.

Con la vendimia ya en marcha en parte del país, el dato de las 320.000 toneladas sigue siendo una previsión preliminar. El resultado final dependerá de cómo evolucione la maduración en las zonas donde la lluvia ha frenado la acumulación de azúcar y de la capacidad del sector para ordenar la entrada de uva por calidad a medida que avance la campaña.