vinetur

Argentina ingresa menos por sus exportaciones de vino pese a vender más litros

El mayor peso del granel rebaja el precio medio de venta al exterior

jueves 8 de octubre de 2026



Argentina exportó más vino entre enero y septiembre, pero ingresó menos dinero por esas ventas. Los envíos al exterior sumaron 1.480.437 hectolitros, un 3,2% más que en el mismo periodo de 2025, mientras que el valor FOB bajó un 4,7%, hasta US$474,43 millones, según los datos provisionales difundidos este miércoles, 7 de octubre, por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

La comparación entre ambos ejercicios deja una divergencia clara. Con las variaciones publicadas por el INV, el aumento del volumen equivale a unos 45.900 hectolitros más que un año antes, pero la facturación se redujo en alrededor de US$23,4 millones. Si se toma como referencia el volumen y el valor total informados por el organismo, el ingreso medio pasó de unos US$3,47 a US$3,20 por litro, una caída próxima al 7,7%. Ese descenso apunta a una cesta exportadora con más peso de productos, formatos o mercados de menor precio medio.

El cambio se aprecia sobre todo en la relación entre vino fraccionado y vino a granel. Entre enero y septiembre, el vino a granel alcanzó 406.508 hectolitros, un 24,5% más que en el mismo tramo de 2025. Sin embargo, su valor apenas avanzó un 1,3%, hasta US$32,38 millones. El precio medio de ese segmento bajó desde US$0,98 a US$0,80 por litro.

El vino fraccionado tuvo una evolución distinta. Sus exportaciones cayeron un 3,1% en volumen, hasta 1.073.929 hectolitros, y un 5,1% en valor, hasta US$442,05 millones. Pese a ese retroceso, sigue siendo la base del negocio exterior argentino por facturación. Aporta más de nueve de cada diez dólares obtenidos por la venta de vino al exterior, aunque su peso en el volumen total es menor.

La mayor presencia del granel tiene un efecto directo sobre el promedio del conjunto, porque se vende a un precio bastante más bajo que el fraccionado. Esa variación en la mezcla ayuda a explicar por qué el país colocó más litros fuera de sus fronteras, pero cobró menos.

Por categorías, el balance de los nueve primeros meses deja subidas en los vinos sin mención varietal y en los espumosos, y una bajada en los varietales. Los vinos sin mención varietal crecieron un 42,2%, los espumosos un 17,4% y los varietales retrocedieron un 2,5%, de acuerdo con el INV.

Los vinos sin mención varietal llegaron a 234.708 hectolitros entre enero y septiembre. Su facturación, en cambio, cayó un 1,3%, hasta US$36,11 millones. El precio medio de esta categoría pasó de US$2,22 a US$1,54 por litro. Dentro de ella, el impulso vino sobre todo del granel, cuyo volumen aumentó un 213,9%.

Los varietales, que siguen siendo la principal categoría del vino argentino en los mercados internacionales, totalizaron 1.199.393 hectolitros, un 2,5% menos que un año antes. Sus ingresos bajaron un 5,5%, hasta US$418,13 millones. Los espumosos, por su parte, sumaron 46.058 hectolitros, un 17,4% más, y facturaron US$19,97 millones, un 6,2% más, aunque también con un precio medio inferior al de 2025.

El reparto por colores también cambió. Los vinos blancos aumentaron un 29,3% en volumen, hasta 302.598 hectolitros, mientras que los vinos de color bajaron un 1,9%, hasta 1.177.839 hectolitros. El avance del blanco se apoyó sobre todo en el granel. En ese formato, los envíos de blanco pasaron de 40.389 a 108.580 hectolitros. En el fraccionado, en cambio, el blanco se mantuvo casi estable.

El dato mensual de septiembre fue mejor en volumen que el acumulado. Ese mes, Argentina exportó 230.744 hectolitros de vino, un 24,2% más que en septiembre de 2025. El vino fraccionado creció un 26% y el granel un 18%. Dentro del granel, hubo una diferencia muy marcada: los vinos blancos se dispararon un 329,4%, mientras que los vinos de color bajaron un 4,6%.

En septiembre, el aumento también llegó a la facturación mensual. El vino vendido al exterior generó US$76,79 millones, un 21,1% más que un año antes. Aun así, ese repunte no bastó para compensar el retroceso acumulado entre enero y septiembre.

Reino Unido fue en septiembre el principal comprador por volumen, con 44.626 hectolitros, mientras que Estados Unidos ocupó la primera posición por valor, con US$15,72 millones. La diferencia entre ambos mercados se explica por la composición de las compras. Reino Unido adquirió una parte más alta de vino a granel, mientras que Estados Unidos concentró más vino fraccionado, de mayor precio por litro. Brasil fue el tercer destino por volumen ese mes, con 27.670 hectolitros, todos ellos de vino fraccionado.

Dentro de los varietales, el Malbec siguió como la variedad más vendida al exterior en septiembre. Sumó 127.353 hectolitros, el 68,9% de las exportaciones varietales del mes, con ingresos de US$44,26 millones. Por detrás quedaron Cabernet Sauvignon, con 17.145 hectolitros, y Chardonnay, con 13.420. El INV también recoge diferencias amplias en el valor medio según la variedad: Cabernet Franc se situó por encima del

Malbec y del Cabernet Sauvignon, mientras que Torrontés Riojano quedó en niveles más bajos.

La estructura por envases confirma el dominio de la botella en el vino fraccionado. Entre enero y septiembre salieron al exterior 1.038.243 hectolitros en botella, el 96,7% del total fraccionado. El formato Tetra Brik quedó en 34.208 hectolitros y el bag in box en 1.231, todavía con una presencia muy reducida.

La provincia de Mendoza mantuvo su peso casi total en las ventas exteriores de septiembre. De los 230.744 hectolitros exportados por Argentina ese mes, 216.495 salieron de Mendoza, el 93,8% del total. La Rioja ocupó la segunda posición por volumen, seguida de San Juan y Salta, ya a mucha distancia.

El informe del INV añade que el negocio exterior del mosto tuvo un comportamiento mejor que el del vino en términos de ingresos. Entre enero y septiembre, las exportaciones de mosto totalizaron 72.385 toneladas, un 20,1% más en volumen, y alcanzaron US$105,47 millones, un 9,3% más en valor. También aquí el avance del volumen fue mayor que el del dinero ingresado, lo que apunta a una bajada del precio medio.

Solo en septiembre, el mosto concentrado subió un 34,5% respecto al mismo mes de 2025, hasta 11.176 toneladas, con una facturación de US$15,29 millones. Estados Unidos fue el principal mercado de ese producto durante el mes, con 3.656 toneladas, por delante de Sudáfrica y Japón. La oferta salió exclusivamente de Mendoza y San Juan, según los registros del INV.