vinetur

Argentina vende más vino al exterior con menos ingresos por la caída de precios

El auge del granel explica el aumento del 5,4% del volumen con una facturación menor

miércoles 11 de noviembre de 2026



Argentina exportó más vino entre enero y octubre de 2026, pero ingresó menos dinero por esas ventas. El Instituto Nacional de Vitivinicultura de Argentina (INV) cifra los envíos al exterior en 169,16 millones de litros, un 5,4% más que en el mismo periodo

de 2025, mientras que el valor FOB bajó un 2,6%, hasta 540,38 millones de dólares. La diferencia equivale a 8,61 millones de litros adicionales y 14,47 millones de dólares menos.

La explicación principal está en la composición de las ventas y en los precios medios. El vino a granel fue el que empujó el aumento del volumen, pero lo hizo con cotizaciones más bajas. Al mismo tiempo, el vino envasado, que es el que más pesa en la facturación, perdió tanto litros como valor. Con la base SIM-INV actualizada el pasado 2 de noviembre, el organismo sitúa el precio medio de exportación en 3,19 dólares por litro, frente a los 3,46 dólares del mismo tramo de 2025. Es una bajada del 7,6%. Las cifras son provisionales y pueden variar por declaraciones fuera de plazo o rectificaciones.

El granel aportó todo el incremento neto del volumen exportado. Sus ventas subieron un 30,6%, hasta 47,60 millones de litros, con 11,15 millones más que un año antes. Sin embargo, sus ingresos solo avanzaron un 7,4%, hasta 37,58 millones de dólares, porque el precio medio cayó un 17,8%, de 0,96 a 0,79 dólares por litro. Esta modalidad pasó de representar el 22,7% al 28,1% del volumen exportado, pero generó solo el 7% del valor total del vino vendido al exterior en los diez primeros meses del año.

El vino envasado, al que el INV denomina fraccionado, siguió concentrando la mayor parte de la facturación. Entre enero y octubre sumó 502,80 millones de dólares, un 3,3% menos, con 121,56 millones de litros, un descenso del 2,1%. Su precio medio retrocedió un 1,3%, hasta 4,14 dólares por litro. La pérdida de ingresos de esta modalidad fue de 17,06 millones de dólares, mientras que el granel aportó 2,60 millones más que en 2025. El mayor peso de los envíos de menor precio y la bajada de los promedios en ambas categorías limitaron el efecto del aumento de litros sobre la caja del sector.

Los vinos blancos explicaron cerca del 90% del aumento neto del volumen exportado. Sus envíos crecieron un 29,5%, hasta 34,14 millones de litros, pero sus ingresos apenas avanzaron un 1,2%, hasta 84,87 millones de dólares. El salto se concentró en el blanco a granel, cuyo volumen se disparó un 176,4%, hasta 12,17 millones de litros. En cambio, el blanco envasado se mantuvo casi sin cambios, con 21,97 millones de litros y

una variación del 0,03%. El aumento de los blancos, por tanto, se concentró en productos de menor precio medio.

Por tipologías, los varietales reunieron el 88,2% del valor exportado. Aportaron 476,61 millones de dólares, un 2,8% menos, aunque su volumen aumentó un 1,1%, hasta 138 millones de litros. Su precio medio bajó un 3,9%, hasta 3,45 dólares por litro. Dentro de esta categoría se repite la diferencia entre formatos: el varietal envasado ingresó 443,06 millones de dólares, un 3,1% menos, mientras que el varietal a granel subió un 1,6%, hasta 33,55 millones.

La distancia entre volumen y valor fue aún mayor en los vinos sin mención varietal. Argentina exportó 25,73 millones de litros de esta categoría, un 33,5% más, pero facturó 40,23 millones de dólares, un 3,2% menos. Su precio medio cayó un 27,5%, hasta 1,56 dólares por litro, en un periodo en el que los envíos a granel de estos vinos casi se triplicaron. Los espumosos sí aumentaron a la vez litros y valor, aunque con ritmos muy distintos: vendieron 5,40 millones de litros, un 12% más, y facturaron 23,31 millones de dólares, un 1,3% más. Su precio medio se redujo un 9,5%, hasta 4,32 dólares por litro.

En los formatos del vino envasado, la botella siguió siendo la presentación dominante. Representó el 96,8% del volumen exportado en esa categoría, con 117,67 millones de litros y una caída del 1,6%. El Tetra Brik bajó un 16,3%, hasta 3,70 millones de litros. El bag in box avanzó un 320,5%, pero desde una base muy pequeña: llegó a 166.000 litros y supuso solo el 0,1% del volumen envasado.

Octubre mejoró el balance acumulado. Las exportaciones de vino sumaron ese mes 68,09 millones de dólares, un 19,3% más que en octubre de 2025, con 21,85 millones de litros, un 28% más. Fue el segundo mes seguido con aumento interanual de los ingresos, después del 17,8% de septiembre. Ambos repuntes llegaron tras las caídas del 43,8% en julio y del 27,3% en agosto. Entre septiembre y octubre, el vino aportó 22,32 millones de dólares más que un año antes, aunque no fue suficiente para llevar el acumulado anual a terreno positivo.

En octubre, el envasado elevó sus ingresos un 16,1%, hasta 62,75 millones de dólares, y su volumen un 10,9%, hasta 14,73 millones de litros. A diferencia de lo ocurrido en el acumulado de los diez meses, su precio medio mensual mejoró: el cociente entre valor y volumen sitúa la media en torno a 4,26 dólares por litro, un 4,7% más que en octubre de 2025. El granel, por su parte, aumentó un 87,8% en volumen y un 76,2% en valor, hasta 7,12 millones de litros y 5,34 millones de dólares. Ese mayor peso del granel, con un precio medio inferior, hizo que el promedio del conjunto del vino bajara alrededor de un 6,8%, hasta 3,12 dólares por litro, pese a la mejora del envasado.

El reparto por mercados en octubre dejó dos liderazgos distintos. Estados Unidos fue el primer comprador por valor, con 18,39 millones de dólares, cerca del 27% de la facturación mensual, y adquirió 4,50 millones de litros. Reino Unido ocupó el primer puesto por volumen, con 5,13 millones de litros, pero generó 9,73 millones de dólares. La diferencia está vinculada a la composición de los envíos: el mercado británico recibió 3,68 millones de litros a granel, más de la mitad de todo el granel exportado por Argentina ese mes, mientras que las compras de Estados Unidos se concentraron en vino envasado.

Brasil sumó otros 9,37 millones de dólares y compró 2,51 millones de litros, todos envasados. Canadá registró 4,98 millones de dólares y 1,65 millones de litros. En el reparto por variedades del mes, el malbec reunió el 69,2% del volumen de los vinos varietales, con 12,89 millones de litros, y generó 39,68 millones de dólares. Esa cifra equivale a cerca del 58,3% del valor de todas las exportaciones de vino de octubre. El cabernet sauvignon aportó 7,40 millones de dólares y el chardonnay, 3,84 millones.

Por provincias de origen, Mendoza concentró casi todo el negocio exportador del vino en octubre. Salieron de allí 20,09 millones de litros por 63,12 millones de dólares, el 91,9% del volumen y el 92,7% del valor nacional del mes. Fuera de esa provincia, Salta ingresó 1,98 millones de dólares con 382.900 litros, mientras que San Juan facturó 1,06 millones con un millón de litros. En San Juan predominó el granel; en Salta, los envíos fueron en botella, una diferencia que ayuda a entender la distancia entre los importes obtenidos por litro en ambos casos.

El mosto alivió parte de la caída del vino en el balance de los diez primeros meses. Las exportaciones conjuntas de vinos y mostos alcanzaron 657,96 millones de dólares, un 1% menos que en el mismo periodo de 2025. Los mostos concentrado y sulfitado sumaron 117,59 millones de dólares, un 6,8% más, lo que aportó 7,49 millones adicionales y compensó parte de los 14,47 millones perdidos por el vino.

El avance del mosto se apoyó en el concentrado. Sus ventas llegaron a 81.355 toneladas, un 18,2% más, por 111,62 millones de dólares, un aumento del 8,1%. También en este producto el volumen subió más que el valor: el precio medio pasó de 1.500 a 1.372 dólares por tonelada, una bajada del 8,5%. El mosto sulfitado siguió la dirección contraria, con una reducción del 8,8% en volumen, hasta 201.713 hectolitros, y del 12,8% en valor, hasta 5,97 millones de dólares.

Octubre dejó un resultado distinto para el conjunto de los mostos, cuyos ingresos bajaron un 11%, hasta 12,14 millones de dólares. El concentrado mantuvo casi estable su facturación, con 12,07 millones de dólares, y aumentó un 4,5% el volumen, hasta 8.960 toneladas. La caída se concentró en el sulfitado, que pasó de 1,57 millones de dólares en octubre de 2025 a 65.000 dólares un año después. Sumados vino y mostos, el valor exportado en octubre alcanzó 80,22 millones de dólares, un 13,4% más.

Estados Unidos fue el primer mercado del mosto concentrado en octubre, con compras por 4,09 millones de dólares. Le siguieron Sudáfrica, con 2,45 millones; Japón, con 2,02 millones, y Canadá, con 1,46 millones. Por origen, Mendoza aportó 8,11 millones de dólares y San Juan, 3,96 millones. Entre ambas provincias reunieron todo el valor exportado de este producto durante el mes.