vinetur

El vino sudamericano entra en una fase de presión comercial en tres mercados clave

Argentina enfría la demanda, Chile pierde exportaciones, Uruguay acumula existencias tras una cosecha mayor

jueves 12 de noviembre de 2026



El mercado del vino en Sudamérica deja en 2026 tres señales distintas en Argentina, Chile y Uruguay. Argentina pierde ritmo en el mercado nacional, Chile vende menos al exterior y Uruguay arrastra más vino en bodega tras una vendimia mayor. Aunque el

origen del problema cambia en cada país, el efecto común es más presión sobre toda la cadena, desde el viñedo hasta la distribución.

Para el sector de bebidas, este cruce de datos merece atención porque puede anticipar ajustes en precios, surtidos y canales de venta. También apunta a un mayor esfuerzo comercial de las bodegas para colocar producto y a más peso de propuestas como los vinos ligeros, de menor graduación o desalcoholizados, una línea que ya gana espacio en varios mercados.

En Argentina, los vinos enviados al mercado nacional sumaron 707.145 hectolitros en septiembre, un 4,7% menos que en el mismo mes de 2025. En el acumulado de enero a septiembre, la bajada se reduce al 0,2%, con 5,48 millones de hectolitros comercializados. La diferencia entre ambos datos sugiere que el descenso se concentró con más fuerza al cierre del tercer trimestre, mientras el balance de nueve meses todavía muestra una variación limitada.

La caída argentina se concentra en los vinos varietales. En septiembre retrocedieron un 14,3% y, en los nueve primeros meses del año, un 18,1%. En cambio, los vinos sin indicación varietal bajaron un 0,2% en ese mes, los espumosos subieron un 3,6% y otras tipologías avanzaron un 13,4%. También hubo movimientos distintos por color: los blancos crecieron un 8%, mientras tintos y rosados cedieron un 9,3%. El reparto indica que el consumo no cae por igual en todas las categorías y que el ajuste se concentra en algunos segmentos.

En Chile, la principal presión llega del exterior. Entre enero y septiembre, las exportaciones de vino embotellado bajaron un 5,3% en volumen y un 5,2% en valor. La contracción es mayor si se toma todo el comercio exterior del vino. La Oficina de Estudios y Políticas Agrarias de Chile (Odepa), en su boletín de octubre, cifra en un 8,8% la bajada del volumen exportado y en un 6,4% la del valor. En vino a granel, los litros enviados al exterior retrocedieron un 11,4%.

El comportamiento por destinos no es uniforme. En el vino embotellado, las ventas avanzaron en Brasil, Reino Unido y Rusia, mientras retrocedieron en Estados Unidos, China y Japón. Esa diferencia obliga a las empresas a mover su cartera comercial entre mercados que responden de forma dispar y con ritmos distintos.

Las bodegas chilenas están respondiendo con varias líneas de trabajo. Entre ellas figuran el enoturismo, una selección más estricta del portafolio y una oferta de vinos frescos, ligeros o con menor graduación, incluidas alternativas desalcoholizadas. Son cambios ligados a la transformación del consumo y a la necesidad de abrir nuevas vías de venta cuando el comercio exterior pierde fuerza.

Uruguay vive otra situación. La vendimia de 2026 elevó la producción a 70,39 millones de litros, un 13,2% más que en 2025, a partir de unos 93,2 millones de kilos de uva. La recolección, cerrada en abril, se desarrolló en buenas condiciones, sin lluvias problemáticas, lo que permitió vendimiar con maduración óptima y sin adelantos impuestos por motivos sanitarios.

Ese repunte productivo coincide, sin embargo, con un mercado nacional débil y con existencias acumuladas en las bodegas. La prensa uruguaya informa de vino sin vender y de dificultades para dar salida a una oferta mayor. Esa situación puede pesar sobre la liquidez de las empresas y sobre sus compras de uva para la próxima campaña. También se citan problemas logísticos y portuarios entre los obstáculos para la gestión comercial, aunque no hay una estimación pública de su efecto.

La comparación entre los tres países muestra tres focos distintos de tensión en la industria del vino. En Argentina se enfría la demanda nacional, en Chile se reduce la salida exterior y en Uruguay la producción crece más de lo que el mercado parece capaz de absorber por ahora. Para importadores, distribuidores y hostelería, estos movimientos pueden traducirse en más presión promocional, cambios en la mezcla de referencias y una oferta más activa en busca de rotación.

En el caso uruguayo, además, el ajuste podría llegar al viñedo si las bodegas recortan compras de uva en la próxima vendimia, una derivada directa del desequilibrio entre producción y ventas.