vinetur

Fecovita cierra ventas de vino en Japón, Australia y Reino Unido

La cooperativa vincula los acuerdos a las reuniones con importadores en Vinexpo Explorer Mendoza

lunes 16 de noviembre de 2026



El pasado 13 de noviembre, Fundación ProMendoza informó de que Fecovita cerró ventas de vino a Japón, Australia y Reino Unido tras su participación en Vinexpo Explorer Mendoza, celebrado en 2025. La federación vincula esas operaciones a los contactos abiertos durante ese encuentro, centrado en reuniones presenciales con importadores extranjeros.

El acuerdo con mayor volumen comunicado corresponde a un importador con actividad en Australia y Reino Unido, especializado en comercio electrónico. Ese comprador cursó pedidos para ambos mercados: dos contenedores de 40 pies con destino a Australia y otros dos para Reino Unido. Ni Fecovita ni ProMendoza han difundido el valor económico de la operación ni el volumen exacto del vino en litros o botellas.

Fecovita señaló que el cliente buscaba vinos varietales de entrada de gama y alta rotación, orientados al consumo de público joven. La compañía sitúa esa venta dentro de un canal comercial apoyado en estrategia digital y presencia en redes sociales, con referencias fáciles de mover y ajustadas a un rango de precio concreto. Hernán Olivera, export manager para Asia, África y Oceanía de Fecovita, afirmó que el comprador llegó a Mendoza con necesidades muy definidas sobre perfil de vino, precio y etiqueta.

Olivera añadió que, tras catar los productos, el pedido se confirmó unas dos semanas después del regreso del importador. A su juicio, ese caso y otros de la misma ronda muestran que acudieron compradores con capacidad de decisión y una demanda concreta, aunque en algunos casos hubo que ajustar la oferta antes de cerrar la compra. Fecovita también habló de varios embarques surgidos a partir de esos contactos y de nuevas órdenes de compra en al menos dos operaciones, lo que apunta a relaciones comerciales que siguieron activas después del primer cierre.

La cooperativa sostiene que el proceso no fue inmediato. En la exportación de vino, las operaciones suelen requerir tiempo para revisar muestras, precios, plazos, imagen de marca y condiciones logísticas. Fecovita relaciona el cierre de estas ventas con ese trabajo posterior y con la confianza generada en reuniones cara a cara, donde los importadores pudieron catar los vinos, revisar el catálogo y mantener conversaciones directas con la empresa.

Para la federación, ese formato tiene una ventaja práctica: concentrar en pocos días contactos que, por otras vías, exigirían varios viajes comerciales. Olivera defendió que la utilidad del encuentro depende de la afinidad entre la escala de las bodegas participantes y el perfil de los importadores convocados. Esa coincidencia, señaló, ayuda a que la negociación avance con más rapidez y a que las propuestas se ajusten mejor a lo que pide cada mercado.

ProMendoza añadió que alrededor del 70% de los compradores que participaron en Vinexpo Explorer Mendoza no conocían la provincia. La entidad considera que la visita ayuda a reforzar la relación comercial porque permite a los importadores ver de primera mano el origen del vino, la estructura productiva y la oferta disponible, sin que las bodegas tengan que salir de Mendoza para celebrar esas reuniones.

Junto a Australia y Reino Unido, Fecovita también cerró operaciones con Japón. En ese mercado participó Iván Acuña, empresario argentino afincado en Japón desde hace 18 años y fundador de Biosophy Co., dedicada a la importación y distribución de productos argentinos. Su cartera incluye vinos, yerba mate, miel y ginebra.

Acuña sostuvo que Japón abre una etapa favorable para los productos argentinos a partir de la reciente autorización para importar carne desde todo el territorio del país. En su opinión, esa apertura puede impulsar también la entrada de vinos argentinos, al facilitar una estrategia comercial más amplia con alimentos y bebidas del mismo origen. Dentro de esa oferta citó frutos secos, productos deshidratados, ajo, especias y orégano como categorías con recorrido en canales especializados de distribución en Japón.

La información difundida sobre estas operaciones se limita al número de contenedores en el caso del comprador con actividad en Australia y Reino Unido. No se ha identificado al cliente ni se han dado detalles sobre precios, facturación, marcas concretas o calendario de embarques. Tampoco existe una equivalencia directa entre el tamaño del contenedor y el volumen de vino vendido, ya que la carga final depende del formato elegido, del tipo de embalaje y de la configuración logística de cada envío.

Fecovita comercializa la producción de su sistema cooperativo y agrupa a 29 cooperativas de la provincia de Mendoza, de acuerdo con la información corporativa de la propia entidad.