vinetur

Vinos de Chile prevé una caída de hasta el 5% en las ventas

El menor consumo y el encarecimiento del transporte agravan la presión sobre una industria volcada en la exportación

domingo 22 de noviembre de 2026



Vinos de Chile prevé cerrar 2026 con una caída de las ventas de entre el 4% y el 5% y confía en una mejora en 2027, aunque sin esperar un salto brusco de la demanda. Así lo plantea Alfonso Undurraga, presidente del gremio, que atribuye el retroceso a una combinación de menor consumo de vino en el mundo, tensión económica en varios mercados y un repunte de los gastos logísticos tras la subida del petróleo.

Undurraga, que preside la asociación desde 2023 y también es socio y director de Viña Koyle, llegará al final de su segundo mandato cuando se elija una nueva mesa directiva a comienzos de 2027. El empresario sostiene que la industria atraviesa la etapa más dura que ha vivido en años recientes por su duración y por el efecto que está teniendo sobre el consumo. A su juicio, el cambio de hábitos también pesa, con más consumidores inclinándose por bebidas con menor graduación alcohólica.

Pese a esa presión, el sector no ha vivido un cierre masivo de bodegas. Undurraga afirma que la mayor parte de las viñas ha optado por ajustes de tamaño, reorganizaciones y consolidaciones para adaptarse a la menor demanda. En su balance, las quiebras han sido escasas.

La dependencia exterior ayuda a entender el alcance del problema. Según cifras de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, cerca del 80% de los litros de vino que produce Chile se exporta. Undurraga explica que el ejercicio empezó con buen tono y que el primer trimestre dejó mejores señales, pero sitúa el punto de giro en marzo, cuando la guerra en Irán elevó el precio del petróleo y encareció el transporte. Para un país alejado de sus mercados de destino, añade, ese factor golpea con rapidez la cuenta de resultados.

Aun con la caída prevista para 2026, el directivo cree que Chile mantiene una baza en fases de menor gasto de los hogares. Recuerda que el país es el cuarto exportador de vino y que sus referencias suelen situarse por debajo del precio medio de Francia, Italia y España. Esa diferencia permite, en su opinión, captar consumidores que no abandonan el vino, pero sí bajan de categoría cuando se resiente su presupuesto.

En ese reparto, Brasil se ha convertido en el apoyo más sólido para las exportaciones chilenas. Undurraga sostiene que ese mercado, ya asentado en el primer puesto para el vino chileno, continúa subiendo mientras varios destinos tradicionales retroceden. Entre esos mercados clásicos cita a China, Reino Unido y Estados Unidos.

Canadá también ha dado margen al sector. Undurraga atribuye su evolución a la disputa comercial con Estados Unidos y a la menor presencia de vinos estadounidenses en ese mercado. Tras un avance fuerte en 2025, las ventas chilenas a Canadá siguen al alza y acumulan un aumento del 7% en los últimos doce meses.

Rusia completa el grupo de países que han amortiguado el mal momento. Según el presidente de Vinos de Chile, las restricciones aplicadas por Moscú a buena parte de las importaciones europeas tras la guerra de Ucrania han abierto espacio al vino chileno, que en 2026 sube un 27% en ese destino. La mejora, no obstante, tiene matices: Undurraga precisa que Rusia compra sobre todo vino barato y que los beneficiados han sido los segmentos de menor precio, que no son la prioridad del sector.

India aparece en los planes de largo plazo, pero todavía sin un peso relevante en la cuenta exterior. Undurraga explica que el país mantiene aranceles del 150% y que el Gobierno chileno trabaja en un tratado de libre comercio que, a su juicio, debería cerrarse este año o en un plazo próximo. Ve un mercado potencial por tamaño y por consumo de destilados, en especial whisky, pero avisa de que el vino aún no forma parte de los hábitos de una gran parte de la población. Por eso cree que incluso con un acuerdo comercial en 2027 haría falta tiempo para ver resultados. De momento, India ni siquiera figura entre los 30 principales destinos del vino chileno.

La previsión para 2027 es algo menos negativa. Undurraga espera un ejercicio mejor si se ordenan varios frentes internacionales y si continúan bajando el petróleo y las tarifas de transporte. No habla de un auge de la demanda, pero sí de mercados “más ordenados” y de una mejora gradual si se reduce la tensión en Estados Unidos tras el ciclo electoral. También ve recorrido en México, aunque parta de una base pequeña, y mejores perspectivas en Colombia, Perú y Venezuela, tres destinos que considera importantes para Chile. En cambio, admite que una eventual normalización en Ucrania podría restar ventas en Rusia, sobre todo en la gama más económica.

La evolución del vino chileno interesa al conjunto del negocio de bebidas porque anticipa cómo los conflictos comerciales, la inflación logística y los cambios de consumo pueden mover ventas entre países y entre categorías de precio. También ofrece una referencia útil para otros exportadores de cerveza, licores o bebidas sin alcohol que compiten por espacio en la distribución internacional y dependen del transporte marítimo para llegar a mercados lejanos.

Undurraga sostiene que la principal palanca pública para apoyar a la industria es la promoción exterior. Afirma que Chile dedica apenas US$1 millón a esa tarea, mientras que los tres mayores exportadores del mundo superan los US$50 millones. En esa línea, Chile acogerá por primera vez Vinexpo Explorer a partir de este lunes, 23 de noviembre, con la llegada de 50 compradores de unos 30 países. El presidente del gremio asegura que las empresas invitadas acuden con intención de compra y que ese tipo de encuentros ayuda a mejorar la imagen del país en el exterior.

Junto a la agenda internacional, el dirigente reclama más atención al mercado interno. Sostiene que durante años el vino quedó asociado en Chile a los problemas de alcoholismo y defiende que su consumo está más vinculado a la comida y a la socialización. Su planteamiento es que la industria necesita recuperar presencia en la mente del consumidor chileno mientras intenta atravesar un ciclo de menor demanda fuera del país.