vinetur

El vino está presente en el 72% de los hogares argentinos pero cae la frecuencia de compra

El auge del vino en lata y el interés por opciones de baja graduación marcan nuevas tendencias en el sector vitivinícola

martes 11 de noviembre de 2025



La tercera edición del foro “El Futuro del Vino Argentino” se celebró este lunes, 10 de noviembre, en Mendoza. El evento fue organizado por el Fondo Vitivinícola y la Corporación Vitivinícola. Reunió a más de 300 asistentes y contó con la participación de

expertos nacionales e internacionales que analizaron la situación actual y las perspectivas del sector vitivinícola argentino.

Durante la jornada, los ponentes abordaron temas como los cambios en los hábitos de consumo, el auge del vino en lata y las oportunidades para los vinos de baja graduación alcohólica. Entre los expositores figuraron Guillermo Oliveto, consultor en estrategias de negocio; Andrés Malamud, politólogo e investigador principal del Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad de Lisboa; Yvette Van Der Merwe, presidenta de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV); y Carolina Nuñez, consultora especializada en consumo masivo.

Andrés Malamud centró su intervención en el escenario internacional y cómo afecta a las exportaciones argentinas. Explicó que Argentina busca estabilidad en un mundo que también atraviesa momentos de inestabilidad. Analizó las alianzas internacionales recientes, como la aproximación a Estados Unidos frente al crecimiento asiático liderado por China. Según Malamud, Argentina podría beneficiarse de su posición periférica respecto a los grandes conflictos geopolíticos actuales.

Carolina Nuñez presentó un estudio sobre el comportamiento de compra y consumo de bebidas alcohólicas en 5.300 hogares argentinos. El informe señala que el vino es la segunda bebida alcohólica más consumida en el país, con una presencia en el 72% de los hogares, solo superada por la cerveza. Sin embargo, tanto el vino como la cerveza han experimentado una reducción en la frecuencia de compra durante el último año.

El estudio también analizó el crecimiento de la cerveza sin alcohol, que ha multiplicado por cuatro su penetración en los últimos cuatro años. Siete de cada diez compradores optan por esta bebida como alternativa cuando no desean consumir alcohol. Este fenómeno se atribuye a su precio competitivo y a campañas promocionales intensas.

En cuanto al vino de baja graduación alcohólica, solo dos de cada diez consumidores lo conocen actualmente. No obstante, cerca del 50% muestra interés en adquirirlo y uno de cada cuatro estaría dispuesto a pagar un precio superior por este producto. El principal motivo para elegirlo es el cuidado de la salud. Entre las barreras identificadas figuran el temor a perder parte del disfrute o a que cambie el sabor respecto al vino tradicional.

Guillermo Oliveto subrayó que los consumidores reconocen beneficios claros en los vinos de baja graduación alcohólica: son percibidos como más ligeros, frescos, con menos calorías y menos propensos a causar sueño. Según Oliveto, presentar estos atributos puede mejorar la percepción del producto e impulsar su adopción entre nuevos consumidores y en diferentes ocasiones.

Oliveto también habló sobre el auge del vino en lata, impulsado por su practicidad y facilidad para consumirlo en situaciones informales. Esta modalidad resulta especialmente atractiva para los jóvenes y para quienes buscan un consumo menos tradicional.

Yvette Van Der Merwe abordó la importancia de la sostenibilidad y la innovación para el futuro del sector vitivinícola. Señaló que uno de los principales problemas es adaptarse al cambio climático y responder a las demandas sociales sobre sostenibilidad. Animó a los productores a invertir en conocer mejor a los nuevos consumidores y adoptar enfoques basados en datos científicos sobre salud y sociedad.

Van Der Merwe afirmó que Argentina tiene posibilidades para convertir los problemas internacionales actuales en oportunidades si apuesta por la cooperación, la ciencia y la innovación. Considera que el país puede avanzar hacia una mayor calidad, sostenibilidad y comercio estratégico dentro del sector vitivinícola.



El foro “El Futuro del Vino Argentino” se consolida como un espacio donde se analizan las tendencias más relevantes para la industria local e internacionalmente. Las conferencias estarán disponibles próximamente en el canal oficial de YouTube del evento para quienes deseen profundizar en los temas tratados durante esta edición.