vinetur

El vino argentino apuesta por menos alcohol y sabores frescos para conquistar nuevos mercados

La industria vitivinícola confía en la diversificación y la innovación pese a la caída de exportaciones y el aumento de costes

miércoles 11 de marzo de 2026



Fabián Ruggeri, presidente de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), ha expresado su optimismo sobre el futuro del sector vitivinícola tras asumir la dirección de la entidad. En una entrevista con 0264Noticias, Ruggeri explicó que en enero se

registró un leve aumento en el consumo de vino, un dato que considera positivo ya que ese mes suele mostrar una baja en las ventas. Según Ruggeri, este repunte se relaciona con la diversificación de productos por parte de las bodegas, que han apostado por vinos blancos más frutados, con menor graduación alcohólica y opciones más dulces.

Durante el tradicional desayuno anual de COVIAR celebrado el pasado fin de semana en Mendoza, la entidad firmó varios convenios para impulsar al sector. Entre ellos, se encuentra un acuerdo con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) para desarrollar e implementar un programa destinado a promover y posicionar el Torrontés Riojano. El objetivo es ampliar su presencia en los mercados y fortalecer su contribución al desarrollo productivo y turístico de las provincias vitivinícolas.

Ruggeri subrayó que existe una tendencia clara hacia vinos con menos alcohol y sabores más frescos. Señaló que “el vino con bajo alcohol es una necesidad hoy” y añadió que si el consumidor demanda vino sin alcohol, la industria debe adaptarse a esa preferencia. Según sus palabras, “el vino blanco o tinto con menos alcohol es un requerimiento muy fuerte del consumidor actual”. Además, consideró que los productos con baja graduación alcohólica o sin alcohol terminarán consolidándose en los mercados internacionales.

En relación a la situación económica del sector, Ruggeri reconoció que la vitivinicultura atraviesa un momento complicado, aunque no lo considera el peor de su historia. Recordó crisis anteriores donde se prohibió cosechar uvas o se derramó vino por falta de demanda. Sin embargo, mantiene la esperanza de revertir la situación durante este año y el próximo. El consumo interno representa entre el 70% y el 75% del total comercializado en Argentina, por lo que cualquier variación tiene un impacto directo en la industria.

Sobre las exportaciones, Ruggeri admitió que han disminuido en los últimos años y prevé que esta tendencia continúe debido a la reducción del consumo en países tradicionales. No obstante, mencionó casos como Brasil, donde el consumo per cápita es bajo pero tiene potencial de crecimiento. Si Brasil aumentara su consumo a dos litros per cápita, supondría una demanda adicional de 140 millones de litros.

El presidente de COVIAR también abordó los problemas derivados del aumento del coste energético y del combustible, factores que afectan directamente a la competitividad del sector. Explicó que los gastos logísticos son elevados: enviar productos al puerto puede costar entre 2.200 y 3.000 dólares por contenedor, una cifra similar al envío directo a China. Ruggeri opinó que será necesario reducir la carga fiscal para mejorar la competitividad frente a otros países productores como Chile.

Por último, Ruggeri confirmó que COVIAR trabaja junto a los gobiernos provinciales de Mendoza y San Juan para impulsar una ley sobre edulcoración de jugos naturales. Esta medida permitiría un mayor uso del mosto en la industria alimentaria y podría beneficiar tanto a productores como a empresas vinculadas al sector vitivinícola. Aunque no precisó fechas concretas para la presentación del proyecto, aseguró que será en breve.

Ruggeri estará al frente de COVIAR durante los próximos tres años y ha manifestado su intención de trabajar en todos los aspectos del sector: promoción interna y externa, impulso al enoturismo e investigaciones científicas. La entidad busca cumplir con los objetivos establecidos en el Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2030 (PEVI), orientados a lograr mayor sostenibilidad y competitividad para la industria nacional.