vinetur

El vino argentino se enfrenta a su mayor crisis en quince años por el desplome del consumo y las exportaciones

La inflación, el cambio generacional y los altos costes amenazan la supervivencia de pequeños y medianos productores en Mendoza

martes 17 de marzo de 2026



La industria del vino en Argentina atraviesa una situación difícil, la más grave en más de quince años. El consumo interno ha caído a niveles históricos, las exportaciones disminuyen y la producción de uva se reduce. Según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), el consumo per cápita en 2025 fue de 15,7 litros, una cifra muy baja si se compara con los 90 litros por persona que se registraban en 1970.

En este escenario, Mendoza sigue siendo el centro de la actividad vitivinícola del país. La semana pasada, cientos de personas acudieron a la Fiesta Nacional de la Vendimia para celebrar la cosecha anual. El evento cumplió su 90ª edición y reunió a productores, turistas y vecinos que participaron en actividades culturales y votaron por la reina de la Vendimia.

Sin embargo, detrás de las celebraciones, los datos muestran una realidad preocupante. Desde 2023, el poder adquisitivo de los argentinos ha bajado de forma importante. Fabián Ruggieri, presidente de la Corporación Vitivinícola Argentina, explica que esta caída afecta sobre todo a los consumidores de ingresos medios y bajos, quienes solían consumir vino a diario. La inflación y la pérdida de poder de compra han hecho que muchas familias reduzcan o eliminen el vino de su mesa.

El cambio en los hábitos de consumo también influye. Federico Gambetta, director de la bodega Altos Las Hormigas en Mendoza, señala que las nuevas generaciones buscan vinos más ligeros y frescos, como blancos y rosados, frente a los tintos potentes preferidos por sus padres y abuelos. Gambetta cuenta que su bodega empezó a modificar sus productos en 2010 para adaptarse a estas nuevas preferencias. Uno de sus vinos tintos, Malbec Los Amantes 2022, figura entre los cien mejores del mundo según un ranking internacional reciente.

La crisis no solo afecta al mercado interno. Argentina es el undécimo exportador mundial de vino, pero las ventas al exterior también han bajado. En 2025 se exportaron 193 millones de litros, un 6,8% menos que el año anterior y el volumen más bajo desde 2004. Ruggieri explica que los problemas para financiar operaciones, los altos costes logísticos y los aranceles externos dificultan la venta fuera del país. Mientras Chile tiene acuerdos comerciales con más de sesenta economías y accede a mercados como China con aranceles cercanos a cero, Argentina paga tasas entre el 10% y el 20% en muchos

destinos.

La situación golpea especialmente a pequeños y medianos productores. Gabriel Dvoskin dirige Canopus, una bodega de diez hectáreas en El Cepillo (Mendoza) que produce unas 50.000 botellas al año y exporta a quince países. Dvoskin reconoce que la inflación argentina encarece sus vinos frente a otros países productores como Francia o España. Los insumos secos —botellas, corchos— cuestan mucho más en Argentina debido a la inflación y las dificultades para importar materiales.

El sector también ha perdido superficie cultivada: desde hace unos años han cerrado unas 1.100 bodegas y han desaparecido más de 3.200 hectáreas dedicadas al viñedo.

El cambio generacional es otro factor relevante. En Estados Unidos ocurre algo similar: los jóvenes consumen menos vino y prefieren otras bebidas alcohólicas o no alcohólicas. Un informe del Silicon Valley Bank indica que los menores de 29 años beben menos vino que generaciones anteriores.

Ante este panorama, los productores argentinos insisten en que la calidad debe ser prioritaria para sobrevivir en un mercado cada vez más exigente y reducido. Federico Gambetta resume la situación diciendo que cualquier error puede poner en peligro la viabilidad económica de una bodega.

Mientras tanto, Mendoza sigue recibiendo visitantes interesados en conocer bodegas y participar en actividades relacionadas con el vino. El enoturismo se mantiene como una fuente importante para muchas empresas del sector pese al descenso del consumo interno y las dificultades para exportar.

La industria vitivinícola argentina busca soluciones para adaptarse a estos cambios económicos y sociales mientras intenta mantener su presencia tanto dentro como fuera del país.