vinetur

El consumo de vino en Argentina cae a su mínimo histórico y pone en jaque al sector vitivinícola

La demanda interna se desploma un 28% en diez años y las exportaciones no logran compensar la crisis del mercado local

jueves 26 de marzo de 2026



El consumo de vino en Argentina registró en 2025 su nivel más bajo desde que existen registros, según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). El consumo per cápita cayó a 15,77 litros por habitante, perforando por primera vez la barrera de los 16 litros. Esta cifra refleja una tendencia descendente que se mantiene desde hace dos décadas y que afecta a toda la cadena productiva del sector vitivinícola argentino.

En 2005, el consumo anual por persona era de 29,2 litros. Desde entonces, la reducción ha sido constante y se aceleró en los últimos diez años. Entre 2015 y 2025, el mercado interno pasó de 10 millones de hectolitros a unos 7,2 millones, lo que supone una contracción del 28%. Este descenso impacta tanto a pequeños productores como a grandes bodegas exportadoras.

Los especialistas consultados señalan varias causas para explicar este fenómeno. Por un lado, el avance de las cervezas artesanales e industriales ha restado espacio al vino en las preferencias de los consumidores. Además, el segmento de bebidas sin alcohol ha crecido en popularidad. La inflación y la pérdida de poder adquisitivo también han influido en la reducción del gasto en alimentos y bebidas. A esto se suma un cambio generacional: los jóvenes argentinos consumen menos vino que las generaciones anteriores y muestran mayor interés por otras opciones.

El ajuste económico iniciado a finales de 2023 agravó la situación. El recorte generalizado del gasto afectó especialmente al consumo de productos considerados no esenciales, como el vino. El mercado interno, que históricamente fue el principal sostén del sector vitivinícola argentino, se ha convertido en su punto más vulnerable.

En 2025, las ventas totales en el mercado doméstico cayeron un 2,7% respecto al año anterior. Solo los vinos varietales lograron crecer: aumentaron un 3,4% y alcanzaron los 234,7 millones de litros vendidos, lo que representa el 31,5% del total comercializado. El resto de los segmentos, encabezados por los vinos sin mención varietal —que concentran la mayor parte del volumen— sufrieron descensos superiores al 5% en algunos casos.

El inicio de 2026 muestra una leve señal de estabilización. Las ventas de enero subieron un 0,6% respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo, los analistas advierten que este repunte se produce sobre una base muy baja y no implica necesariamente una recuperación sostenida de la demanda.

Las exportaciones tampoco lograron compensar la caída del mercado interno. En 2025, Argentina exportó 1,93 millones de hectolitros de vino, el volumen más bajo desde 2004 y un descenso del 6,8% respecto a 2024. El valor FOB retrocedió un 7,2%, hasta los 661 millones de dólares, el registro más bajo desde 2009. El segmento más

afectado fue el vino a granel, con una baja del 13,6%, debido a la mayor competencia internacional por parte de Chile, España e Italia.

Ante este panorama adverso, la industria vitivinícola argentina apuesta por tres estrategias principales para intentar revertir la tendencia negativa. La primera es reforzar el posicionamiento premium del Malbec argentino en mercados internacionales; esta variedad representa actualmente el 23,9% del total exportado y mantiene su reconocimiento fuera del país.

La segunda estrategia es impulsar el enoturismo. Mendoza cuenta con unas 250 bodegas abiertas al turismo y conforma la red más grande de Latinoamérica en este ámbito. Esta actividad genera ingresos adicionales y contribuye a dinamizar la economía regional.

La tercera línea de acción es diversificar mercados externos. La campaña "The Wine for Now", promovida por Wines of Argentina (WofA), busca consolidar la presencia argentina en países como Suecia, Suiza, Noruega, Irlanda y Brasil dentro del segmento premium.

El sector vitivinícola argentino ha demostrado capacidad para superar crisis económicas y sanitarias en el pasado. Sin embargo, la combinación actual de caída interna del consumo, retroceso exportador y una vendimia prevista para este año con una producción un 9% menor según estimaciones del INV plantea uno de los problemas más graves para la industria en décadas.

Fuentes: Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Wines of Argentina (WofA), COVIAR y Redacción +P