vinetur

“El desafío del vino es adaptarse a nuevos hábitos sin perder identidad”

Entrevista a Daniel Perchante, coorganizador del primer salón de vinos de España en Argentina

miércoles 8 de abril de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



El jueves 9 de abril se llevará a cabo en Buenos Aires el primer salón de vinos de España en Argentina que conectará más de 50 productores con casi 1.000 referentes del sector. En una misma jornada convivirán bodegas, masterclasses -cargo de Almudena Alberca, enóloga española y Master of Wine, la primera mujer de España- y reuniones entre quienes elaboran el vino y quienes lo importan, lo distribuyen o lo

comunican.

Para conocer todos los detalles del primer salón de vinos de España en Argentina, en el que los profesionales del vino podrán encontrarse con productores como Pago de Carraovejas, Verum, Izadi, Villacreces, Ossian, Pazo de Señorans, Vallformosa, Marqués de Murrieta, Matarromera, Remírez de Ganuza, Sierra Cantabria, Abadía Retuerta, Algueira, Palacios Vinos de Finca y Gil Family Estates, entre otros, conversamos con Daniel Perchante, coorganizador junto a Pilar Otra de este primer encuentro en el que también estará presentes los proyectos en España liderados por argentinos como Mauricio Lorca, El Reventón (Adrianna Catena y Alejandro Vigil) y Castrelo das Pedras 1836 (Héctor y Pablo Durigutti).

¿Cómo surgió la idea de organizar el primer salón de vinos de España en Argentina?

La idea surge como una devolución de lo que venimos haciendo con el Salón de Vinos Argentinos en España. Allá trabajamos mucho en la difusión de nuestros vinos, en un contexto donde hay más de 600.000 argentinos viviendo y una presencia gastronómica muy fuerte. A partir de ese vínculo y del interés de las bodegas españolas por el mercado local, pensamos en hacer el camino inverso: traer ese mismo formato profesional a Buenos Aires y generar un espacio de encuentro entre productores españoles y el mercado argentino.

¿Cómo se realizó la selección de bodegas que se presentarán?

La selección se dio de manera bastante natural, en diálogo con bodegas que ya tienen interés en Argentina o que están en proceso de apertura de mercado. Muchas ya trabajan con importadores locales y otras ven en este tipo de encuentros una oportunidad concreta de desarrollo comercial.

¿Cuál es el objetivo principal del salón?

El objetivo es generar un espacio profesional real de encuentro entre productores y mercado. En una sola jornada, las bodegas pueden presentar sus vinos a potenciales clientes, importadores, distribuidores y referentes del sector. Es una forma eficiente de generar vínculos, visibilidad y oportunidades de negocio.

¿Qué tendencias del vino español se podrán descubrir en este salón?

Lo más interesante es la diversidad. España tiene una enorme cantidad de denominaciones de origen y una tradición vitivinícola de siglos. A diferencia de Argentina, donde se habla más de varietales, en España el foco está puesto en el origen. En el salón se van a poder descubrir vinos de distintas regiones, con estilos muy variados, que reflejan esa riqueza y esa historia.

¿Qué masterclasses se desarrollarán en la jornada?

Habrá dos masterclasses a cargo de Almudena Alberca, la primera Master of Wine de España. Una estará enfocada en la historia y diversidad del vino español, recorriendo sus principales regiones. La otra pondrá el foco en productores argentinos que hoy elaboran en España, para entender por qué eligieron esos territorios y qué están desarrollando allí.

¿Por qué cree que el mercado argentino es un escenario estratégico para el vino español?

Argentina es un mercado muy abierto y curioso. A diferencia de otros países, donde la oferta gastronómica es más acotada, acá conviven muchas culturas y eso se refleja también en el consumo de vino. Hay interés por descubrir, por probar, y eso hace que el vino español tenga muy buena recepción.

¿Cómo podría resumir la experiencia de octubre pasado, del salón de vinos argentinos en España?

Fue una experiencia muy positiva, incluso superó las expectativas. Esperábamos unas 400 personas y asistieron cerca de 1000, con casi 30 bodegas participantes. Para las bodegas fue muy valioso, porque en un solo día pudieron presentar sus vinos a una gran cantidad de potenciales clientes. Además, tuvo mucha repercusión en medios y confirmó el interés que existe por el vino argentino en España.

¿Qué cree que deberían hacer las bodegas, tanto de España como de Argentina, para revertir la caída del consumo del vino a nivel mundial?

Es una tendencia global. Las bodegas están buscando nuevas formas de acercarse a los consumidores, especialmente a los más jóvenes. Aparecen propuestas más descontracturadas, vinos más fáciles de tomar, incluso opciones sin alcohol. También hay un acercamiento a otros formatos de consumo, como los tragos. El desafío es adaptarse a nuevos hábitos sin perder identidad.

¿Cuáles son los nuevos destinos enoturísticos españoles que recomienda visitar? ¿Por qué?

España tiene una enorme diversidad de regiones para descubrir. Más allá de las más conocidas, hay zonas que están creciendo mucho y que ofrecen experiencias muy interesantes, con propuestas más cercanas y menos exploradas. Parte de ese recorrido es lo que también se busca mostrar en el salón.

¿Qué expectativas tiene ante la llegada del primer salón de vinos de España en Argentina?

Las expectativas son muy altas. Ya hay cerca de 800 profesionales registrados y más de 50 bodegas confirmadas. Hay mucho interés y muy buena repercusión, lo que confirma que existe una oportunidad concreta de generar un espacio de intercambio y crecimiento para ambos mercados.