vinetur

Día del Malbec: liderazgo global en un mercado cada vez más desafiante

El varietal argentino que lidera exportaciones y consolida su protagonismo internacional

sábado 18 de abril de 2026

ESCRITO POR MARIA ALEJANDRA BIDASECA



Cada 17 de abril se celebra el Malbec World Day, una iniciativa impulsada por Wines of Argentina que logró posicionar al Malbec como el gran emblema del vino argentino en el mundo.

Hoy, el varietal no solo es un símbolo cultural, sino también el principal motor de la exportación vitivinícola del país.

Según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura y organismos sectoriales:

El Malbec representa entre el 60% y el 64% del total exportado en valor y volumenEn vinos fraccionados, llega a explicar más del 62% del valor exportadoArgentina exporta vino a más de 120 países, con Estados Unidos, Reino Unido y Brasil como principales destinosSolo Estados Unidos concentra cerca del 28% del valor exportado de Malbec

Además, el Malbec no solo lidera: domina.

Representa hasta el 91% del valor exportado en vinos varietales fraccionadosEs el varietal más plantado del país, con casi el 24% de la superficie total cultivada

Un cambio estructural: menos consumo, más competencia

El contexto global del vino cambió de forma profunda.

El consumo mundial viene cayendo en los últimos años, alcanzando niveles mínimos en mercados tradicionalesLa producción global, en muchos casos, supera la demandaArgentina exportó en 2025 USD 661 millones, el nivel más bajo en más de una década

El resultado es un escenario más competitivo que nunca: más oferta, menos consumo, mayor presión sobre precios y rotación

Qué está pasando en los mercados de exportación

El Malbec sigue siendo reconocido, pero enfrenta nuevas dinámicas:

Importadores reduciendo portafoliosMayor rotación de etiquetasCompetencia creciente de Chile, España e ItaliaCaída de exportaciones en volumen (−6,8% en 2025)

Además, hay un dato estructural clave:

Argentina exporta solo entre el 25% y el 28% de su producción total, con fuerte dependencia de pocos mercados

Las tendencias que redefinen el negocio

El mercado hoy está marcado por:

Concentración de importadoresAjuste de inventariosMayor exigencia comercialCambios en hábitos de consumo (menos volumen, más diversidad de bebidas)Necesidad de estrategia en canales

Mientras tanto, países competidores avanzan con ventajas estructurales (acuerdos comerciales, costos, logística).

El nuevo desafío: sostener, no solo llegar

El Malbec logró lo más difícil: posicionarse globalmente.

Pero los datos muestran otra realidad:

Exportaciones estancadas o en caída en la última décadaPérdida de competitividad en algunos mercadosMayor presión comercial sobre las bodegas

Hoy, tener presencia internacional no alcanza.

Sin estrategia comercial activa, sin gestión en destino y sin construcción de marca, los mercados se pierden tan rápido como se ganan.