vinetur

El vino argentino rompe la racha de caídas en marzo

Las ventas internas suben 8,4% y el primer trimestre cierra con un avance acumulado del 1,5%

miércoles 29 de abril de 2026



El consumo de vino en el mercado interno argentino volvió a crecer en marzo tras varios meses de caída. Según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura, las ventas alcanzaron 60,3 millones de litros, un 8,4% más que en el mismo mes del año anterior.

El dato pone fin, al menos de momento, a una secuencia de retrocesos que había marcado la actividad en los meses previos. En el primer trimestre de 2026, el mercado doméstico cerró con 166,7 millones de litros comercializados y una suba acumulada del 1,5%.

La mejora se apoyó sobre todo en las categorías de mayor volumen. Los vinos sin mención varietal aumentaron 16,5%, los espumosos subieron 34,9% y otros vinos avanzaron 10,9%. En cambio, los varietales registraron una caída del 11,6%.

Ese comportamiento muestra un cambio en la composición del consumo. Mientras las referencias más básicas ganaron terreno, los vinos varietales perdieron parte de su peso en las ventas internas. Para la cadena vitivinícola, el dato importa porque una parte relevante de la producción depende del mercado local.

La recuperación del consumo interno también coincidió con una mejora en el frente externo. En el mismo período, las exportaciones de vino crecieron 15,5% y las de mosto 33,5%, según el organismo oficial.

Aun así, el sector sigue condicionado por una evolución irregular del consumo per cápita y por cambios en los hábitos de compra. El repunte de marzo aparece como la primera señal clara de mejora después de meses de números negativos y abre una etapa que la industria seguirá con atención en los próximos meses.