

Exportaciones de vino crecen en volumen pero caen los ingresos y el sector advierte por una “tormenta perfecta”

16/03/2026



Un informe del Centro de Economía Política Argentina analizó el desempeño reciente del comercio exterior vitivinícola. Aunque en 2026 aumentaron las cantidades exportadas, los dólares que ingresan disminuyeron. Especialistas alertan por cambios en el tipo de producto exportado, caída del consumo y problemas de rentabilidad.

El desempeño reciente de las exportaciones vitivinícolas argentinas muestra una paradoja que preocupa al sector. Si bien durante el inicio de 2026 se registró un aumento en los volúmenes exportados, los ingresos en dólares continúan

cayendo. Así lo señala un informe elaborado por el **Centro de Economía Política Argentina**, que analizó la evolución del comercio exterior del vino y su impacto en la industria.

La **politóloga e integrante del equipo técnico del CEPA, Natalia Palazzolo**, explicó que el sector atraviesa una situación compleja en la que el crecimiento en cantidades exportadas no se traduce en mayores ingresos. **“Estamos viendo que el mercado externo del vino argentino, si bien comenzó un 2026 donde crecen las exportaciones en volumen, se ve una paradoja porque los ingresos caen”**, detalló a **Diario San Rafael y FM Vos 94.5**.

Según indicó, el análisis parte de un contexto previo negativo para la industria. “El año 2025 para la vitivinicultura fue un año completamente en rojo: cayeron los volúmenes exportados y también los ingresos en dólares”, señaló. Sin embargo, los datos del comienzo de 2026 muestran un leve repunte en la cantidad de vino enviado al exterior.

“Este año crece el volumen exportado en un 8,5%, pero se da la paradoja de que los ingresos han caído en casi un 7%”, explicó Palazzolo. En ese sentido, resumió la situación con una frase contundente: “Decimos: ‘exportamos más vino, pero ganamos menos’”.

El cambio hacia el vino a granel

Para comprender este fenómeno, el informe analiza la composición de las exportaciones. Allí surge una de las claves que explica la caída en la facturación del sector: el cambio en el tipo de producto que se envía al exterior. **“Se observa interanualmente una caída de los envíos de vinos fraccionados, que son los que tienen mayor valor agregado”**, explicó.

Estos vinos fraccionados incluyen aquellos que ya se comercializan embotellados o en presentaciones listas para el consumidor final, con etiquetas, *packaging* y procesos industriales que agregan valor a la cadena productiva.

En cambio, lo que más ha crecido es otro tipo de envío. **“Lo que ha aumentado interanualmente en un 55% son los envíos a granel; es decir, el vino enviado en tanques sin ningún tipo de valor agregado”**, detalló la especialista. El fenómeno es aún más marcado cuando se analizan los tipos de vino exportados dentro de ese segmento. **“Dentro de esos envíos a granel, han aumentado un 600% los envíos de vino sin mención de varietal”**, señaló. Se trata de vinos provenientes de uvas comunes o mezclas que tienen un menor valor en el mercado internacional.



El crecimiento de los envíos a granel y la caída del consumo interno generan preocupación en el sector vitivinícola

El impacto de la macroeconomía y los costos

Este cambio en la composición de las exportaciones explica por qué, pese a exportarse mayores volúmenes, los ingresos totales del sector no logran recuperarse. **“Hay una gran preocupación del sector por la rentabilidad”**, afirmó Palazzolo.

La especialista vinculó esta situación con el contexto económico general del país y con factores que afectan a distintas economías regionales. “Esto tiene que ver mucho con la política macroeconómica a nivel nacional”, sostuvo. De acuerdo con el análisis del CEPA, existe una tendencia creciente a lo que en economía se denomina “comoditización”. **“Hay una tendencia al envío de lo que produce el sector con el menor valor agregado para hacerlo más barato”**, explicó.

A esto se suman otros factores que presionan sobre los costos de producción. El aumento del precio del petróleo, el encarecimiento de insumos agrícolas y la competencia internacional generan dificultades para competir en los mercados externos. “El tipo de cambio que hay actualmente y la competencia a nivel internacional hacen que los costos de producir en Argentina sean bastante altos”, señaló.

Consumo global y mercado interno

En paralelo, la industria vitivinícola enfrenta cambios estructurales en el consumo a nivel global. **“Hay caída en el consumo a nivel global, con cambios en las tendencias”**, indicó Palazzolo. Entre esas tendencias se observa un crecimiento en la preferencia por bebidas con menor graduación alcohólica o incluso sin alcohol, lo que impacta directamente en la demanda mundial de vino.

A nivel local, la situación se agrava por el deterioro del poder adquisitivo. “En Argentina cae en mayor medida por la pérdida del poder adquisitivo que hay a nivel nacional”, explicó. Y agregó: “Al ser el vino un producto fácilmente sustituible, se deja de consumir o se reemplaza por otras bebidas”. Este escenario configura lo que la especialista definió como una situación crítica para el sector: “Está atravesando un momento de una ‘tormenta perfecta’”.

En ese contexto, el mercado interno aparece como un factor clave para la recuperación. “El 70% del vino es destinado al

mercado interno y depende del nivel del salario”, explicó Palazzolo. Por esa razón, consideró que la recuperación del consumo depende en gran medida de la evolución del poder adquisitivo. “Sin políticas que mejoren el ingreso de las familias argentinas, es muy difícil que pueda haber una tendencia al crecimiento del consumo”, remarcó.

Desafíos y planificación

Frente a este panorama, desde el sector también se analizan alternativas productivas que permitan diversificar el uso de la uva. **“Se están analizando alternativas como utilizar el mosto para edulcorar bebidas o explorar otras producciones vinculadas a la uva”**, comentó. No obstante, advirtió que estos procesos requieren una estrategia coordinada. “Tendría que haber una fuerte planificación de parte del Estado provincial para direccionar esos esfuerzos”, señaló.

De lo contrario, existe el riesgo de que la crisis termine acelerando un proceso de concentración empresarial. “Si no, la industria se va a seguir concentrando en las pocas empresas que puedan soportar este contexto”, advirtió.

En cuanto a los acuerdos comerciales internacionales, el informe señala algunos efectos positivos, aunque también plantea cautela. **“Después del acuerdo con Estados Unidos se observa un aumento del 10% de los envíos de vino a ese país”**, indicó Palazzolo. Sin embargo, aclaró que gran parte de esos envíos se realizan a granel. “En su mayoría el valor agregado se hace en el exterior”, explicó. En muchos casos, el vino argentino se embotella en otros países antes de volver a exportarse.

“Gran Bretaña es un centro reexportador donde se envía el vino a granel, se embotella y se vuelve a exportar”, detalló. Por ese motivo, si bien los acuerdos pueden abrir nuevos mercados, también generan desafíos competitivos. “Pueden ser una ventana de oportunidad, pero también generan competencia en nuestras

propias góndolas”, advirtió. Finalmente, la especialista insistió en que la clave sigue estando en la recuperación de las ventas en el mercado interno.