
2023



El mercado del vino en Argentina

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Buenos Aires

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

17 de agosto de 2023
Buenos Aires

Este estudio ha sido realizado por
Carmen Olmos Pascual

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Buenos Aires

<http://argentina.oficinascomerciales.es/>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0



Argentina destaca como uno de los diez principales mercados de vino a nivel mundial, tanto por su extensa superficie cultivada de vid como por la producción y exportación de vino. Según los datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura argentino, el consumo aparente de vino en 2022 alcanzó casi 9 millones de hectolitros.

En términos de producción, Argentina se posiciona como el séptimo mayor productor de vino en el mundo y ocupa el segundo lugar en América del Sur, quedando solo por detrás de Chile. Durante el año 2022, se produjeron un total de 11.450.571 hectolitros de vino en el país. La provincia de Mendoza, conocida como la región vitivinícola por excelencia, concentra aproximadamente el 77 % de la producción nacional, seguida por San Juan con un 15 % aproximadamente. En cuanto al tipo y color del producto, el vino tinto sin mención varietal es el más producido en el mercado argentino.

En cuanto a los despachos de vino argentino al mercado interno, el 75 % de la producción nacional se destina a este. Al igual que con la producción, el vino sin mención varietal de color es el más comercializado, aunque el vino varietal Malbec representa alrededor del 16 % de las ventas. Además, dentro del mercado nacional, la botella es el envase más utilizado históricamente por las bodegas argentinas, representando un 63 % de las ventas en 2022. En los últimos años, la lata y el bag in box han experimentado un crecimiento en sus despachos, mientras que el tetrabrik y la damajuana han perdido popularidad.

En lo que respecta a las exportaciones, solo un 25 % de la producción total de vino argentino se ha destinado al mercado externo en los últimos 5 años. Durante el año 2022, las exportaciones alcanzaron los 2.660.000 hectolitros y generaron ingresos por un total de 825.503 millones de dólares. Los principales destinos de las exportaciones son Estados Unidos y Reino Unido, tanto en términos de valor como de volumen. En conjunto, estos dos países junto con Canadá y Brasil concentran el 52,9 % del volumen total de las exportaciones de vino desde 2018, así como el 60,1 % del valor FOB facturado. España, aunque tuvo un papel relevante en 2018, no ha sido uno de los destinos más significativos de las exportaciones de vino argentino en los últimos cinco años.

Argentina no muestra una tendencia a acudir al mercado externo. Si bien es cierto que el volumen de las importaciones se ha mantenido estable, el año pasado se observó un aumento en el valor de estas, lo cual indica un incremento del precio por litro importado. En 2022, las importaciones fueron de 5.709 hectolitros y 7.328 miles de dólares. Entre los principales países de origen destacan Chile en términos de volumen y Francia en valor. Esto se debe a que el valor CIF del vino francés en el mercado nacional es de casi trece veces el del chileno. España ocupa el cuarto puesto en ambas categorías. En conjunto, Chile, Francia, Italia y España agrupan algo más del 95 % del total de las importaciones de los últimos cinco años, tanto en términos de volumen como de valor.

Por otro lado, en el mercado argentino destacan empresas y marcas como el Grupo Peñaflor, Bodegas Esmeralda, La Rural Viñedos y Bodegas, y Bodegas Trivento, las cuales se encuentran en el ranking de las mil empresas que más venden en Argentina, según La Revista Mercado. Además, también destacan las empresas Bodegas Chandon S.A. y Ley Seca S.A. como principales



importadores, puesto que conjuntamente concentran casi un 57 % del valor CIF total de las importaciones de vino en Argentina desde el año 2019.

Argentina ocupa el noveno puesto en el ranking mundial de países consumidores de vino, liderando dentro de América del Sur con un 4 % del total del consumo global. En los últimos cinco años, el consumo per cápita de vino en el país se ha mantenido en aproximadamente 19 litros por habitante. Respecto al perfil de los consumidores, más de la mitad de los argentinos que consumen vino tienen edades comprendidas entre los 25 y 44 años. Aunque no hay una diferencia significativa, los hombres tienen ligeramente mayor representación como consumidores que las mujeres.

En relación con los hábitos y preferencias de los consumidores, el 100 % de los encuestados afirma beber vino al menos dos veces al mes, aunque la mayoría lo toma entre una y tres veces por semana. La preferencia recae en el vino tinto, ya que 8 de cada 10 encuestados lo consumen y el momento preferido para consumir este producto es durante las comidas, aunque también es popular durante charlas con la pareja o amigos, así como durante visitas. En el caso de los espumantes, la gran mayoría los consume al menos dos veces al mes y, principalmente en fiestas, aunque también son comunes en el hogar, especialmente para acompañar comidas o momentos de charla en familia.

Al momento de comprar vino, el factor más influyente es la variedad de elaboración o cepa, siendo elegido por el 73 % de los encuestados. En segundo lugar, se encuentra la marca o bodega del producto, seguido por la recomendación y el precio. Respecto al tipo de compra, tanto en el caso del vino como en el de los espumantes, suele ser mayormente planificada. De hecho, la gran mayoría compra vinos y espumantes para reponer o asegurarse de tener estos productos en casa, y el 80 % asegura tener un stock promedio de 12 botellas en sus hogares.

El mercado del vino en Argentina presenta una formación de precios compleja, debido a los aranceles a la importación, los costos logísticos y los márgenes comerciales que aplican los diferentes participantes del canal de distribución hasta que el producto llega al consumidor final. El margen bruto de los importadores depende de los descuentos que estos decidan ofrecer cuando negocian con los establecimientos minoristas. A su vez, las vinotecas agregan márgenes del 100 % y los restaurantes de más del 150 %. Todo esto lleva a que el vino importado se venda en el mercado argentino a precios al menos 7 veces más caros que el valor CIF original, lo que dificulta la competitividad de los vinos de baja y media gama. Sin embargo, existe un nicho en los vinos de alta gama y precios más elevados, donde los vinos premium importados pueden competir en el segmento de consumidores dispuestos a pagar más por marcas prestigiosas.

Entre estos consumidores con alto poder adquisitivo que buscan probar vinos de alta gama de diferentes estilos, el vino español goza de una buena reputación y un gran respeto puesto que se aprecia la tradición y la cultura del país en la elaboración del vino. Además, se otorga reconocimiento



y prestigio a las bodegas que tienen una larga trayectoria trabajando con denominaciones de origen. Destacan las siguientes denominaciones: Rioja, Ribera del Duero, Penedés y Rías Baixas.

La estructura del canal de distribución del vino en Argentina implica que los productores extranjeros ingresen al mercado a través de importadores, importadores/distribuidores y bodegas locales que importan sus propios productos del exterior. Las bodegas locales venden tanto sus vinos nacionales como los importados a supermercados, vinotecas, tiendas y el sector HORECA, ya sea directamente o a través de distribuidoras externas. Los importadores/distribuidores adquieren vino tanto de bodegas locales como de productores extranjeros y luego lo comercializan a través de diferentes canales minoristas, principalmente vinotecas y sector HORECA. Si bien es cierto que existe un canal de venta de importadores/distribuidores a supermercados, no es muy común debido a las exigencias de márgenes, promociones y descuentos impuestos por los supermercados.

Por lo general, los consumidores argentinos prefieren adquirir vino a través de canales off trade y disfrutarlo en el hogar, en lugar de consumirlo en establecimiento del canal on trade. De los canales off trade, el canal offline es el más popular puesto que más del 99 % de las ventas se realizan en establecimientos físicos. Las vinotecas y los supermercados son los preferidos por los consumidores de vino argentinos.

En cuanto a las perspectivas del sector, tras la caída del mercado argentino de vino durante la pandemia, se espera una recuperación gradual a partir de este año, con un crecimiento anual estimado del 2.14 % de 2023 a 2027. Además, existen cinco tendencias que marcarán el negocio del vino en los próximos años: la premiumización, el crecimiento de los vinos espumosos, la moderación del crecimiento del comercio electrónico, el aumento de consumo dentro del hogar y el comedimiento en el consumo de alcohol.

Las bodegas españolas tienen algunas oportunidades en el mercado del vino argentino en el nicho de alta gama, donde los consumidores con alto poder adquisitivo buscan marcas prestigiosas y experiencias únicas. La afinidad cultural entre Argentina y España también favorece la aceptación de los productos españoles. El sector HORECA, especialmente los restaurantes de alta cocina, es un canal de distribución clave para llegar a este nicho. Además, el cava español tiene potencial en el mercado argentino, ofreciendo calidad a precios competitivos en comparación con el champagne francés. El vermut también está ganando popularidad en Argentina, brindando oportunidades adicionales para las empresas españolas en el país.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

