



El mercado de vino en Perú

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lima

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

20 de noviembre de 2023
Lima

Este estudio ha sido realizado por
Ana Gutiérrez Chisvert

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lima

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

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

NIPO: 114-23-010-0



Para comprender correctamente el funcionamiento y las dinámicas del sector del vino en Perú debemos de tener en cuenta una serie de factores socioeconómicos que, de alguna manera, han definido la evolución de sus pautas de consumo y su comercio en los últimos años.

Perú es un país con una población de más de 33,4 millones de personas, estando un tercio de ella concentrada en Lima, capital del país. Por otra parte, el PIB per cápita peruano se situó en 7.125,8 USD en 2022 y la estructura socioeconómica de la población está dividida en cinco segmentos (A, B, C, D y E), estando el A representado por los hogares de mayor poder adquisitivo y el E por los de una situación económica más precaria.

En este sentido, en los últimos años Perú ha experimentado un desarrollo económico importante, logrando un crecimiento medio anual, en términos de PIB, cercano al 3 %. Este crecimiento ha permitido una fuerte expansión de los niveles socioeconómicos (NSE) B y C, llegando a generarse, especialmente en las zonas urbanas del país, una incipiente clase media que ha generado fuertes cambios a nivel nacional, en el tipo de demanda de diferentes productos de consumo.

En consonancia con esta evolución económica, y siendo Perú un país con una tradición vinícola relativamente reciente (tanto en lo que a su consumo como a su producción se refiere), el consumo de vino ha pasado por un cierto proceso de democratización. De esta manera, mientras que en la década de los 90 y primeros años de los 2000 el consumo de vino estaba exclusivamente asociado a los hogares enmarcados en los NSE A y B (que representaban en torno al 9 % de la población total del país), actualmente existe ya una cierta demanda para este tipo de productos en el NSE C (el cual representa en torno al 30 % de la población total del país).

A la con esta evolución, en el perfil del consumidor peruano también se ha producido una variación en el volumen y el tipo de demanda de vino que este consume. Si bien las cifras de consumo de vino per cápita en Perú, situadas en torno a los dos litros per cápita anuales, son bajas comparadas con otros países de la región, como Argentina y Chile, de mayor cultura vinícola, estas han ido incrementando poco a poco en los últimos años. En cuanto al tipo de demanda de vino, mientras que hasta hace unos 15 años la mayor parte de los vinos consumidos en el país eran de una calidad baja, en su mayoría dulces y de producción local, en los últimos años se han venido importando vinos extranjeros, principalmente de mercados como Argentina, Chile y España, de un alto valor añadido y con un precio medio-alto. Actualmente el grueso de las importaciones se dirige a un segmento de población con nivel socioeconómico medio-alto. Además, al existir una mayor demanda de vino, se han ensanchado los canales de distribución y se ha hecho más asequible el acceso al producto, tanto en disponibilidad y variedad, como en precio.

Asimismo, en los últimos años también se ha podido observar que el mercado del vino ha experimentado una actividad y crecimiento notables. Las importaciones de vino aumentaron un 27 % entre el 2021 y el 2022, llegando a los 51 millones USD, de los cuales 12,8 millones correspondieron a vinos espumosos. En cuanto a las exportaciones, Perú consiguió exportar un



total de 1,6 millones USD de vino en el 2022, mostrando un incremento del 39,6 % en comparación con el año previo.

Cabe comentar que actualmente existe una oferta limitada de etiquetas locales, ya que existe un número reducido de bodegas productoras de vino, por tanto, gran parte de las referencias presentes en el mercado son marcas extranjeras, mayormente provenientes de Argentina (17,5 millones USD), Italia (10,4 millones USD), Chile (9,6 millones USD), ocupando España el cuarto lugar con (9,3 millones USD). No obstante, se espera que en el futuro próximo el aumento del turismo enológico, la inversión en tecnología para la producción vitivinícola del país, así como el reconocimiento internacional de algunas bodegas peruanas continúe contribuyendo en el crecimiento de este mercado.

Por otro lado, hay que señalar que existe una creciente reorientación de las bodegas pisqueras hacia el vino y se están implementando iniciativas para mejorar la calidad del vino peruano y para promover su consumo tanto en el mercado local como en el internacional. La competencia con vinos argentinos y chilenos por precios podría seguir siendo un factor relevante, pero se anticipa un incremento sostenido en la demanda de vinos de distintas procedencias y estilos en el mercado peruano.

En Perú, el vino español disfruta de una sólida reputación y presencia en tiendas, restaurantes y eventos, siendo el tercer vino tranquilo más importado tras el argentino y el chileno. Los vinos españoles suelen reservarse, mayormente, para ocasiones especiales. Aunque La Rioja es la zona más conocida, otras denominaciones como D.O. Toro, Bierzo, Jumilla o Rueda están ganando terreno, aunque aún son menos familiares para el consumidor peruano. Empresas como Marqués de Riscal, Faustino y Juve & Camps encabezan las exportaciones de vino español a Perú, mientras que compañías locales como Perufarma, Best Brands y LC Group importan importantes cantidades de vino español.

En resumen, el mercado del vino en Perú muestra un panorama prometedor y lleno de oportunidades para las empresas españolas. Las proyecciones de crecimiento en los próximos años son alentadoras y vienen respaldadas por señales positivas como la mayor demanda de productos de alto valor y calidad por parte del consumidor peruano, el conocimiento más profundo sobre el producto y los gustos cada vez más refinados por parte de los consumidores.

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

