
2023



El mercado del vino en México

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ciudad de México

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 septiembre de 2023
Ciudad de México

Este estudio ha sido realizado por
Javier Samper Hernández

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ciudad de México

<http://mexico.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-010-0

El presente estudio tiene como objetivo analizar el sector del vino en México, producto que se corresponde con el código TARIC 2204 «Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 2009». Los tipos de vino analizados en este informe son: espumosos, vinos (generosos, finos, ligeros y demás tipos de uvas frescas) y vino a granel.

México, con más de 130 millones de habitantes y un mercado en desarrollo, es de forma destacada el principal destino de las exportaciones de vino español en Latinoamérica. Por ello, tiene un papel fundamental como puerta de entrada en la región para muchas marcas y etiquetas que buscan nuevos mercados donde comenzar a comercializar sus productos.

Las estimaciones sobre **la producción mexicana de vino** en el año 2022 se sitúan en 452.927 toneladas de uva y más de 73.000 toneladas de uva industrial, lo cual significa una cifra cercana a los 4 millones de cajas anuales, que equivale a casi 36 millones de litros de vino. La superficie dedicada a la uva industrial fue de 9.040,52 hectáreas y aumentó un 4,79 % con respecto al ejercicio anterior. Según el Consejo Mexicano Vitivinícola, aproximadamente el 71 % de la producción de vino mexicano se concentra en los estados de Baja California y Zacatecas; el resto se reparte principalmente entre los estados de Coahuila, Querétaro, Chihuahua, Guanajuato, Aguascalientes, San Luis Potosí, Puebla, Sonora y Nuevo León. Aunque se encuentra en crecimiento, todavía la oferta de vino mexicano no es capaz de satisfacer completamente la demanda, cubriéndose la misma principalmente mediante las importaciones, que en el último año han aumentado un 41 % en valor y un 32 % en volumen, dejando atrás la caída provocada por la pandemia. El **vino de etiqueta mexicana** ha llegado a ser el más consumido en el país en los últimos años (34 %), seguido del español y del chileno. Cabe destacar que el precio medio del vino mexicano se considera elevado, dada su alta demanda en el país, y que la oferta existente no se puede cubrir.

En cuanto a las **importaciones totales**, en 2022, México importó 87,2 millones de litros, lo que supone un incremento del 32,8 % en volumen sobre el año anterior. Con respecto al valor, se observa esta misma tendencia con una importación total en 2022 de aproximadamente 373 millones de USD. Los principales proveedores de vino son los países de la Unión Europea (España, Francia e Italia), que, junto con Chile, Argentina y Estados Unidos de América, suponen la práctica totalidad de los litros importados y de su valor total. España mantiene de nuevo su liderazgo en ambos indicadores con 109 millones de USD y 28 millones de litros, lo que supone cifras récord superando ampliamente los niveles prepandemia.

Los últimos datos de **consumo de vino** en este país muestran que se alcanzaron los 1,2 litros per cápita, todavía lejos de otros países productores como Francia, Italia y España con 47, 46 y 26 litros per cápita, respectivamente, y también lejos de otros productores de la región como Chile, donde se consumen alrededor de 14 litros al año. No obstante, esta cifra en México se encuentra en aumento.

Con respecto a la **distribución** de vinos importados en el país latinoamericano destacan tres figuras: El importador-distribuidor, los centros de compra que configuran el canal detallista y la



restauración. En 2020, el canal Horeca sufrió una fuerte caída, superior al 40 % respecto al periodo anterior debido a las medidas restrictivas para la contención de la pandemia. En consecuencia, floreció el *e-commerce* y aumentó el consumo privado en los hogares. Con la reapertura, el canal Horeca se ha recuperado por completo y es el punto de venta con mayor cuota en valor.

Aunque el **canal online** ha disminuido su importancia relativa en 2022 con respecto a su situación durante la pandemia. Se ha consolidado como un canal esencial para las grandes superficies, ya que están obteniendo buenos resultados con sus plataformas de *e-commerce* y llegan a consumidores a los que anteriormente no tenían acceso.

Se puede **concluir** que el mercado mexicano del vino se encuentra al alza, como se puede ver por el considerable incremento de las importaciones registradas en el año 2022. Se trata de un producto cada vez más valorado por el consumidor mexicano gracias también, en parte, al crecimiento de la producción nacional que está atrayendo a nuevos segmentos de la población. Si bien el desarrollo de la industria mexicana del vino puede provocar en el corto plazo una fuerte competencia para los vinos de importación, es de esperar que, en el largo plazo, esto sea beneficioso para las etiquetas españolas al generar mayor interés y conocimiento de este producto en el ciudadano medio.

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

