

Informe Segundo Trimestre 2024

El complejo camino de la vitivinicultura argentina en su presencia internacional

División Vinos Banco Supervielle
Junio 2024

Anticipo Informe Segundo Trimestre 2024

El complejo camino de la vitivinicultura argentina en su presencia internacional

"La información, opiniones y/o recomendaciones contenidas en estos informes están basadas en datos obtenidos de fuentes que los profesionales que los elaboran consideran confiables y no representan o son garantía de exactitud o completitud ni representan la opinión formal del Banco Supervielle S.A., CUIT 33-50000517-9 ("Banco"). Este documento es para fines informativos y no ha sido hecho para fines de transacciones comerciales ni consejos profesionales. Todas las opiniones de este documento pueden ser cambiadas sin notificación previa. Este documento no puede ser reproducido, total o parcialmente sin autorización del Banco. Este documento no constituye asesoramiento en materia de inversiones. Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación, solicitud, propuesta de servicios bancarios o de realización o cancelación de inversiones, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo. Las personas que tengan acceso al presente documento deben ser conscientes de que las inversiones a que el mismo pueda referirse pueden no ser adecuados para sus objetivos específicos de inversión, su posición financiera o su perfil de riesgo ya que no han sido tomados en consideración para la elaboración del presente documento, por lo que debe adoptar sus propias decisiones de inversión teniendo en cuenta dichas circunstancias y procurándose el asesoramiento específico y especializado que pueda ser necesario. El Banco deslinda toda responsabilidad por todas las consecuencias que pudiera ocasionar el uso de la información aquí contenida sobre decisiones de inversión y/o negocio que pudieran tomar los usuarios"

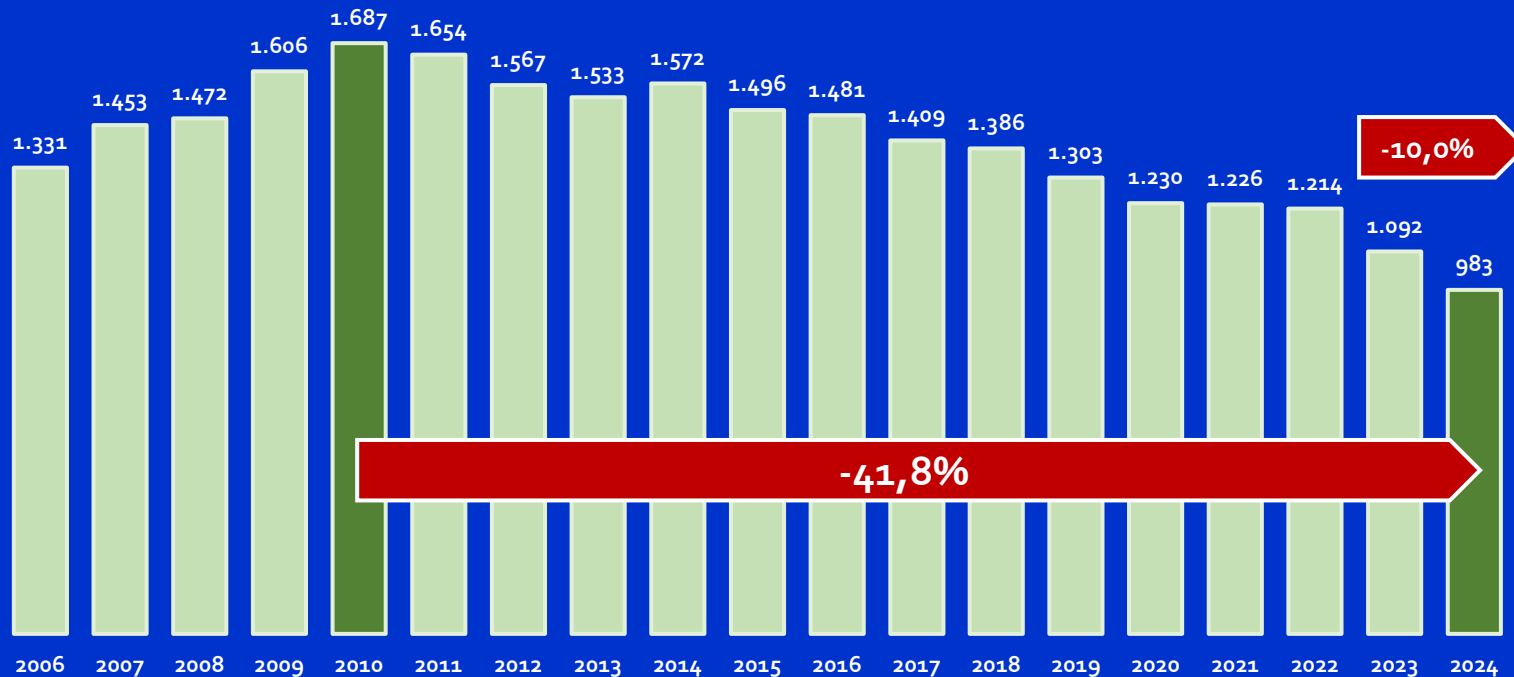
- Autor Javier Merino – jmerino@areadelvino.com
- Responsable División Vinos – Leandro Zingoni – Leandro.Zingoni@supervielle.com.ar
- División Vinos Banco Supervielle
- Avda. San Martín 841 – 5500 – Mendoza – Argentina - Tel. 54 261 4498822/4498830

Cómo está la industria del vino luego de varios años de disminución de sus ventas

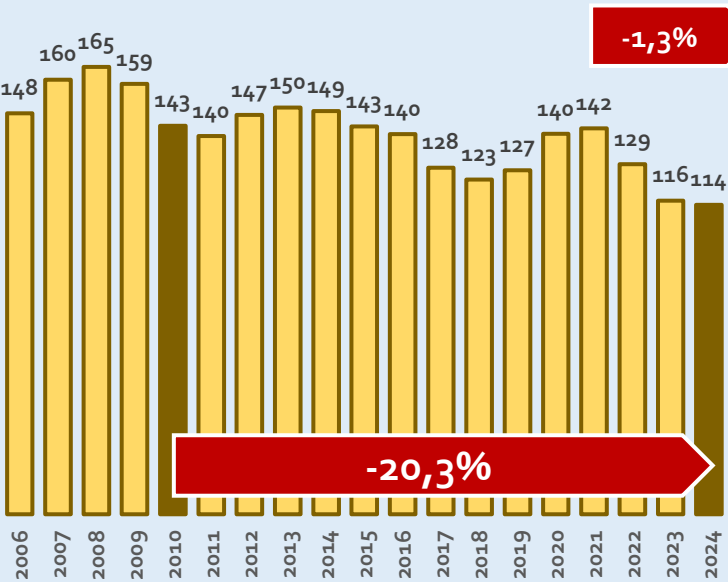
La industria argentina de vinos está atravesando un momento complejo por la fuerte caída de demanda interna de vinos y un mercado mundial muy retraído



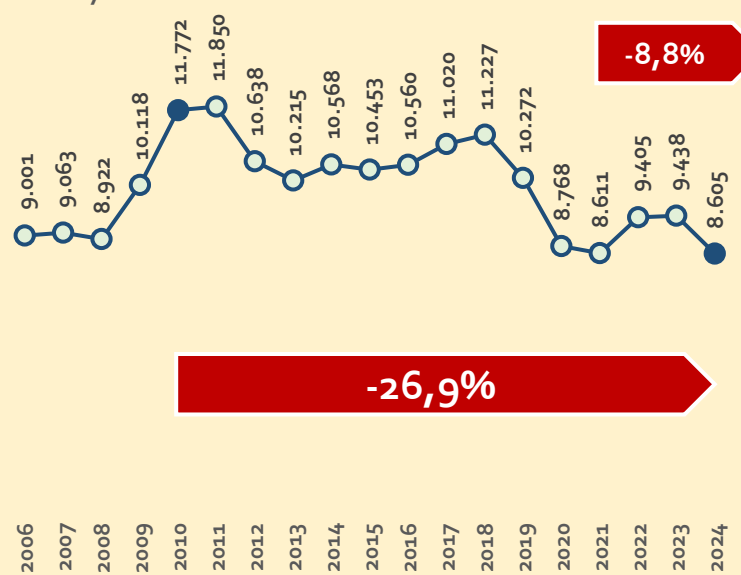
Facturación total - BB \$ Dic 2023 - MAT Mayo



Volumen total ventas - MM Cajas - MAT Mayo



Precio promedio total - \$ Dic 2023/Caja MAT Mayo

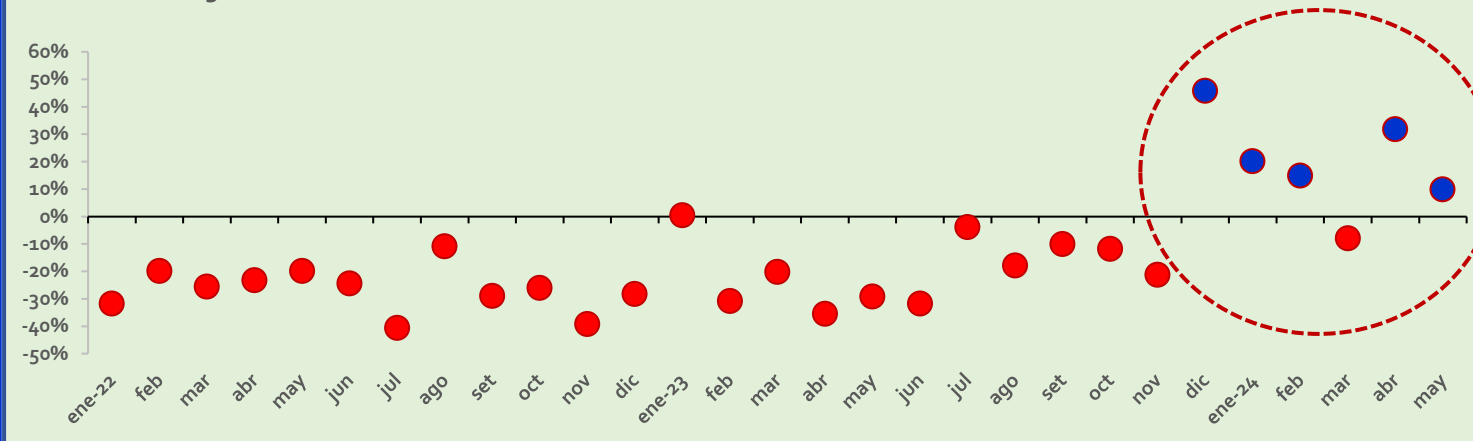


La facturación del sector medida a nivel de bodega es la más baja de los últimos quince años

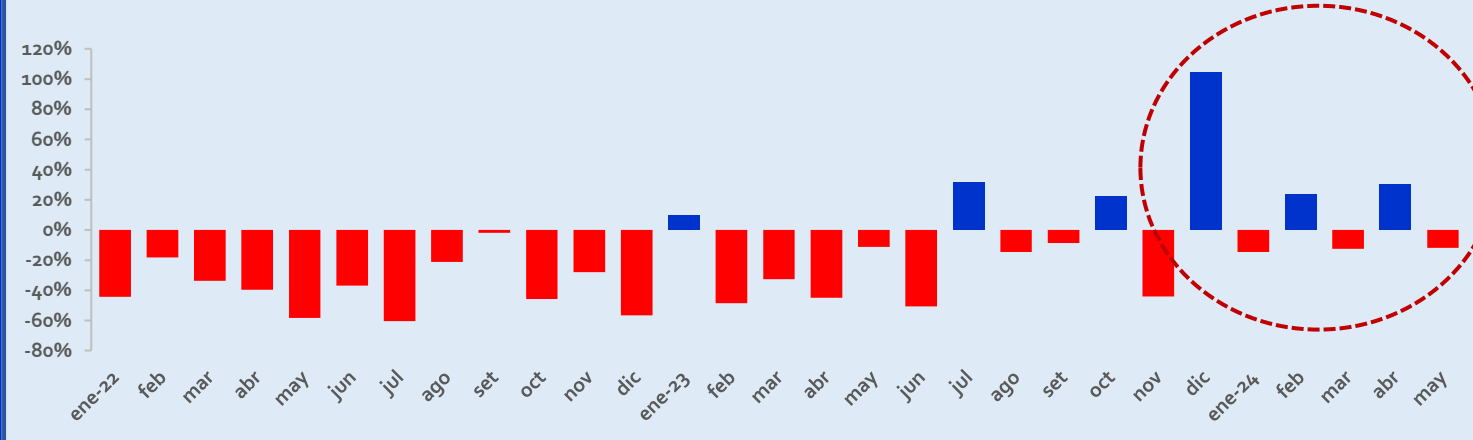
- La caída de facturación de las bodegas de vino argentino del último año cerrado en mayo ha sido sustancialmente elevada en la comparación con las últimas dos décadas.
- Claramente la recesión de la economía argentina, un mercado internacional retraído y la falta de competitividad de los vinos argentinos son las principales causas de este derrumbe.
- Esta disminución profundizó una caída que acumula quince años y el sector es hoy casi un 60% de lo que era en 2010 y para la serie mostrada tocó su valor mínimo histórico.
- El análisis global da cuenta de una disminución similar en volumen y precio. Es como si la caída de demanda de vinos dominara por sobre la oferta, y es allí donde hay que buscar las causas del comportamiento observado.
- Parece difícil esperar en el plazo de uno o dos años un regreso a aquellas condiciones de quince años atrás dado que aunque cambien las condiciones externas el aumento de volumen de ventas es lento dada la alta rivalidad competitiva en un mercado dominado por la búsqueda de consumidores desplazando a competidores.

Más allá de la
tendencia
estructural de
caída el mercado
total parece tener
una mejora de
corto plazo
inestable de
facturación

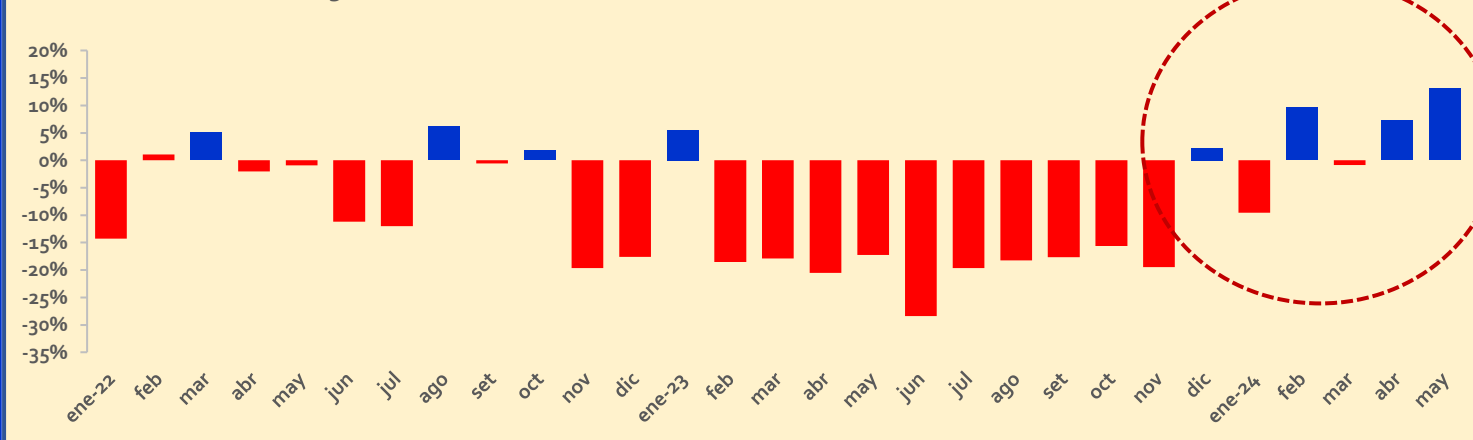
Variación Precio igual mes año anterior



Variación Volumen Total igual mes año anterior

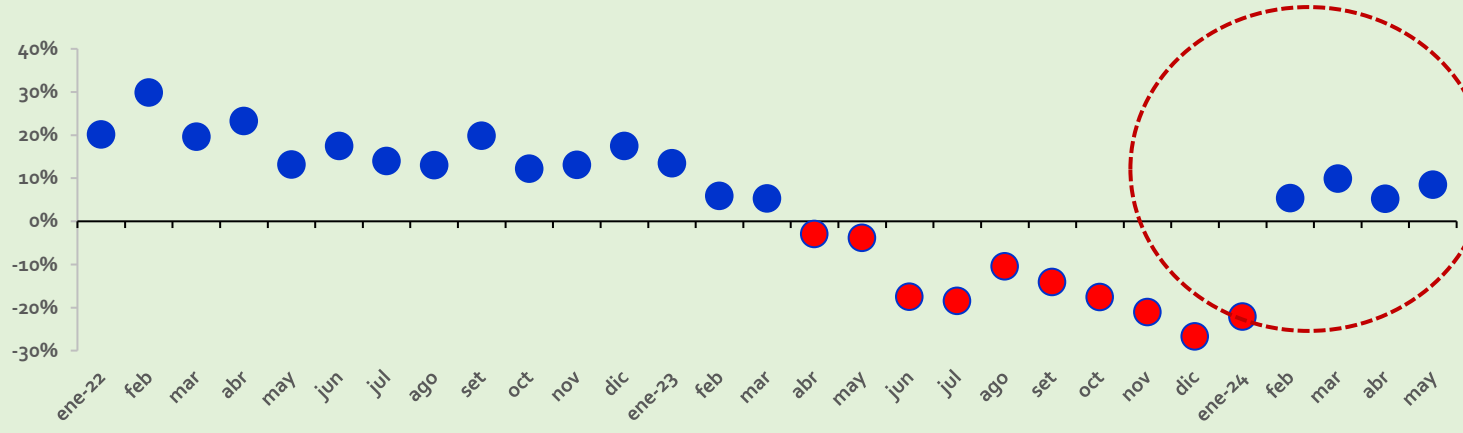


Variación Facturación Total igual mes año anterior



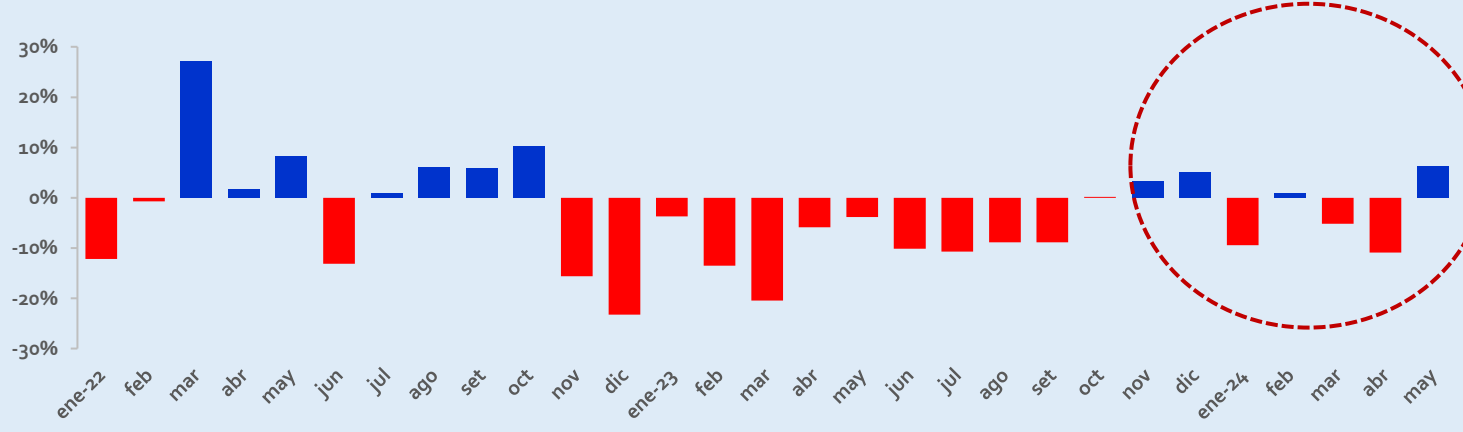
- ❖ La principal variable de gestión de las compañías es el precio (que debe ser soportado con distintas políticas promocionales) y el mercado responde aumentando o disminuyendo el volumen consumido.
- ❖ Así es posible ver cómo desde diciembre de 2023 las empresas parecen haber cambiado la táctica comercial aumentando el precio promedio general luego de un largo período de caída.
- ❖ Se observó una respuesta agregada de mercado interno y externo de aumento de consumo aunque puede estar existiendo una acumulación de inventarios en las cadenas comerciales.
- ❖ La combinación fue un aumento, después de mucho tiempo de la facturación aunque el fenómeno no se advierte sostenido.
- ❖ El análisis es para todo el mercado aunque existieron fenómenos distintos en el mercado doméstico y la exportación.

Variación Precio Mercado Interno igual mes año anterior



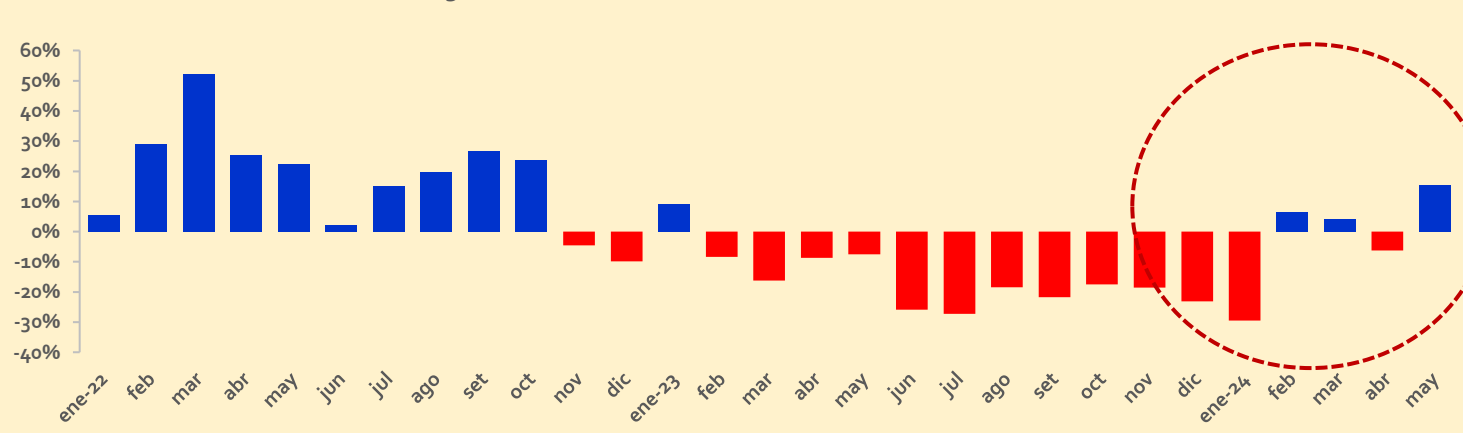
Luego de un largo período de casi un año de caída del precio del vino en relación a la inflación en los últimos cuatro meses las bodegas decidieron aumentarlo

Variación Volumen Mercado Interno igual mes año anterior



La reacción de la demanda, que además tuvo una caída del ingreso, fue una disminución de volúmenes

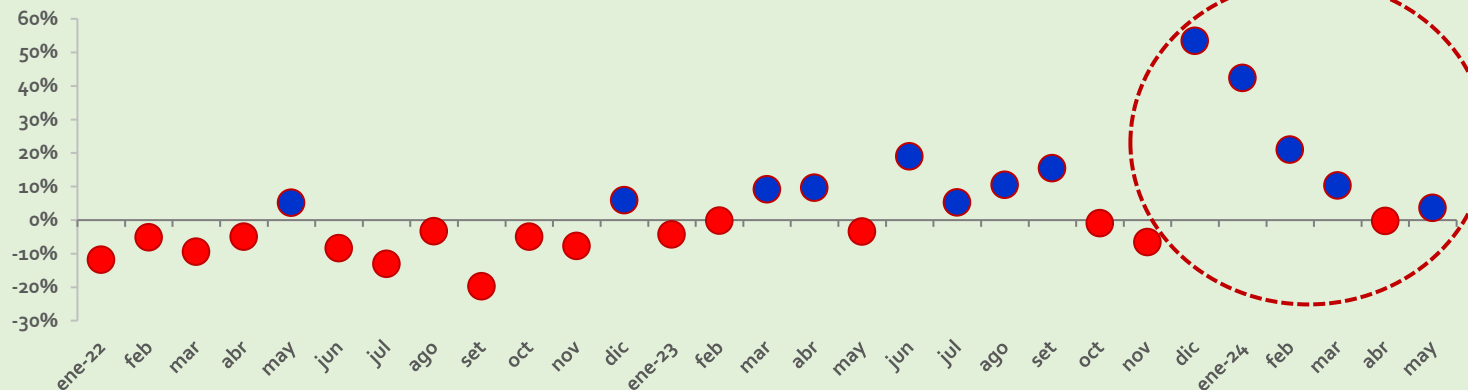
Variación Facturación Mercado Interno igual mes año anterior



La ecuación quedó relativamente empatada lo cual ya es bueno comparado con meses anteriores

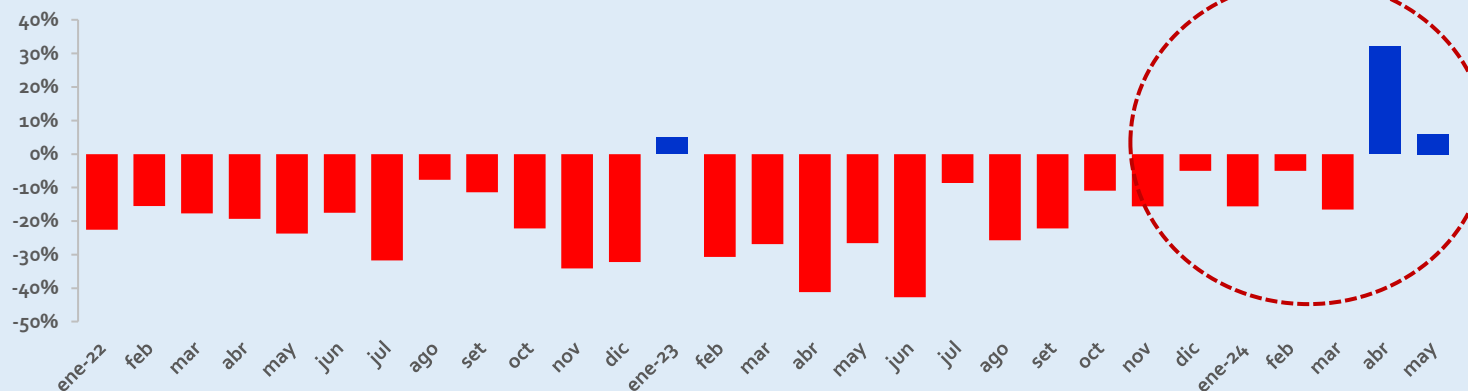
En el mercado doméstico los aumentos de precios en moneda constante provocaron una disminución de volúmenes

Variación Precio Exportación igual mes año anterior



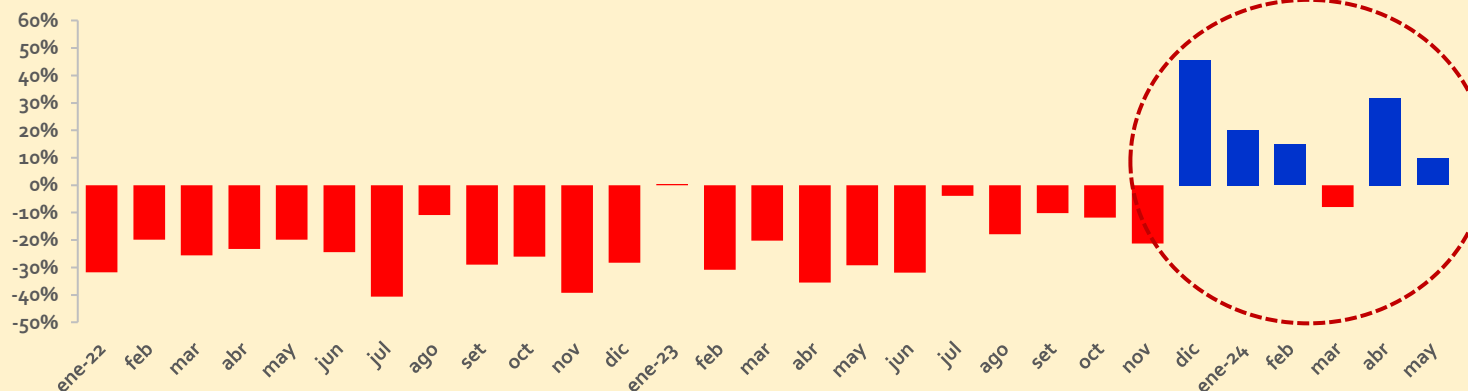
A medida que el tipo de cambio cae las bodegas aumentan su precio en dólares ya sea contra inflación internacional o eliminando líneas de precios bajas.

Variación Volumen Exportación igual mes año anterior



El resultado es un menor volumen de exportación que en los últimos dos meses tuvo un repunte, posiblemente por ajustes de inventarios en el canal comercial

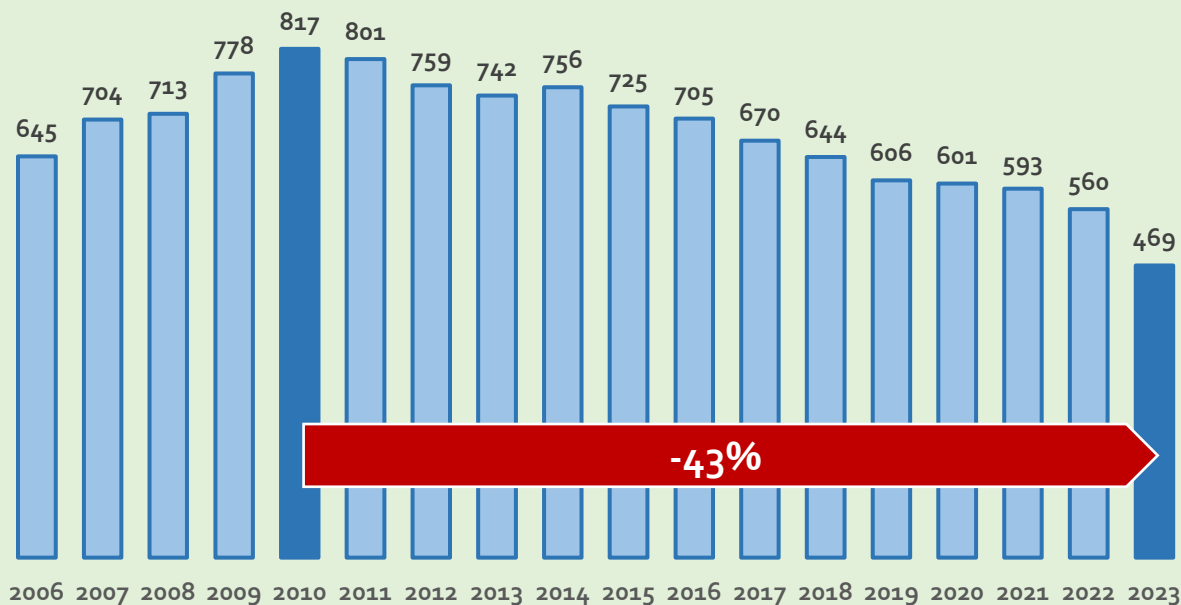
Variación Facturación Exportación igual mes año anterior



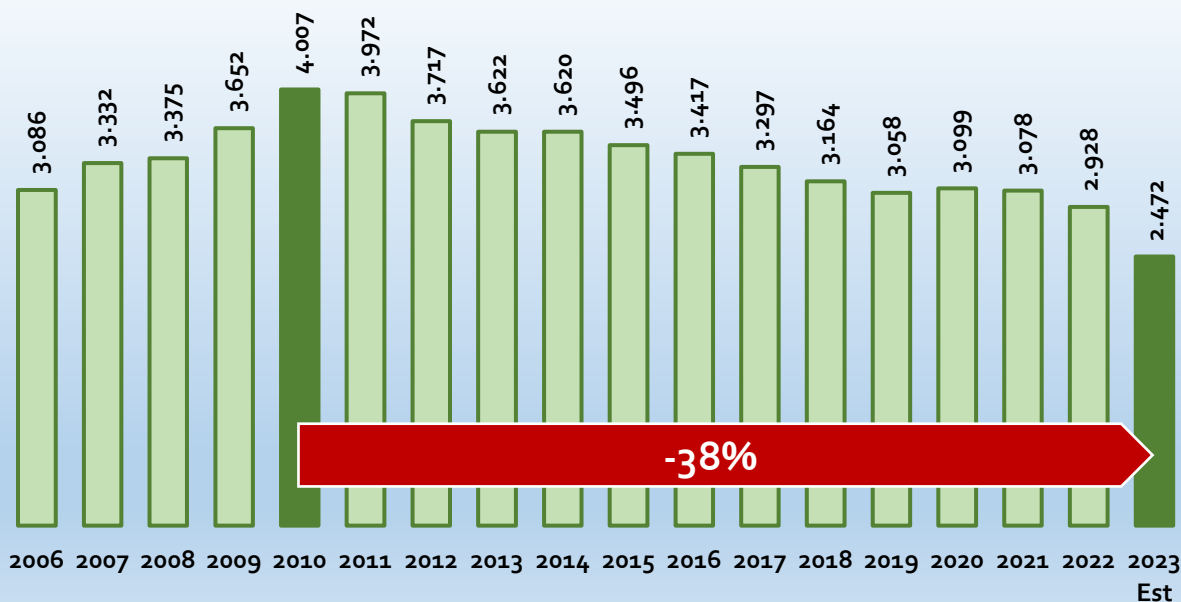
El resultado ha sido una mejor facturación pero con volúmenes muy bajos lo cual tiene como contrapartida la acumulación de stocks

La facturación de los últimos meses a la exportación fue mejor que los dos últimos años

Facturación total - BB \$ Junio 2023 - MAT Diciembre



Facturación por unidad de superficie plantada (miles \$ Junio 2023/Ha)



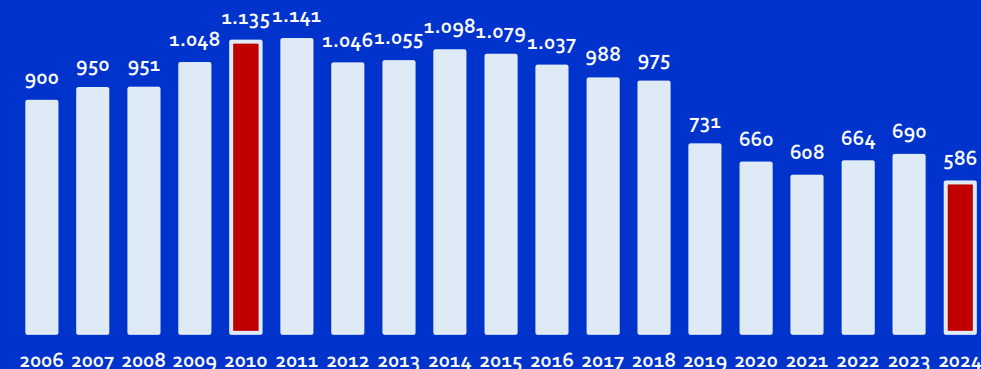
- En los últimos quince años la industria de vinos argentinos muestra en moneda constante una caída con distintas aceleraciones.
- En el último año en especial cayó un 16% en moneda constante consecuencia del deteriorado contexto económico.
- Si relacionamos esta facturación con la superficie plantada nos muestra cómo ese deterioro se vinculó en forma directa.
- Este número esconde varios cambios como fue la migración hacia variedades y regiones de mayor rendimiento económico y que las cifras de superficie plantada de los últimos años son estimados por el INV y pueden ser menores que esa estimación lo cual significaría un valor algo más elevado de facturación por hectárea.
- De esta facturación por hectárea se deriva luego la rentabilidad del sector vitícola, por lo cual el principal desafío del sector, para que a toda la cadena de valor tenga buena performance económica es aumentar la facturación global que ha mostrado ser muy superior a la actual.
- Claramente este aumento será posible en un contexto macroeconómico mejor pero también de esfuerzos de mejora en la gestión de los negocios y en especial de inversión.
- Las empresas vitivinícolas en Argentina acumulan años de baja inversión, tanto en Activos Fijos como en Activos Intangibles.

Mercado doméstico

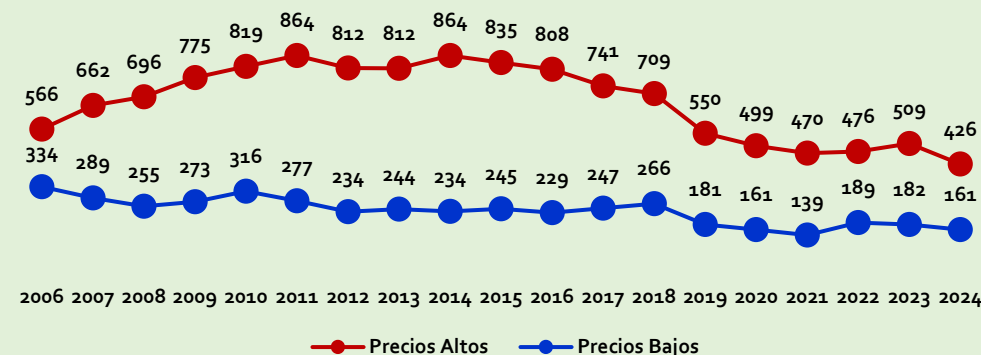
- El mercado doméstico de vinos lleva varios años de estancamiento, consecuencia de condiciones macroeconómicas adversas y en menor medida cambio de hábitos de consumidores.
- El principal determinante del deterioro global han sido los crecientes índices de inflación que provocaron caída en el ingreso de los consumidores que disminuyeron su consumo que migró hacia otras bebidas.
- A esto se sumó la histórica disminución del consumo en las categorías más bajas de precios que hoy factura la mitad de dos décadas atrás.
- En la actualidad la facturación total de la industria en el mercado doméstico es casi la mitad de lo que era una década atrás.
- También se verificó un proceso de caída de facturación tanto en las categorías más bajas de precios como en las más elevadas, cambiando una tendencia que hasta 2014 era divergente.
- El volumen de vino despachado al mercado doméstico alcanzó en los últimos doce meses cerrados en mayo de 2024 su mínimo histórico con un total de 89 millones de cajas de 9 litros, luego de una larga caída de más de dos décadas.
- Además de la disminución estructural del consumo por habitante como en varios países europeos lo que se verifica en la última década es una caída de la demanda provocada por una disminución del ingreso de la población.
- Dejó de tener atraktividad este mercado para todas las categorías de precios y sólo resultaron exitosas bodegas que venden sólo en categorías elevadas de precios y para bodegas grandes que capturaron share y generaron economías de escala.
- En resumen el mercado doméstico de vinos tiene hoy poco espacio para la expansión de las empresas.
- De cambiar las condiciones de contexto macroeconómico es posible una recuperación que podrá ser aprovechada por empresas con un share importante y demandará esfuerzos de inversión en promoción y capital de trabajo.
- Todo parece indicar que en el ranking de inversiones las bodegas preferirán destinar esfuerzos en los mercados externos y las más chicas recorrerán el camino de la venta directa apalancadas con el turismo del vino.
- Este tipo de desarrollo requiere un gran esfuerzo de dedicación de las estructuras comerciales que compensan los menores esfuerzos promocionales.

El mercado doméstico de vinos en Argentina muestra un comportamiento recesivo influido por cambios de hábitos de los consumidores pero en especial por el contexto macroeconómico de la última década

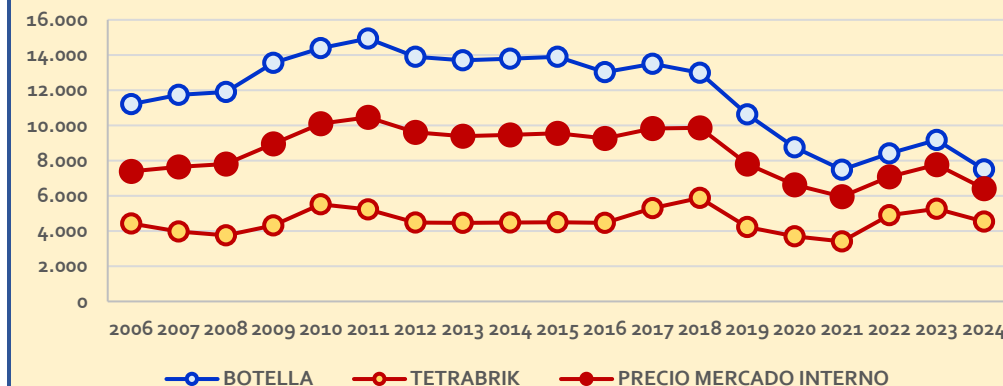
Facturación total Mercado Doméstico
BB \$ Dic 2023 - MAT Mayo



Facturación total Mercado Doméstico
BB \$ Dic 2023 - MAT Mayo



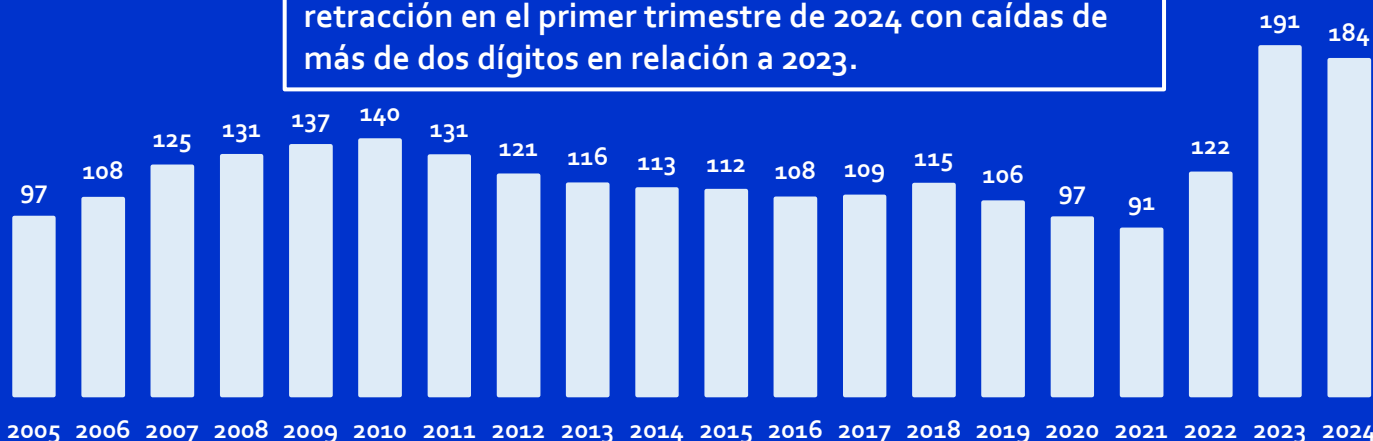
Precio del vino en el mercado interno - \$ Dic 2023/Caja - MAT Mayo



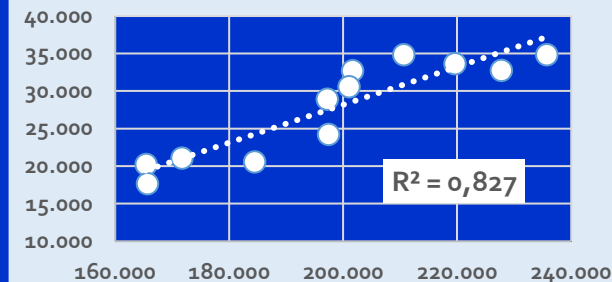
Evolución del ingreso mensual promedio - MAT Febrero - miles \$ Diciembre 2023

Es notable la mejora del ingreso en 2023, íntimamente vinculado al "plan platita" lo que muestra signos de retracción en el primer trimestre de 2024 con caídas de más de dos dígitos en relación a 2023.

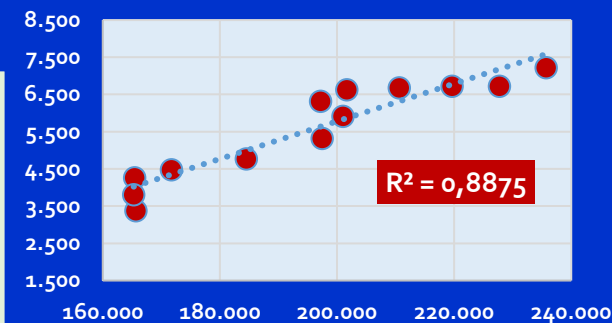
-3,6%



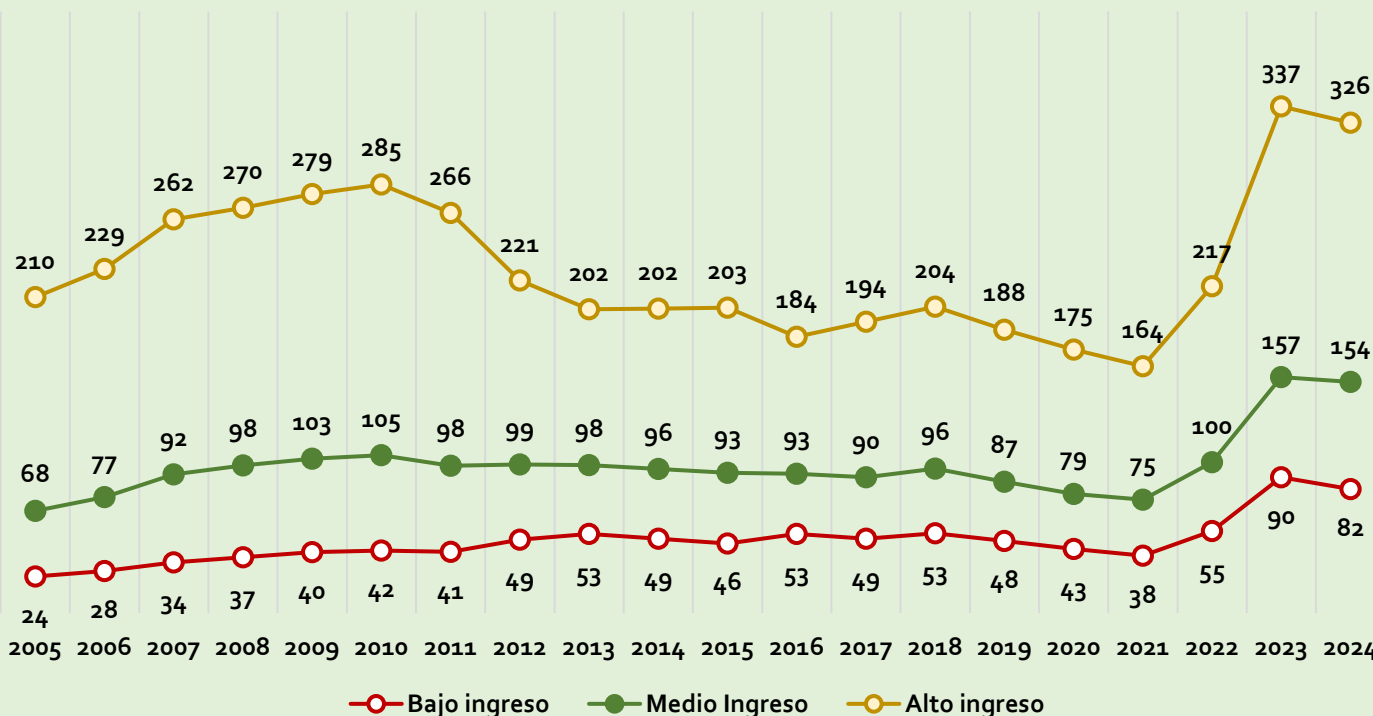
Gasto mensual vino embotellado (\$ JUNIO 2023/mes) vs. Ingreso pc alto (\$/mes)



Precio embotellado (\$ JUNIO 2023/caja) vs. Ingreso pc alto



Evolución del ingreso mensual - MAT Febrero - miles \$ DICIEMBRE 2023



Una recuperación del Ingreso del segmento más alto es una gran oportunidad para Premiumizar la venta de las bodegas en el mercado interno con baja elasticidad a la cantidad lo cual indica un menor esfuerzo de Activos Fijos y más inversión en Activos Intangibles.

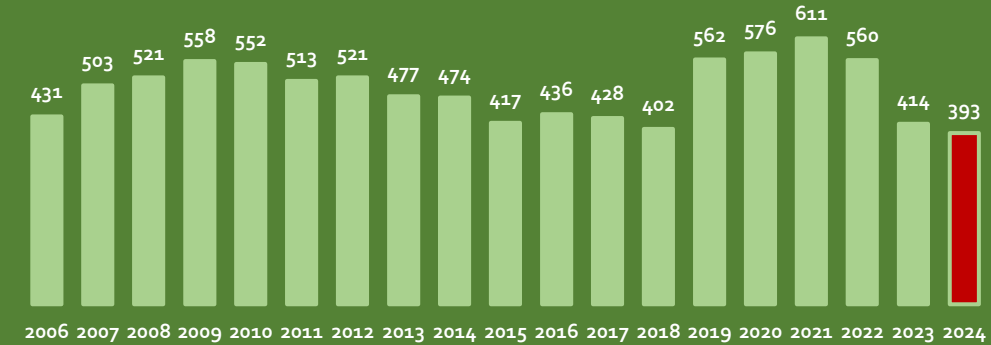
Es notable la relación que existe entre el ingreso de los segmentos más altos con el precio del vino en botella

La exportación de vinos argentinos ha tenido mejores momentos donde fue posible invertir y penetrar mercados a expensas de un buen tipo de cambio. Hacia delante, de mejorar las condiciones macroeconómicas, los vinos argentinos podrán crecer en gran medida a expensas de los esfuerzos de penetración que ya hicieron

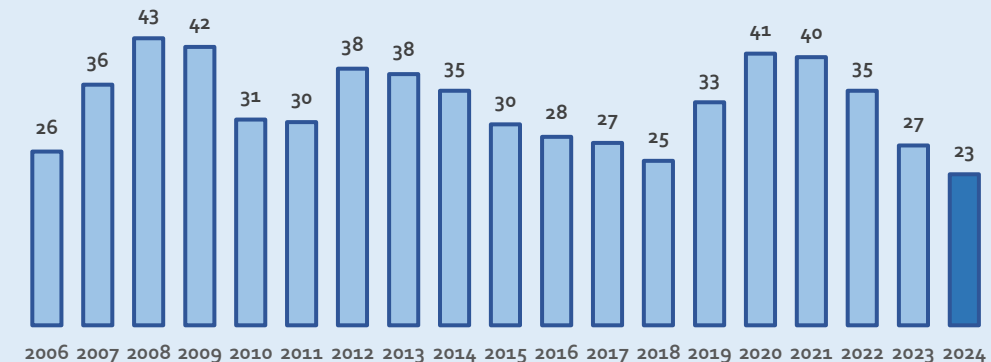
Exportación

- Luego de varios años, en 2021 se alcanzó la mayor facturación de exportación gracias a dos fenómenos muy especiales, la devaluación de la moneda argentina en 2018 y los elevados precios alcanzados por los vinos fraccionados en los mercados mundiales.
- Como una situación inversa en 2023 y 2024 estamos frente a la menor exportación en más de dos décadas, consecuencia del tipo de cambio, que se corrigió parcialmente en los últimos dos meses.
- Así, el motor de dinamismo de la vitivinicultura argentina sufrió una baja considerable y disminuyó considerablemente la rentabilidad del sector. Fue notable la caída de facturación en vinos embotellados de exportación que tocaron su menor valor en casi dos décadas.
- Esta ha sido la parte más atractiva del negocio en los últimos 25 años dado su constante expansión y lleva dos años de caída muy importante cuya principal causa está en las malas condiciones macroeconómicas argentinas.
- También el volumen de exportación alcanzó en 2024 su mínimo histórico con un total de 23 millones de cajas sumando embotellado más granel.
- Los precios volvieron a ubicarse en niveles promedio similares a la última década en la búsqueda de espacios de mayor rentabilidad discontinuándose franjas de precios más bajas en vinos fraccionados.
- Claramente se advierte el impacto que sobre el sector tiene el tipo de cambio cuando cae los exportadores buscan franjas de precios más elevadas con menor volumen a la inversa de lo que ocurre cuando el tipo de cambio mejora.
- En cuanto a empresas, las más chicas y de menos de 25 años se desarrollaron con una gran proporción de su facturación en la exportación y las condiciones actuales no las han compensado aumentado su proporción en el mercado doméstico sino que se han enfocado más en vinos de mayor precio lo cual resulta complicado en un ambiente competitivo muy agresivo en los mercados mundiales.
- En los próximos años, de haber cambios en el contexto macroeconómico argentino se podrá observar una mayor atractividad inversora en exportación aunque implicará aumento de capital de trabajo en un marco de escasez de crédito lo cual genera expectativa en la atracción de inversiones de fusiones o adquisiciones.
- A lo anterior habrá que agregar la necesidad de abastecimiento de uvas en un mercado altamente competitivo donde aparece escasez de materia prima por la baja inversión de la última década.

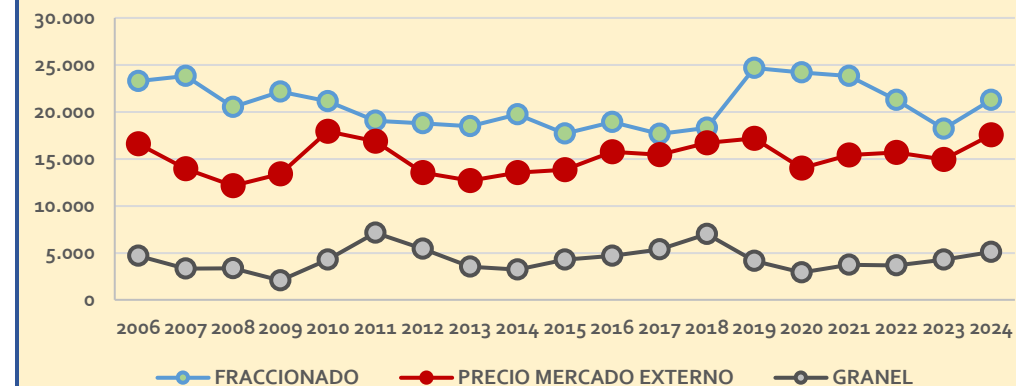
Facturación total Exportación
BB \$ Dic 2023 - MAT Mayo



Volumen total de ventas Exportación - MM Cajas - MAT Diciembre

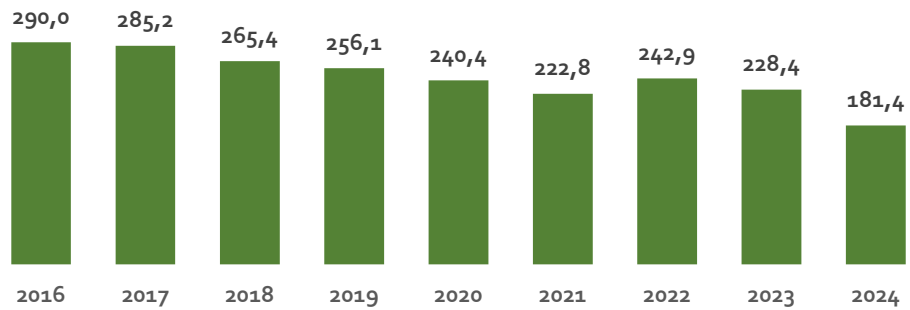


Precio del vino en el mercado externo - \$ Dic 2023/Caja - MAT Mayo

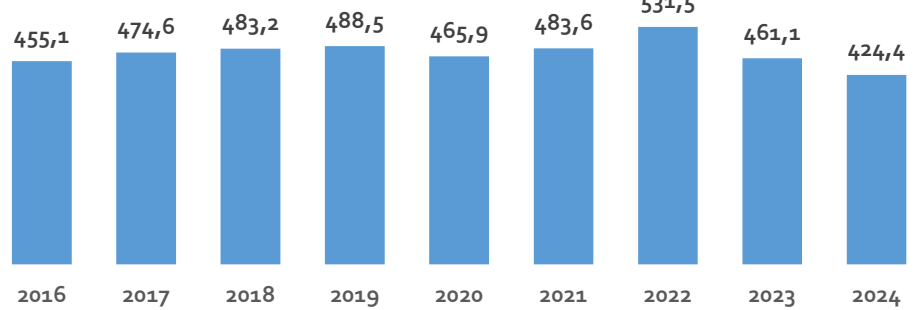


En los tres principales mercados externos de vinos argentinos (48%) cayó la exportación y también lo hizo en los tres tipos más importantes (90%). Esta regularidad sugiere una clara desventaja competitiva.

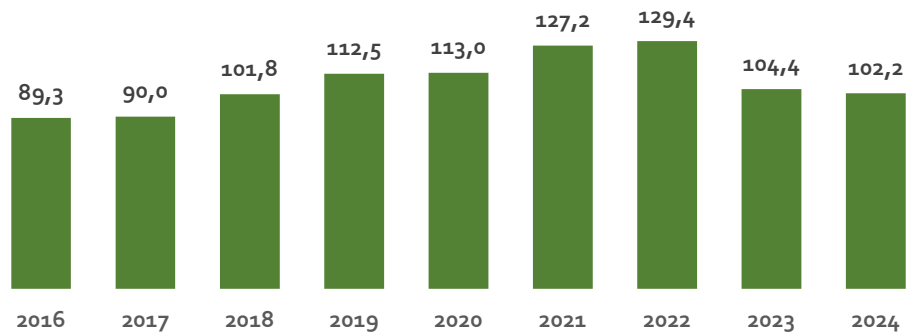
Valor exportado vino fraccionado Estados Unidos
MAT Marzo - MM dólares



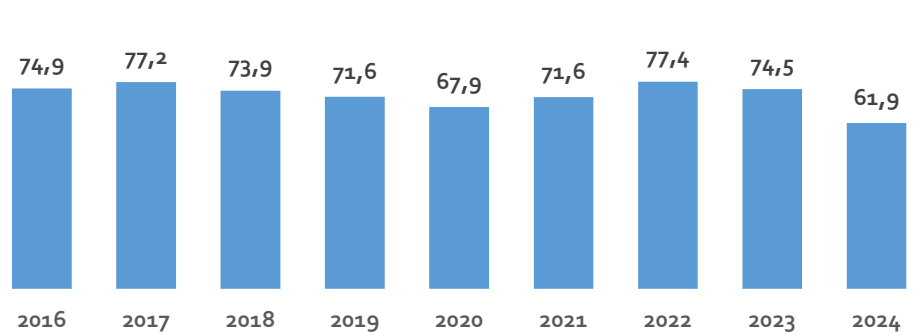
Valor exportación Malbec
MAT Abril - MM dólares



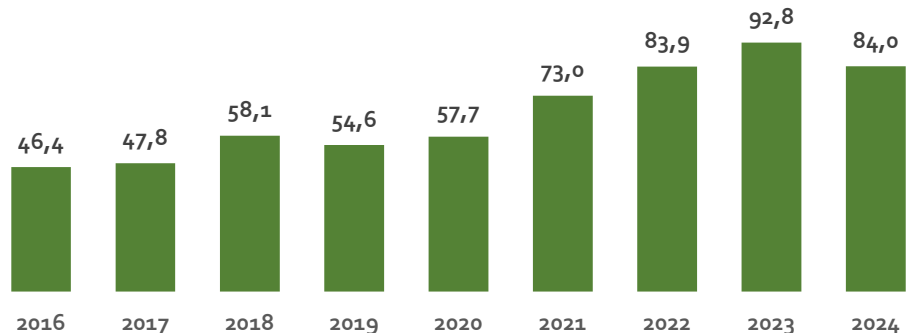
Valor exportado vino fraccionado Reino Unido
MAT Marzo - MM dólares



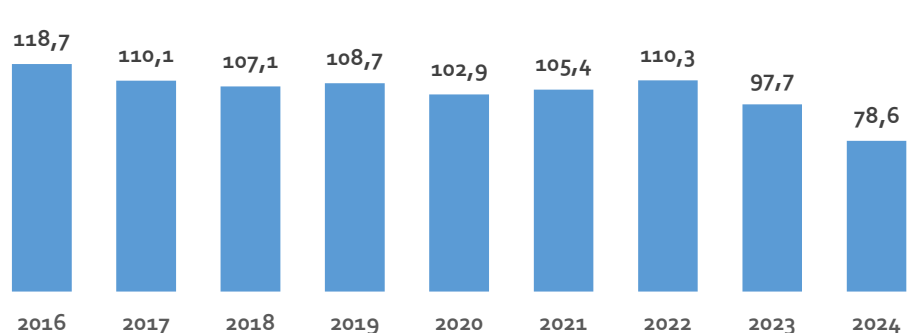
Valor exportación Cabernet Sauvignon
MAT Abril - MM dólares



Valor exportado vino fraccionado Brasil
MAT Marzo - MM dólares

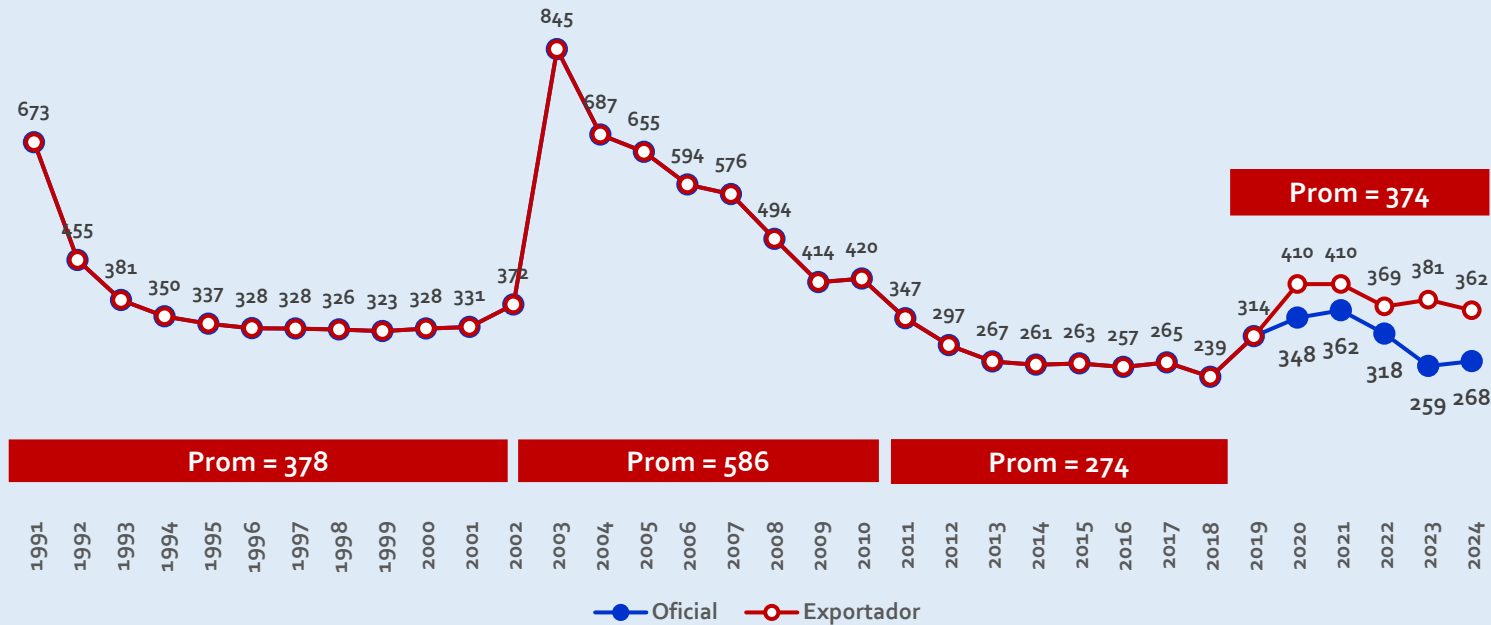


Valor exportación Otros y Blends
MAT Abril - MM dólares



Competitividad cambiaria, un desafío para los vinos argentinos pues en los próximos años es de esperar que el tipo de cambio no sea muy superior al actual y serán las políticas internacionales del país las que pueden colaborar

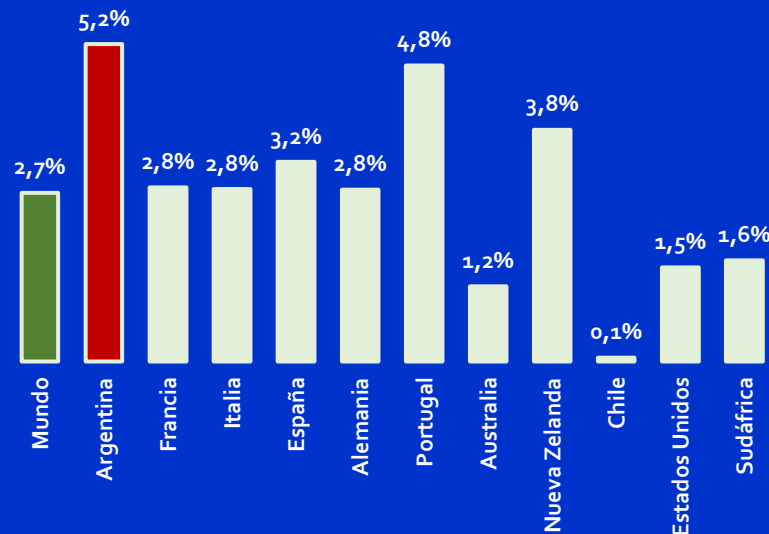
Poder adquisitivo del tipo de cambio - \$ junio 2023/dólar – MAT Febrero



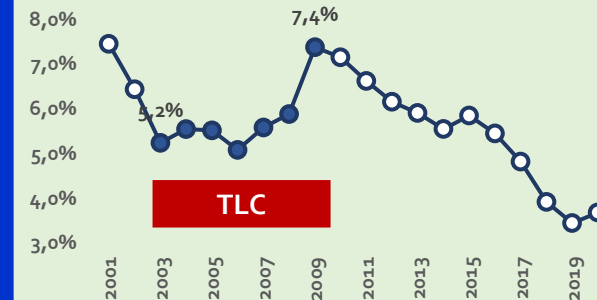
En los últimos años el tipo de cambio al que liquidaron los exportadores ha resultado ser un promedio similar al que tuvo en moneda constante en la década del '90 y se ubica en el promedio de la época de mayor expansión exportadora.

Es difícil predecir cuál será la política cambiaria de largo plazo pero es probable que el tipo de cambio real no sea sustancialmente distinto del actual.

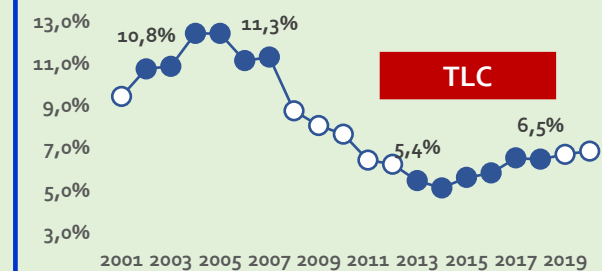
Aranceles pagados en 2023 por los vinos fraccionados tranquilos medido en porcentaje Ad Valorem



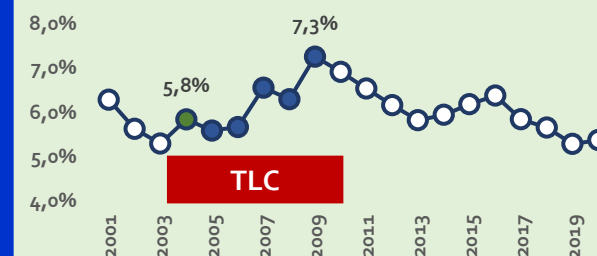
Share de Chile en Estados Unidos



Share de Australia en el comercio mundial de vino fraccionado



Share de Chile en Unión Europea



El tema de mayor relevancia competitiva está en manos oficiales, pues son los tratados comerciales. Argentina es el país cuyo arancel promedio es el más alto en el mundo. Y, como muestran las exportaciones de los competidores, los TLC fueron de gran trascendencia en la ganancia de share.

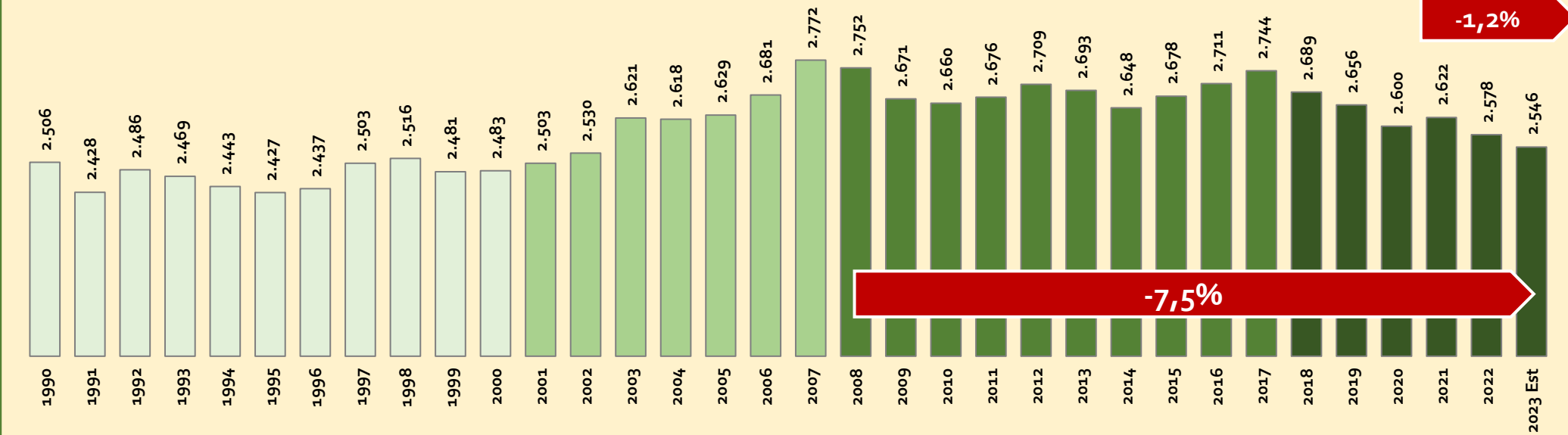
Mercado y comercio mundial de vinos con una pobre performance en el último año

El mercado mundial de vinos todavía está impactado por la pobre performance de la economía internacional a lo que se suma los efectos de bajas cosechas que han complicado a los principales países productores

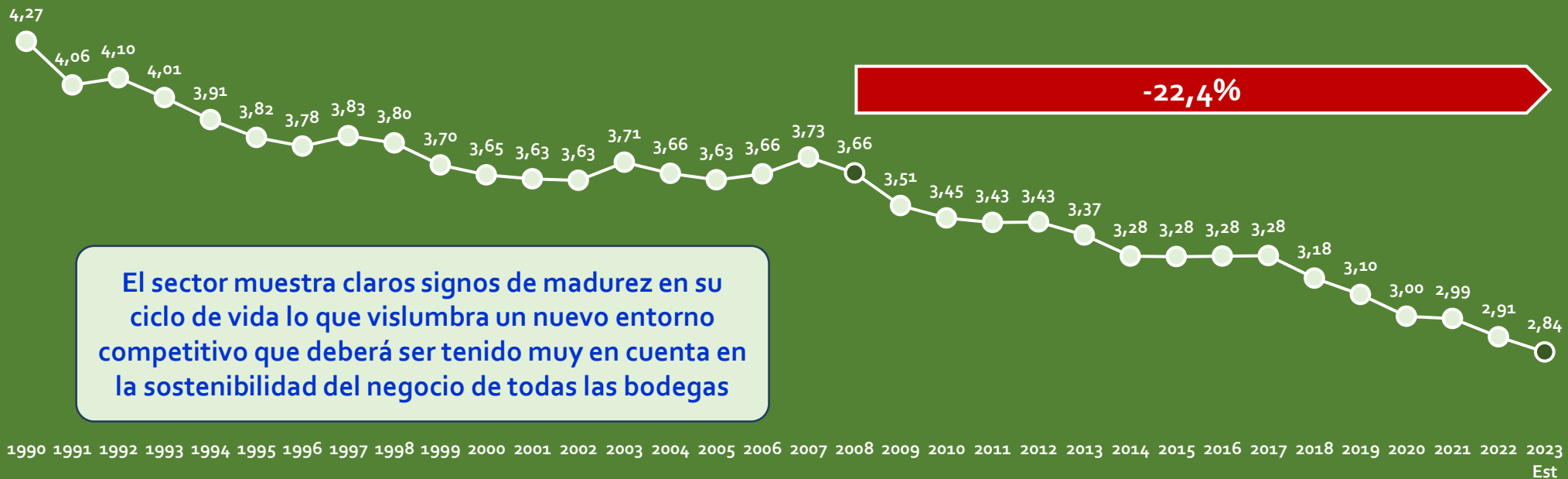


Además de los factores internos de contexto influye en forma decisiva la situación mundial por la disminución de volumen de consumo

Consumo mundial de vinos (miles MM Cajas)
Fuente Area del Vino con datos de OIV, FAO e INV



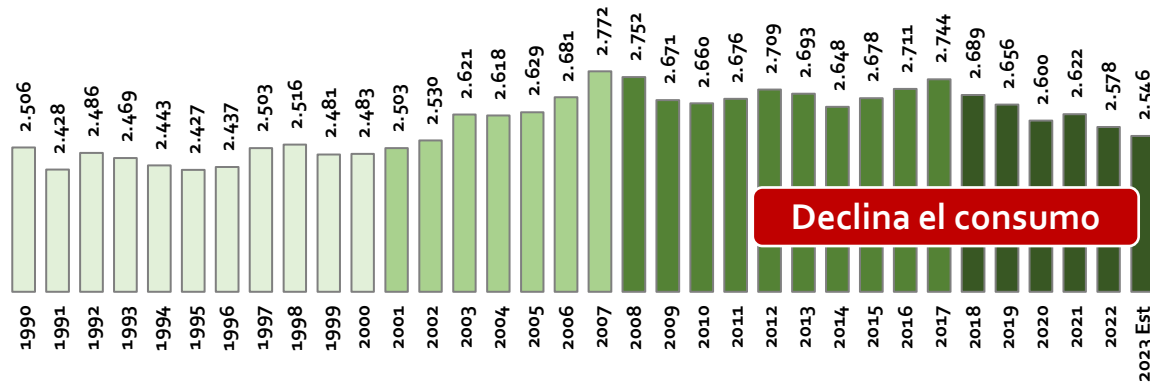
Consumo per cápita mundial (litros/año)



El sector muestra claros signos de madurez en su ciclo de vida lo que vislumbra un nuevo entorno competitivo que deberá ser tenido muy en cuenta en la sostenibilidad del negocio de todas las bodegas

Los principales indicadores mundiales están indicando que el sector vitivinícola ha perdido cierta dinámica y que ha entrado en un espacio de mayor competencia con las consecuencias naturales para las empresas de aumento de rivalidad competitiva lo que lleva a mayor esfuerzo inversor por parte de las empresas que actúan en el comercio mundial.

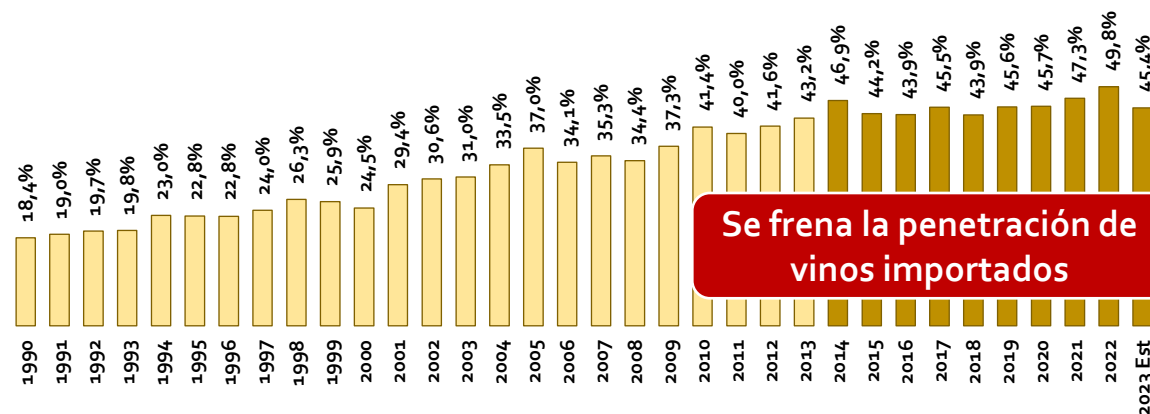
Consumo mundial de vinos (miles MM Cajas)
Fuente Area del Vino con datos de OIV, FAO e INV



Elaboración/Consumo - Promedio móvil 5 años



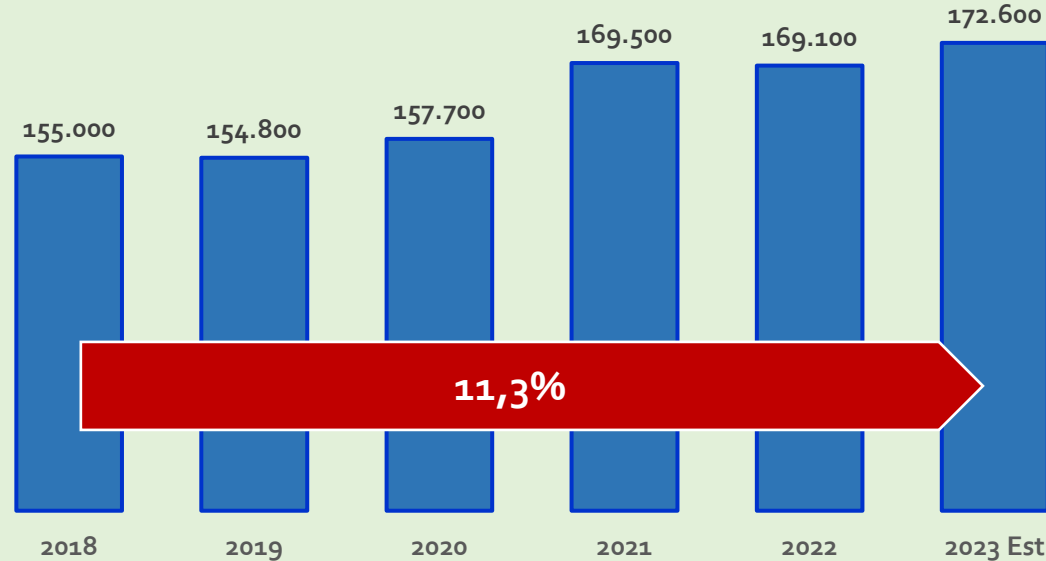
Proporcion de vino exportado en el consumo global



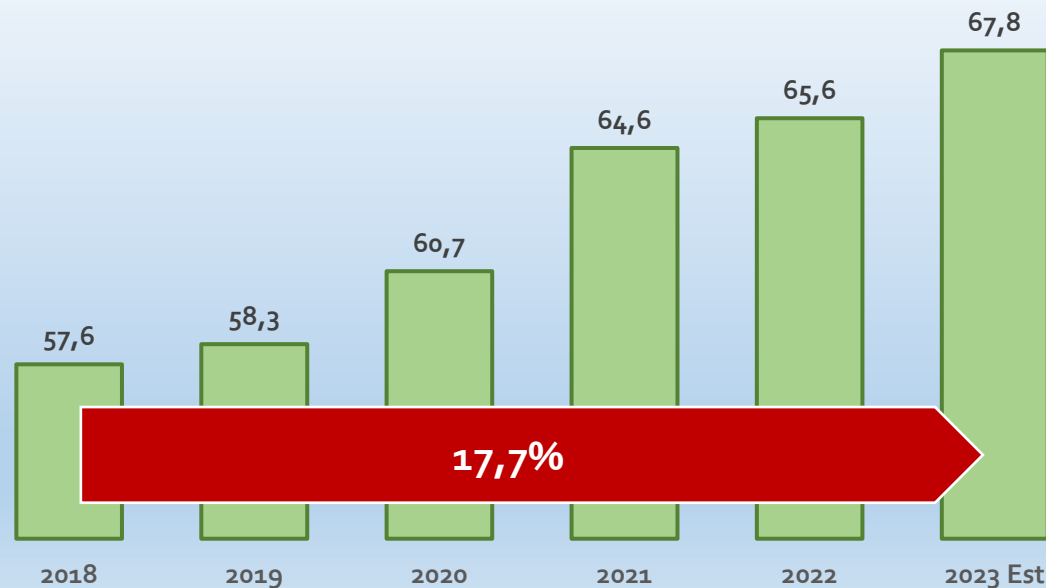
- En los últimos treinta años el consumo mundial de vino está relativamente estable con períodos de recuperación y auge relacionados a las condiciones generales de la economía de cada país.
- Entre 1990 y 2007 creció casi un 11% gracias a la expansión de Reino Unido, Estados Unidos y en especial China.
- Luego de la crisis de 2008 comenzó un largo proceso de declinación que lo regresó al promedio de la década anterior.
- La declinación más importante puede verse desde 2007 hasta ahora influido por la economía mundial combinado con cambio de hábitos de nuevas generaciones y estilos de vida que parecen hasta el momento relativamente estructurales.
- Sin embargo, valen algunas aclaraciones como son una migración del sector (demanda y oferta) hacia menos volumen y mayor precio lo que ha obligado a un cambio de estrategias en casi todas las empresas del mundo.
- Esta tendencia de franjas más altas de precios ha venido asociada a dietas más saludables y una mayor conciencia ambiental lo cual está exigiendo innovaciones a las bodegas y esfuerzos de inversión para poder certificar un menor daño ambiental.
- Si esto es así, es difícil esperar una reversión de la tendencia.
- Por otra parte, hace ya casi tres décadas el mercado mundial de vinos abandonó la generación de excedentes lo que ha permitido sostener elevados los precios a nivel de consumidor y eficientizar la elaboración. En el último año una combinación de menor consumo y mayor producción ha provocado un cambio de esta tendencia, aunque no parece ser de largo plazo.
- La capacidad mundial de penetración de los vinos importados se ha estancado desde hace una década lo cual ha creado una fuerte rivalidad competitiva que obliga a las empresas a estrategias más agresivas en competencia con vinos locales.
- Estas tendencias están empujando a las empresas de todo el mundo a esfuerzos importantes de inversión para poder mantenerse competitivas en los mercados porque los estilos de vinos exigidos por las nuevas generaciones requieren cambios en los activos empresariales con una reestructuración importante de activos fijos cuya adecuación es lenta y por otra parte, además de esta flexibilidad, requieren de innovación casi permanente pues el ciclo de vida de las marcas y estilos se ha acortado notablemente.
- Las premisas hacia delante parecen ser flexibilidad e innovación en una industria de características culturales más bien inflexibles y conservadoras.

La alta rivalidad competitiva desplaza la oferta hacia segmentos de ingresos más elevados y se premiumiza el consumo mundial lo que ha convertido a éste en el principal “driver” estratégico de casi todas las bodegas competitivas

Ingresos generados por la industria del vino
Millones de dólares



Ingreso medio generado por caja (U\$/caja)



Premiumización del mercado global

- En los años 2018 a 2020 los ingresos generados por el sector a nivel global se estancaron, en gran medida por la fuerte caída del negocio “on trade” debido a la pandemia de Covid, pero en 2021 se recuperaron fuertemente para volver a caer suavemente en 2022 consecuencia de la inflación mundial.
- En estos cinco años el ingreso creció un 11,3% aunque en valor nominal. Si se descuenta la inflación el crecimiento fue negativo.
- Sin embargo, puede observarse que este crecimiento se debe en gran medida al aumento del precio promedio que pasó de 57,6 a 67,8 U\$/caja.
- Los ingresos generados por la industria crecieron un 11,3% como una composición de una caída del consumo del 5,3% y un aumento del precio promedio del 17,7%.
- Esto muestra cómo el mercado mundial marcha hacia un espacio de menos volumen y mayor precio.
- Ese espacio es sin duda más competitivo y está íntimamente relacionado a Activos Intangibles, en especial la imagen de los vinos.

Según las consultoras más reputadas el sector muestra tendencias clave que deben ser especialmente tenidas en cuenta por exportadores de vino argentino a la hora de diseñar sus futuras estrategias

Tendencias Actuales

1. **La demanda global de vino continúa estancada.** Si bien el consumo de vino ha experimentado un crecimiento constante en las últimas décadas, la tendencia parece estar estabilizándose o incluso disminuyendo en algunos mercados maduros. Esto presenta un desafío para los exportadores, quienes deben encontrar nuevas formas de impulsar la demanda y diferenciarse de la competencia o poner en marcha estrategias más agresivas para desplazar competidores.
2. **Crecimiento de los mercados emergentes.** Se observa un aumento del consumo de vino en países como China, India y Brasil, lo que presenta oportunidades significativas para los exportadores que pueden adaptarse a los gustos y preferencias de estos nuevos mercados.
3. **Popularidad de los vinos tintos.** Los vinos tintos siguen siendo la categoría de vino más popular a nivel mundial, pero los vinos rosados y espumantes están ganando terreno, especialmente entre los consumidores más jóvenes.
4. **Mayor interés por la sostenibilidad.** Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus elecciones de compra, lo que impulsa la demanda de vinos producidos de manera sostenible.
5. **Crecimiento del comercio electrónico.** Las ventas de vino on line están aumentando rápidamente, lo que ofrece a los exportadores nuevos canales para llegar a los consumidores y expandir su alcance global.

Pronósticos para 2024 y más allá

Se espera que el mercado mundial del vino continúe creciendo a un ritmo moderado en los próximos años, impulsado principalmente por los mercados emergentes. Sin embargo, la competencia se intensificará, por lo que los exportadores deberán enfocarse en:

- **Diferenciación.** Ofrecer vinos únicos e innovadores que se destaquen de la competencia.
- **Sostenibilidad.** Implementar prácticas agrícolas y de producción sostenibles para satisfacer las demandas de los consumidores.
- **Marketing digital.** Aprovechar las plataformas de comercio electrónico y las redes sociales para llegar a los consumidores globales.
- **Adaptación a los gustos locales.** Ajustar las ofertas de vino y las estrategias de marketing para satisfacer las preferencias de los mercados específicos.
- **Fortalecimiento de las marcas.** Desarrollar marcas sólidas que resuenen con los consumidores y generen lealtad.

Recomendaciones para exportadores argentinos

- **Enfocarse en vinos de alta calidad.** Producir vinos que reflejen el terroir único de Argentina y que cumplan con los altos estándares internacionales.
- **Diversificar la oferta.** Ofrecer una variedad de vinos, incluyendo tintos, rosados, blancos, espumantes y dulces, para atender a diferentes gustos y preferencias.
- **Invertir en marketing.** Desarrollar estrategias de marketing efectivas que promocionen las marcas y vinos argentinos en los mercados objetivo.
- **Formar alianzas estratégicas.** Colaborar con importadores, distribuidores y minoristas en los mercados objetivo para facilitar la entrada al mercado y el acceso a los consumidores.

El mercado mundial del vino presenta tanto desafíos como oportunidades para los exportadores argentinos. Al comprender las tendencias actuales y emergentes, adaptar las estrategias a las demandas del mercado y enfocarse en la calidad, la sostenibilidad y la innovación, los exportadores argentinos pueden posicionarse favorablemente para navegar con éxito en este entorno dinámico y competitivo, y así, tomar decisiones informadas que impulsen el crecimiento y la rentabilidad de sus negocios. Sin embargo, esto tiene el desafío de la escasez de fondos para inversión y la necesidad de una profesionalización de las empresas.

Principales tendencias mundiales del mercado de vino resumidas de las fuentes de información y análisis más confiables

PRINCIPALES TENDENCIAS DE LA DEMANDA DE VINO

1. **Crecimiento del consumo en mercados emergentes.** Se observa un aumento del consumo de vino en países como China, India, Brasil y México, impulsado por el crecimiento de la clase media y el mayor interés por productos gourmet.
2. **Popularidad de vinos con menor graduación alcohólica.** Los consumidores buscan vinos con menor contenido de alcohol, percibiéndolos como más saludables y frescos. Esto impulsa la demanda de vinos rosados, espumantes y tintos ligeros.
3. **Mayor demanda de vinos sostenibles.** Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de la producción de vino, por lo que buscan vinos elaborados con prácticas sostenibles, orgánicas o biodinámicas.
4. **Interés por vinos con historia y autenticidad.** Los consumidores valoran la historia, el origen y la tipicidad de los vinos, buscando experiencias únicas y auténticas. Esto impulsa la demanda de vinos con denominaciones de origen y variedades autóctonas.
5. **Crecimiento del comercio electrónico de vino.** Las compras online de vino están en auge, ofreciendo comodidad y acceso a una amplia variedad de productos a los consumidores. Las bodegas y exportadores deben adaptarse a este canal de venta.
6. **Búsqueda de experiencias enoturísticas.** Los consumidores quieren vivir experiencias más allá del consumo de vino, buscando visitas a bodegas, degustaciones y actividades en torno a la cultura del vino.
7. **Popularidad de los vinos rosados.** Los vinos rosados han ganado popularidad en los últimos años, especialmente entre los consumidores más jóvenes, por su frescura, versatilidad y maridaje con diversos platos.
8. **Mayor consumo de vinos espumantes.** Los vinos espumantes, como el champagne y el cava, están ganando terreno en el mercado global, asociados a celebraciones y momentos especiales.
9. **Creciente interés por vinos naranja.** Los vinos naranja, elaborados con uvas blancas maceradas con pieles, están atrayendo la atención de consumidores que buscan vinos únicos y experimentales.
10. **Demanda de vinos con bajo contenido de azúcar.** Los consumidores buscan vinos con menos azúcar, impulsados por preocupaciones por la salud y preferencias por sabores más secos.

1. **Impacto del cambio climático.** El cambio climático presenta desafíos para la industria vitivinícola, como sequías, inundaciones, plagas y enfermedades, afectando la producción y calidad del vino. Las bodegas adoptan prácticas sostenibles, desarrollan variedades resistentes y diversifican las fuentes de agua para adaptarse.
2. **Aumento de la demanda de vinos sostenibles.** Los consumidores buscan vinos elaborados con prácticas sostenibles, orgánicas o biodinámicas, impulsando la producción de este tipo de vinos por parte de las bodegas.
3. **Crecimiento de la producción de vino en nuevos países.** Nuevos países están emergiendo como productores de vino, como China, India siguiendo la tendencia de Estados Unidos y Nueva Zelanda, aumentando la oferta global y diversificando el panorama vitivinícola.
4. **Innovación en productos y procesos.** Las bodegas innovan en sus productos, desarrollando nuevos estilos de vino, utilizando técnicas de producción novedosas y experimentando con variedades poco conocidas.
5. **Mayor uso de tecnología en la viticultura y enología.** La tecnología se aplica cada vez más en la producción de vino, desde el manejo del viñedo hasta la elaboración del vino, buscando mayor eficiencia, precisión y calidad.
6. **Concentración en el segmento de vinos premium.** Se observa una tendencia hacia la concentración en la producción de vinos premium, buscando capturar mayor valor en el mercado global.
7. **Fortalecimiento de las marcas y estrategias de marketing.** Las bodegas invierten en el desarrollo de marcas fuertes y estrategias de marketing efectivas para diferenciar sus vinos y llegar a los consumidores objetivo.
8. **Crecimiento del comercio electrónico de vino.** El comercio electrónico se convierte en un canal importante para la venta de vino, ofreciendo nuevas oportunidades para bodegas y exportadores de llegar a consumidores globales.
9. **Mayor importancia de la logística y la cadena de suministro.** La eficiencia de la logística y la cadena de suministro es crucial para garantizar la calidad y competitividad del vino en el mercado global.
10. **Adaptación a las regulaciones y acuerdos comerciales.** Las bodegas buscan conocer y adaptarse a las regulaciones y acuerdos comerciales que afectan el comercio.

PRINCIPALES TENDENCIAS DE LA OFERTA DE VINO

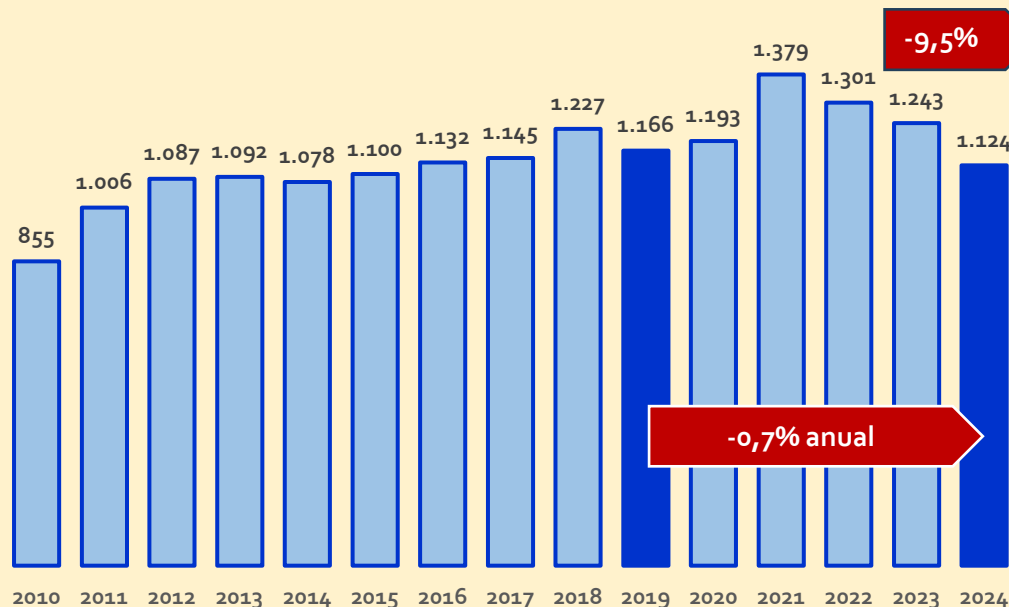
El comercio mundial de vinos está mostrando una fuerte contracción en los principales países

El comercio mundial se ha deteriorado lo cual es motivo de gran preocupación y empuja procesos de reestructuración de bodegas exportadoras de todo el mundo

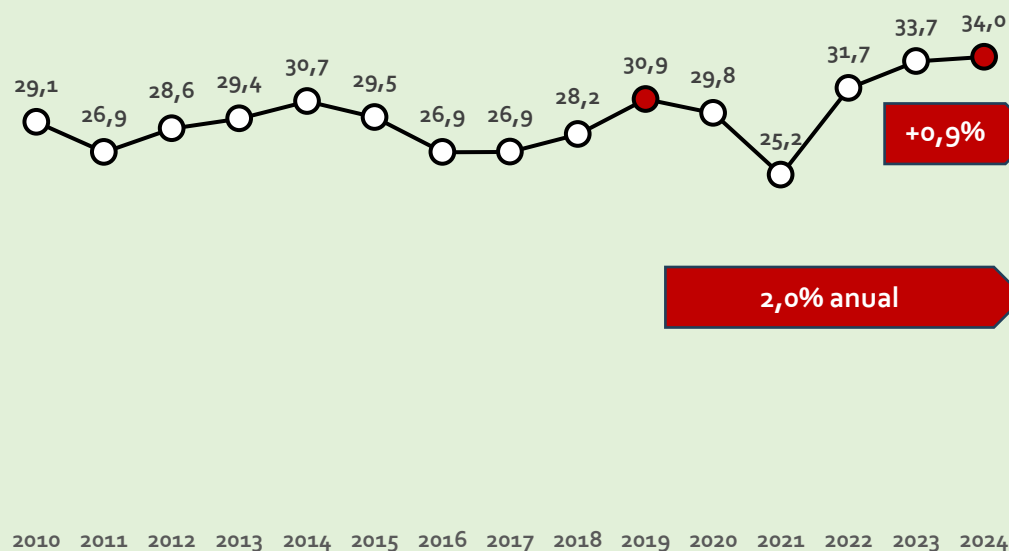


El mercado mundial de vinos tuvo una retracción importante en los últimos meses cerrados en marzo

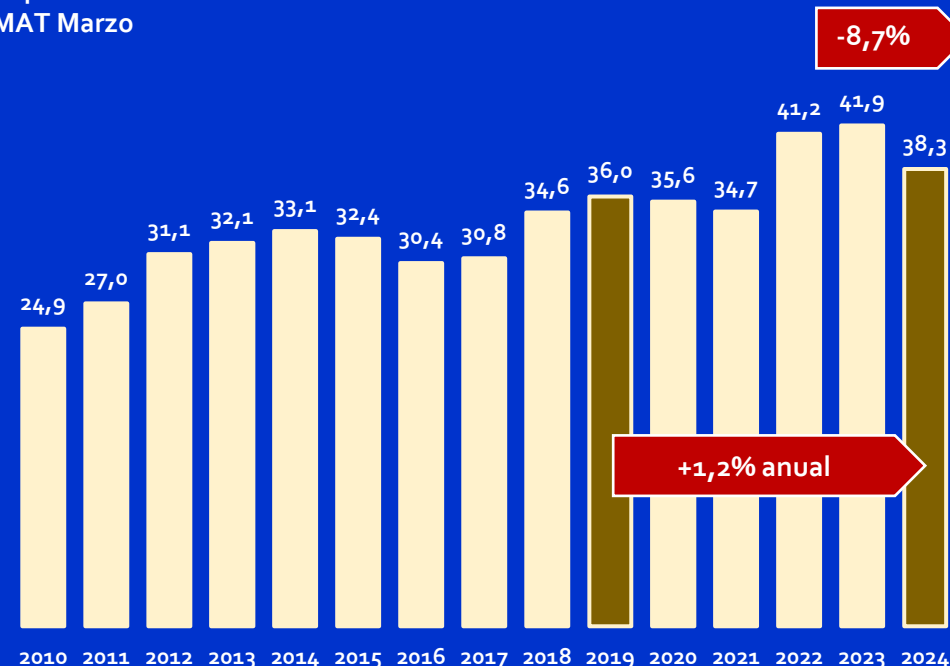
Importación mundial total de vino - MM Cajas – MAT Marzo



Precio promedio importación total mundial de vino
U\$/Caja - MAT Marzo



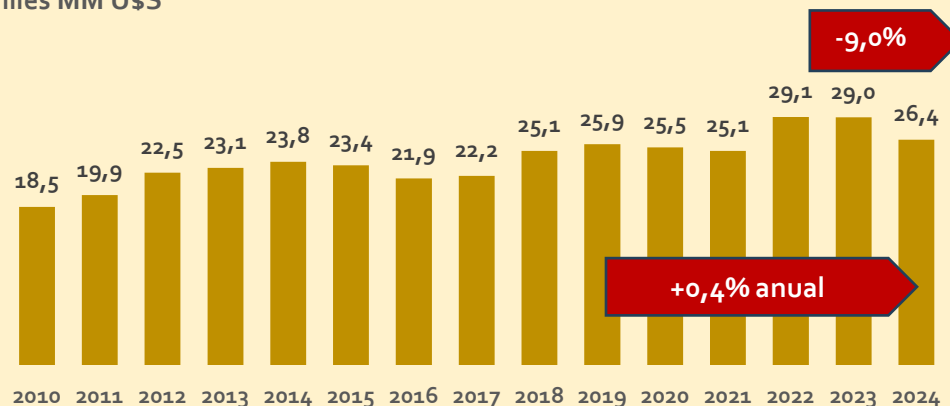
Importación mundial total mundial de vino – miles MM U\$S
MAT Marzo



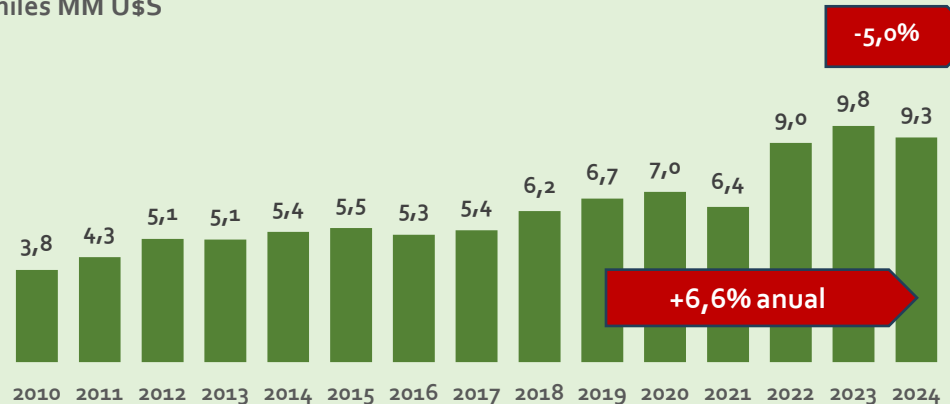
- El comercio mundial total de vino está teniendo en el último año la caída más pronunciada de los últimos quince años, luego de la recuperación de la caída de 2008.
- Este año, las características son algo distintas pues se da en un contexto de aumento de precios promedio lo que revela una retracción considerable de la oferta total cuyo origen hay que buscarlo en magras cosechas en el mundo con aumento de precios de materia prima a lo que se sumó un incremento de costos derivados en gran medida de la energía y la logística cuyo origen es la guerra de Ucrania.
- Este proceso coyuntural que sigue la tendencia de años anteriores luego de la recuperación pos Covid no alcanzó a frenar algunos fenómenos estructurales como es la premiumización de la importación de vinos cuya tendencia sólo ha sido interrumpida en forma aguda por los fenómenos derivados de la pandemia de 2020 y 2021.
- Así, el valor total de las importaciones tuvo una caída superior al 9% en valor pero se ubicó todavía en valores más elevados que los históricos, salvando por supuesto los dos años anteriores.
- Por lo tanto, el año ajustado para los exportadores en el corto plazo no implican una proyección desalentadora para los próximos años en tanto se remuevan causas externas como el incremento del costo de la energía y la inflación mundial.

Aunque las tendencias estructurales parecen sostenerse el impacto negativo del último año no es igual para los distintos tipos de vino

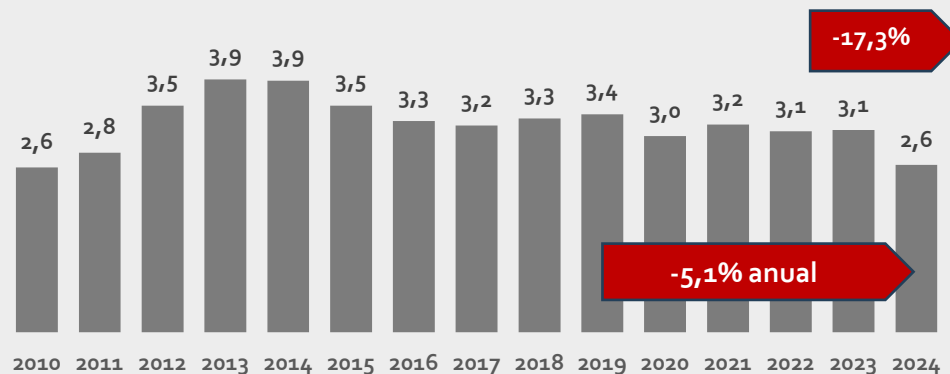
Importación mundial de vino fraccionado tranquilo
miles MM U\$S



Importación mundial de vino espumante
miles MM U\$S



Importación mundial de vino granel
miles MM U\$S



1. Factores climáticos

- **Condiciones climáticas extremas.** Las cosechas de uva se han visto afectadas negativamente por sequías, inundaciones, heladas y otras condiciones climáticas extremas en importantes regiones productoras como Francia, Italia, España, Sudáfrica y Argentina. Esto ha llevado a una reducción de la producción y un aumento de los precios, impactando negativamente en el comercio internacional.
- **Enfermedades de la vid.** La proliferación de enfermedades fúngicas como el mildiu y el black rot ha dañado los viñedos en varias regiones, lo que ha reducido aún más la producción y la calidad de las uvas.

2. Factores económicos

- **Inflación.** El aumento generalizado de los precios en todo el mundo ha impactado el poder adquisitivo de los consumidores, reduciendo la demanda de vino.
- **Aumento de los costos de producción.** Los productores de vino se enfrentan a un aumento en los costos de insumos como la energía, el transporte y el embalaje, lo que reduce sus márgenes de ganancia y afecta su capacidad para competir en el mercado internacional.
- **Incertidumbre económica.** La guerra en Ucrania, las tensiones geopolíticas y la desaceleración económica global han generado incertidumbre entre los consumidores y las empresas, lo que ha llevado a una disminución de la inversión y el consumo de bienes no esenciales como el vino.

3. Factores regulatorios

- **Cambios en las políticas de salud pública.** Algunos países han implementado medidas para reducir el consumo de alcohol, como impuestos más altos o restricciones en la publicidad, lo que ha impactado negativamente la demanda de vino.

4. Tendencias del consumidor

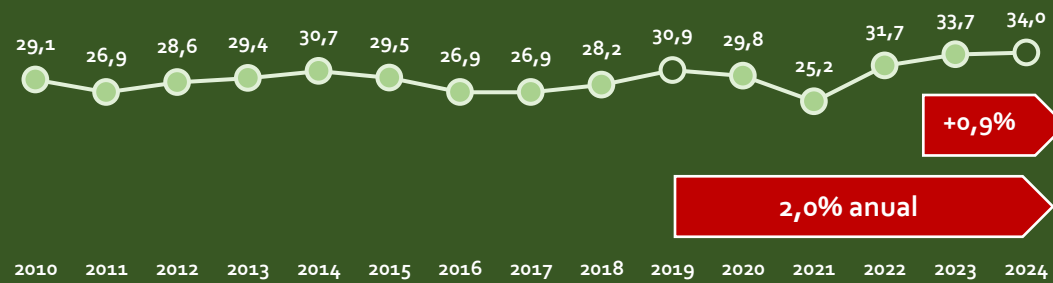
- **Cambios en los hábitos de consumo.** Los consumidores muestran un mayor interés por bebidas alternativas al vino, como cervezas artesanales, cócteles y bebidas espirituosas, lo que representa una competencia adicional para la industria vinícola.
- **Mayor conciencia sobre la salud.** Algunos consumidores optan por reducir o eliminar el consumo de alcohol por motivos de salud y esto afecta la demanda de vino.
- **Preocupaciones por la sostenibilidad.** Los bebedores de vino son cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de la producción, lo que puede llevarlos a elegir vinos de productores que adopten prácticas sostenibles.

Es importante destacar que la caída del comercio mundial de vinos no afecta a todas las regiones y segmentos del mercado de manera uniforme. Algunos países y empresas han logrado sortear mejor las dificultades gracias a su diversificación de mercados, la innovación en sus productos y estrategias de marketing, y la adopción de prácticas sostenibles.

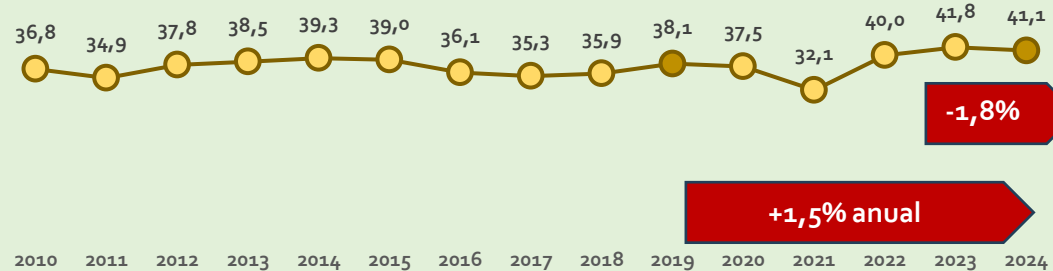
Además de las razones mencionadas anteriormente, cabe destacar que algunos expertos también han señalado

- La saturación del mercado en algunos países
- El auge del comercio electrónico
- La disminución o falta de promoción

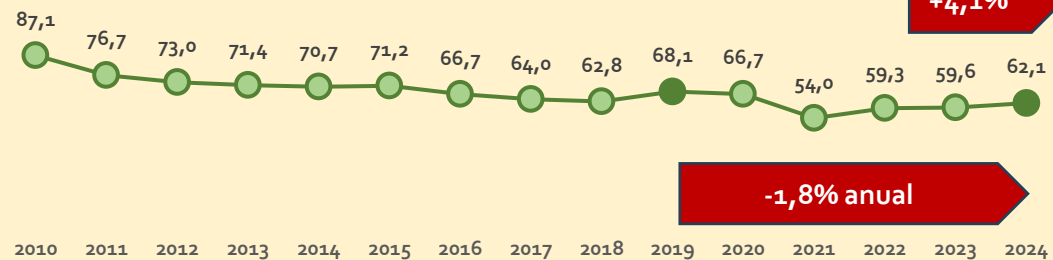
Precio promedio importación mundial de vino - U\$/Caja



Precio promedio importación mundial de vino fraccionado tranquilo - U\$/Caja



Precio promedio importación mundial de vino espumante U\$/Caja



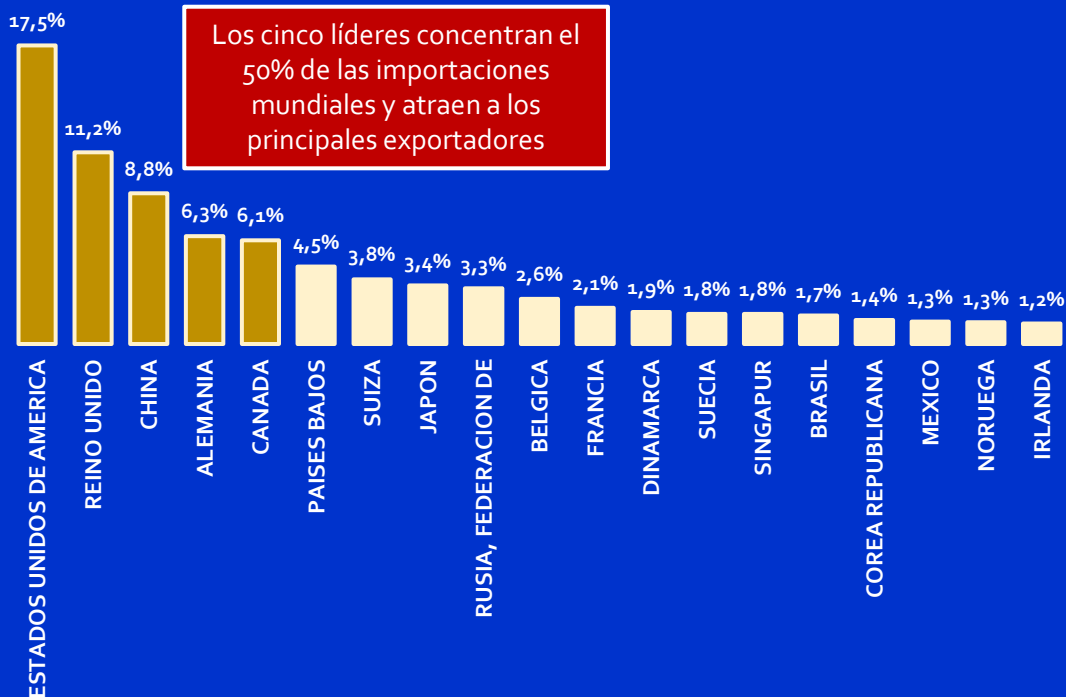
Precio promedio importación mundial de vino granel U\$/Caja



- Uno de los fenómenos más trascendentes de las últimas dos décadas, en especial la más cercana, es la premiumización del comercio exterior de vinos que tiene distintas causas que lo explican.
- Por el lado de la demanda de vinos
 - En la actualidad se consume menos vino de mayor calidad y precio pues los consumidores han disminuido el hábito de beber vino con frecuencia diaria sustituyéndolo por otras bebidas, muchas de ellas sin alcohol y destinan igual o algo menos de gasto a menos volumen.
 - La preferencia por vinos más caros se ha desplazado hacia consumidores de mayor poder adquisitivo que buscan novedades y en los principales mercados mundiales buscan vinos importados.
 - El vino está migrando hacia categorías de consumo más selectivo y se abandona poco a poco la masificación y las bebidas sin marca.
 - Este fenómeno se da en especial en los vinos tranquilos mientras que en los espumantes en las últimas décadas se ha dado un proceso de mayor consumo influido por los jóvenes que prefieren vinos espumantes más jóvenes y simples lo que dio lugar a una sustitución de espumantes franceses por italianos y en menor medida españoles.
- Por el lado de la oferta
 - Los elevados costos de transporte han empujado a muchas bodegas exportadoras a migrar sus portfolios a vinos de mayor margen discontinuando líneas de más bajo precio lo que aumentó el precio promedio.
 - A su vez, en los vinos tranquilos creció suavemente como sustitución la venta en envases más grandes (Bag in Box) aunque este cambio fue suave. Así mientras el promedio actual disminuyó este año, el anterior alcanzó su nivel máximo en décadas.
 - Las magras cosechas, derivadas posiblemente por el cambio climático ha disminuido considerablemente la cantidad de uva disponible e incrementó su precio, el cual ha sido trasladado al precio del producto.
 - Una parte importante también ha sido en las últimas dos temporadas el incremento de precios siguiendo la inflación.
 - Por último, ha crecido el comercio de vinos a granel pues hay preferencia de las grandes compañías de disminuir costos de fletes y fraccionar en destino creciendo así la exportación de vino embotellado de países no productores como Reino Unido, Países Bajos y Bélgica.
- En resumen, el mundo hoy consume menos vino de mayor precio y todo indica que esta tendencia, aunque con más suavidad, se mantendrá, inclusive en los vinos espumantes donde también ha comenzado ese fenómeno ya desde hace un par de años.

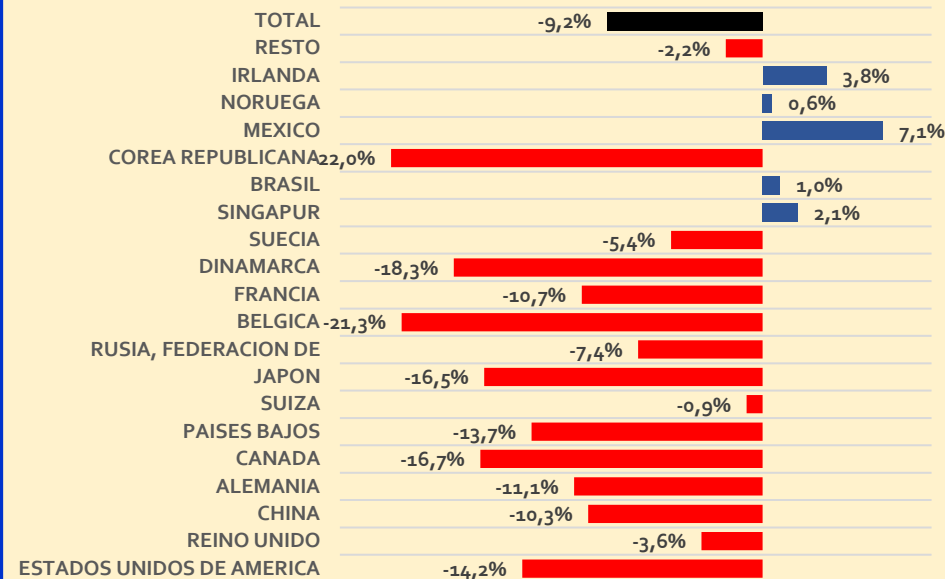
La
premiumización
no se detiene
aunque disminuye
su ritmo

Participación en las importaciones mundiales en valor primeros 20
importadores mundiales de vino fraccionado tranquilo
MAT Febrero 2024

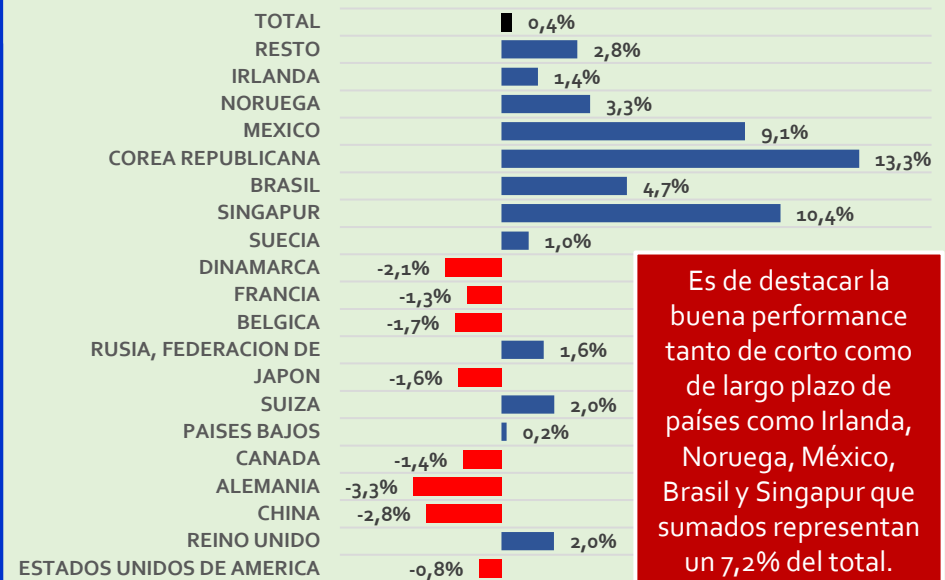


- En los últimos doce meses cerrados en febrero de este año Estados Unidos continuó liderando las importaciones mundiales de vino fraccionado (envases < 2 litros), seguido de Reino Unido y China.
- Sin embargo, su performance en el último año ha sido muy negativa superando la caída mundial, sólo superada por Canadá, Japón, Dinamarca y Corea del Sur.
- Este país ya venía cayendo en los últimos años, al igual que varios de los líderes salvo el caso de Reino Unido que había tenido un comportamiento expansivo.
- Es claro, al ver ambos gráficos (último año y últimos cinco años) cómo ha sido el cambio de performance y esto anticipa que de cambiar las condiciones económicas mundiales se puede esperar una recuperación de la importación.
- En especial en aquellos países que son claves en el comercio exterior de vinos argentinos.

Variación último año en facturación principales países importadores
de vino fraccionado tranquilo envases pequeños



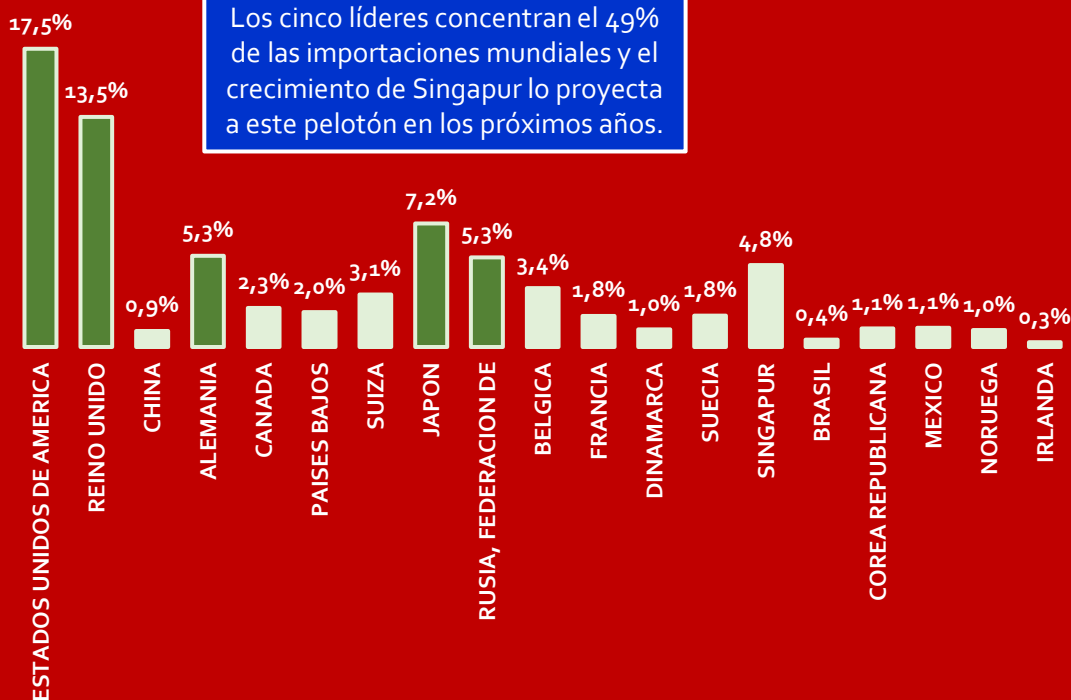
Variación anual últimos 5 años en facturación principales países
importadores de vino fraccionado tranquilo envases pequeños



Es de destacar la buena performance tanto de corto como de largo plazo de países como Irlanda, Noruega, México, Brasil y Singapur que sumados representan un 7,2% del total.

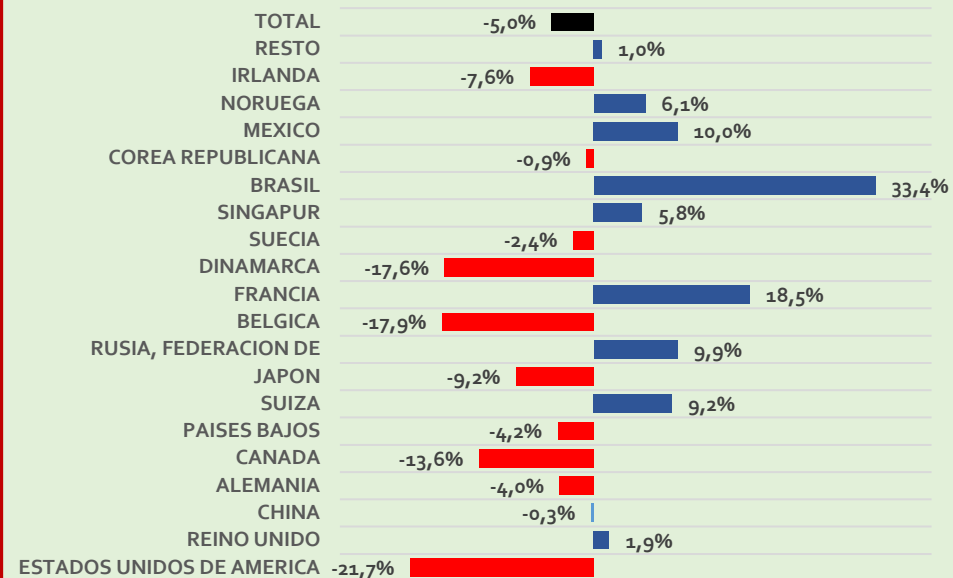
La mala performance de la economía mundial el último año, en especial en materia inflacionaria, afectó una tendencia sólida de expansión de importaciones de vinos espumantes

Participación en las importaciones mundiales en valor primeros 20 importadores mundiales de vino espumante
MAT Febrero 2024

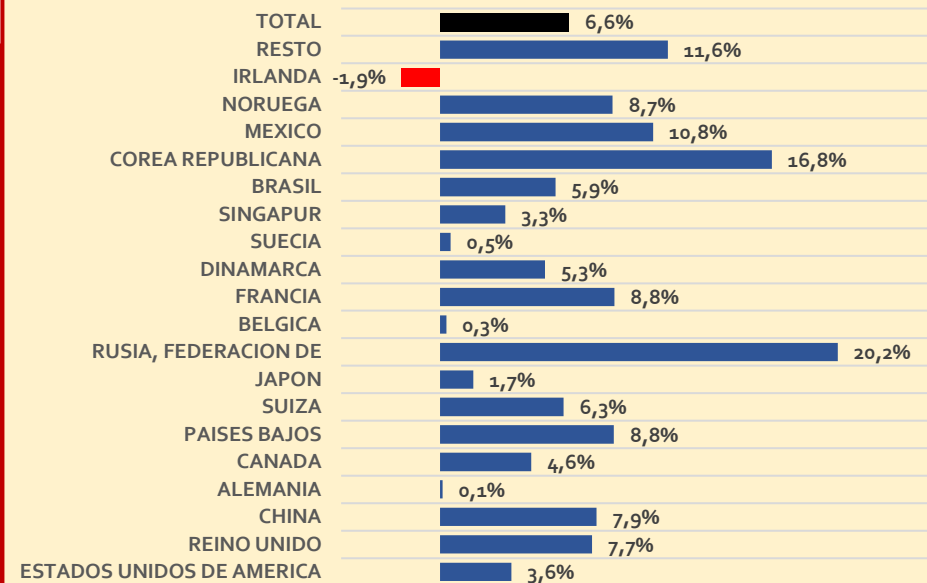


- En cuanto a participación en las importaciones de vinos espumantes el ranking cambia levemente aunque Estados Unidos y Reino Unido lideran en ambos casos.
- En lo que ha sido un cambio muy importante es en la fuerte caída de las importaciones del último año en comparación con la tendencia histórica.
- Se puede observar que la expansión de los últimos años fue generalizada en los primeros veinte países considerados salvo el caso de Irlanda, que parece concentrar su expansión en vinos tranquilos.
- Con mayor contundencia se puede entonces afirmar que ha sido la pobre performance económica mundial y en especial la inflación la que ha determinado la caída del último año y que de revertirse seguirá la expansión de este tipo de vino especialmente asociado a nuevos hábitos de consumo en países modernos en el consumo.

Variación último año en facturación principales países importadores de vino espumante – MAT Febrero 2024

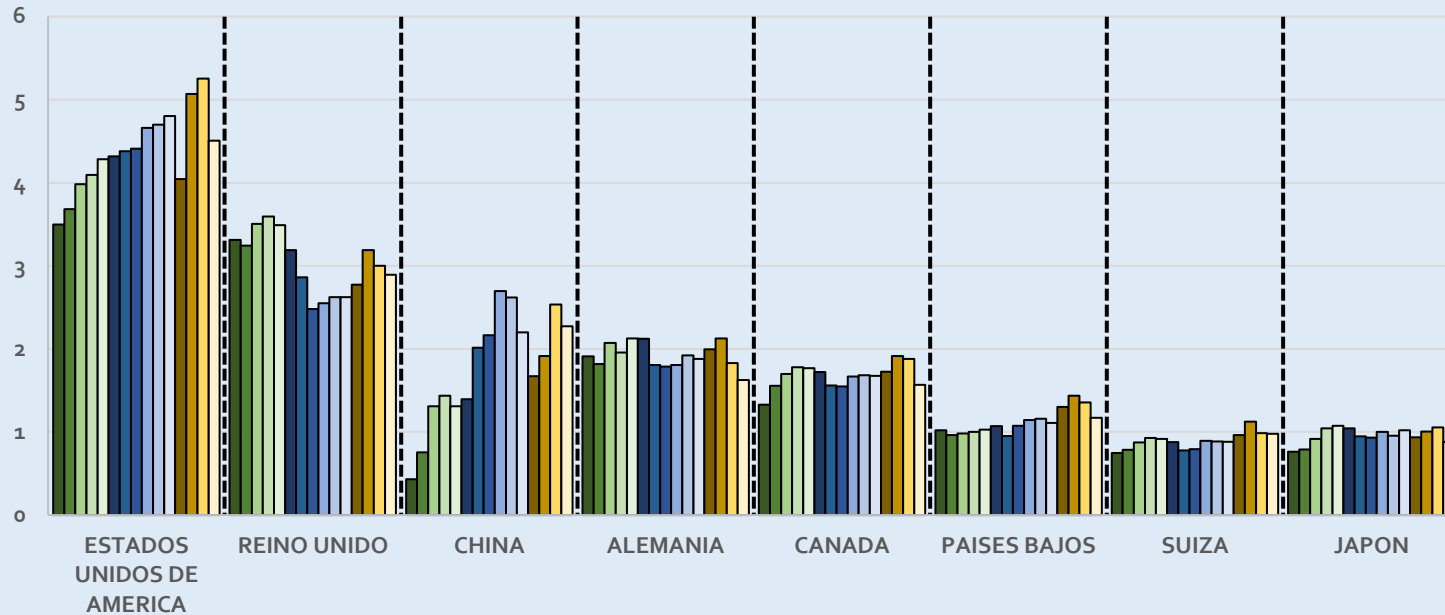


Variación anual últimos 5 años en facturación principales países importadores de vino espumante – MAT Febrero 2024

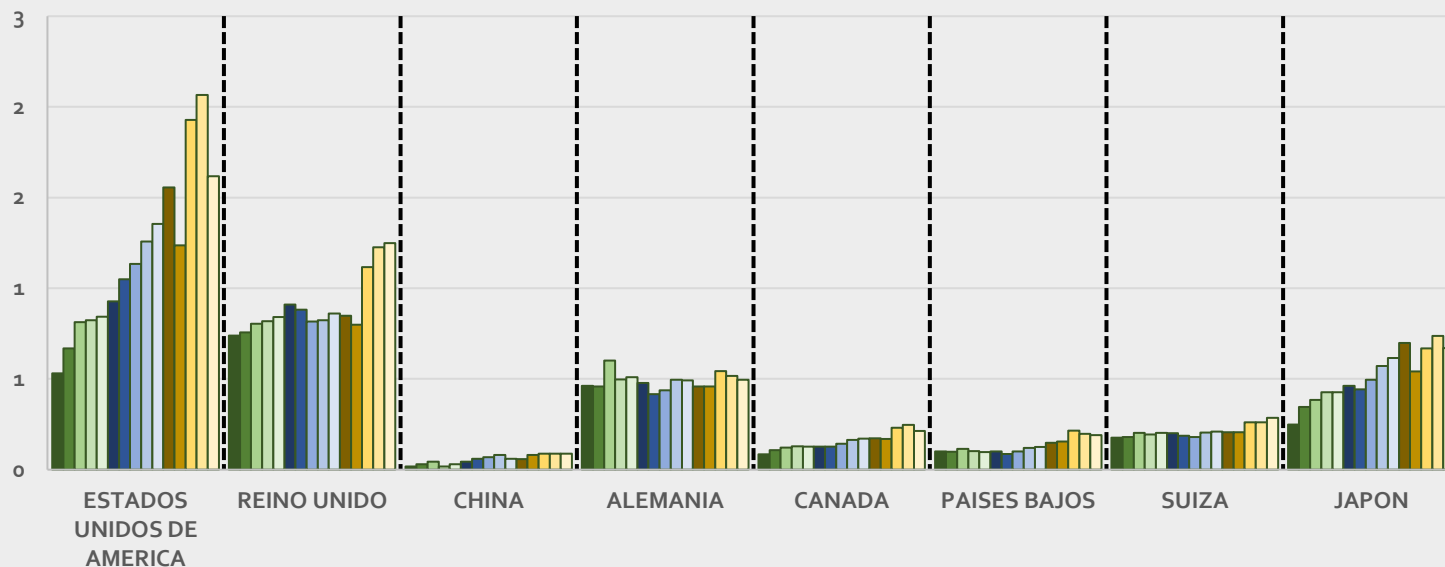


La fuerte disminución de las importaciones de vinos fraccionados se dan por las desfavorables condiciones económicas pero también se advierte una reacomodamiento de inventarios de los importadores

Importaciones de vino fraccionado tranquilo principales países
miles MM U\$S entre 2010 y 2024 – MAT Febrero



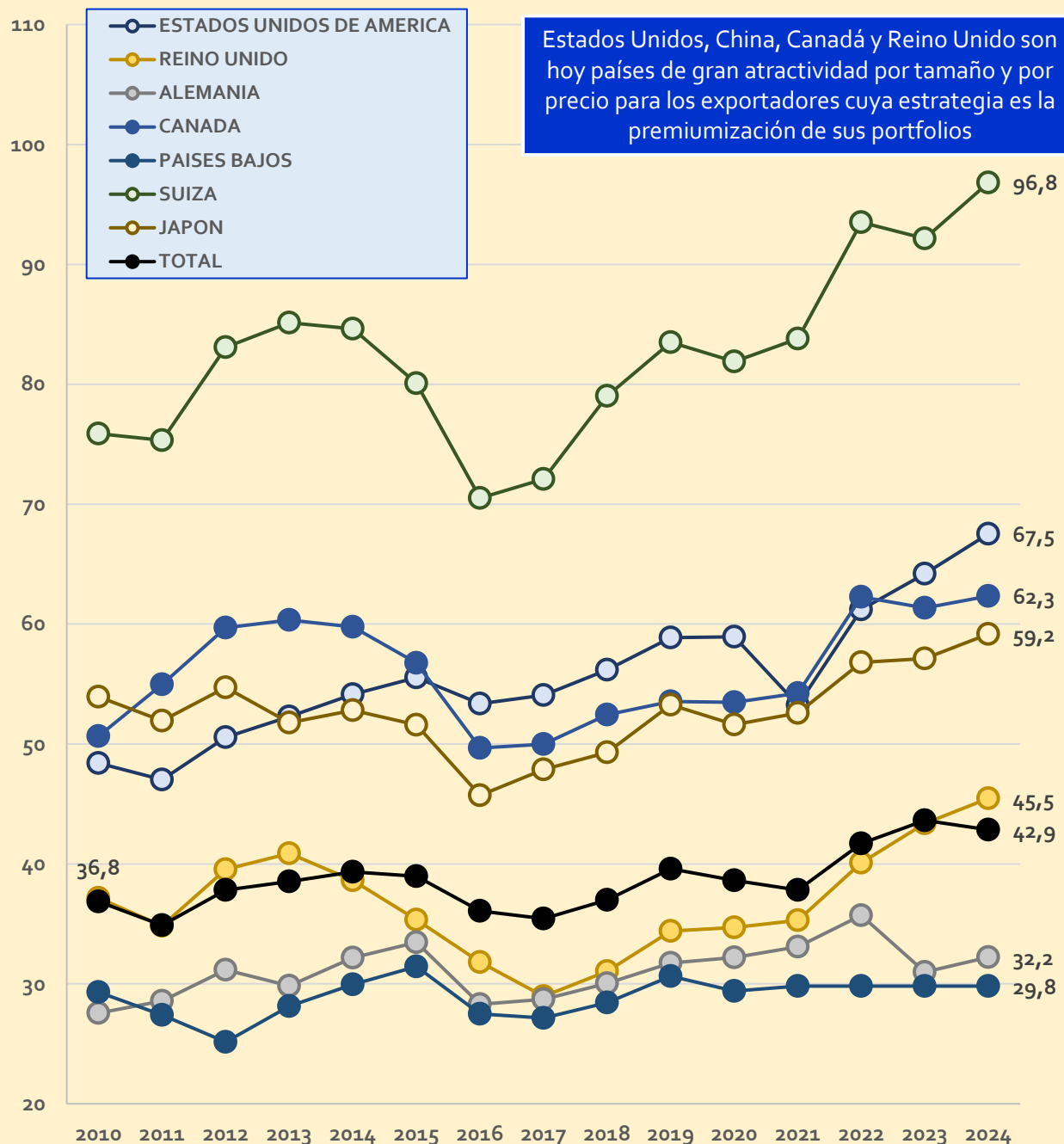
Importaciones de vino espumante principales países
miles MM U\$S entre 2010 y 2024



- En casi todos los países líderes la evolución de los últimos 15 años en la importación de vinos fraccionados tranquilos se revirtió en los últimos dos o tres años, luego de la crisis del Covid lo que muestra que son sus consecuencias económicas luego agravadas por las derivaciones de la guerra en Ucrania las causantes del deterioro.
- Sin embargo, la caída es pronunciada en gran parte porque la recuperación después del bloqueo mundial fue muy elevada, en especial para recomponer stocks. Si comparamos con 2020 la situación de 2024 no parece tan dramática.
- Distinto es el caso del vino espumante donde la caída se da en un contexto de varios años de fuerte expansión lo que reafirma que se trata de una tendencia estructural anidada en condiciones especiales de los consumidores en cuanto a hábitos y esto permite ser más optimista en relación al futuro.

El mercado mundial de importaciones de vino ha tenido una premiumización consistente en los últimos quince años lo cual lo convierte en muy atractivo para exportadores de gamas altas de precios

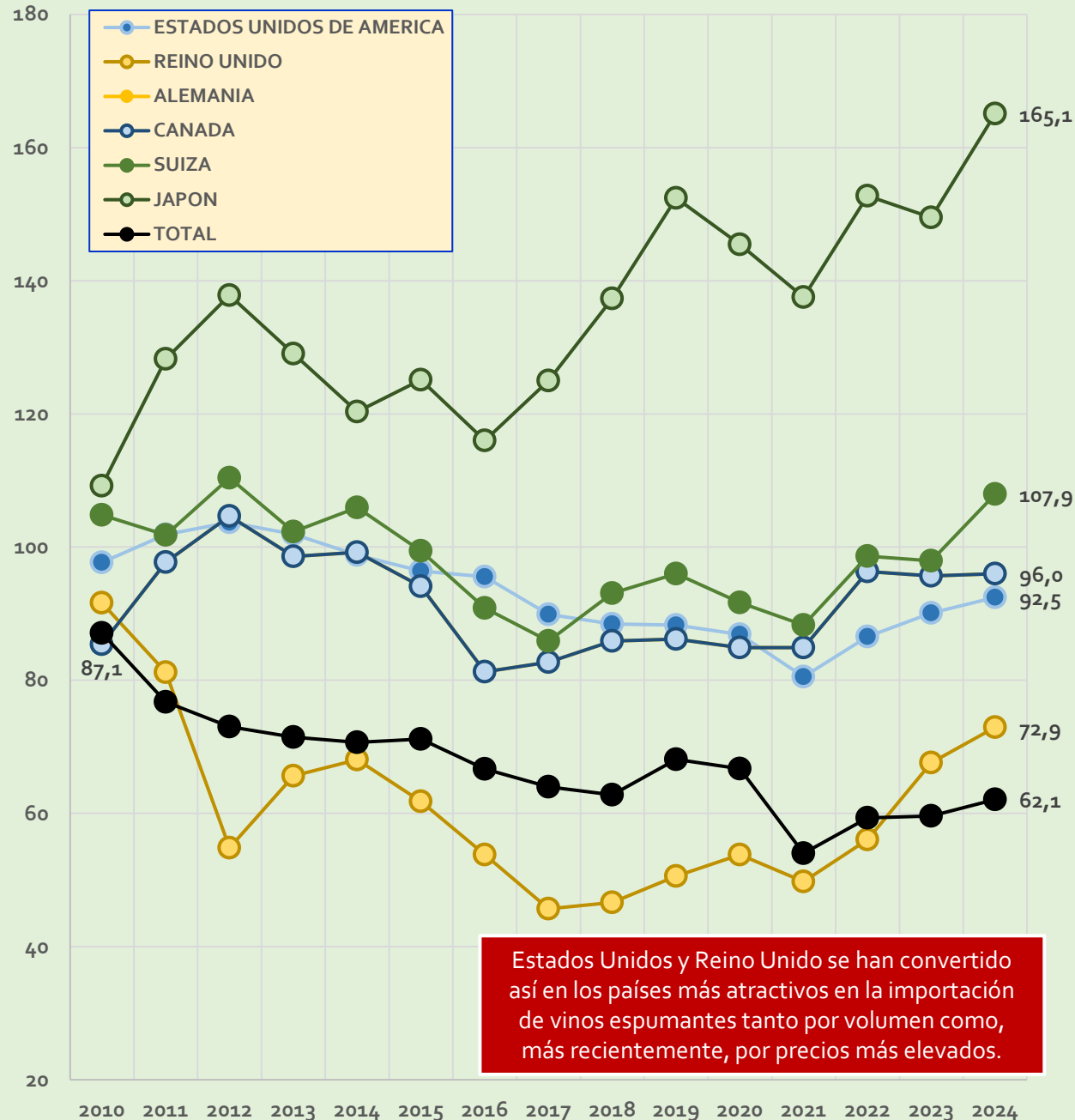
Precio promedio de importación de vinos fraccionados tranquilos
U\$/Caja - MAT Febrero



- Se puede advertir en los últimos quince años que los principales veinte países importadores de vino fraccionado tranquilo han aumentado su precio promedio representando esta característica una gran atracción para los exportadores de todo el mundo.
- Es así que el promedio total ha crecido de los 36,8 dólares por caja en 2010 hasta 42,9 dólares en 2024, un crecimiento acumulado del 17%, siendo este un factor de gran atracción exportadora.
- Los países de mayor tamaño (Estados Unidos y Reino Unido) muestran una clara tendencia aunque de características distintas. Mientras el primero ha sido históricamente un país de precios elevados el segundo se encontraba cinco o seis años atrás en precios de los más bajos, a la par de Países Bajos y Alemania mientras que en la actualidad ya ha superado el promedio total.
- Suiza sigue siendo un país de elevados precios de importación aunque con volúmenes relativamente más reducidos que el resto.

En el caso de los vinos espumantes es algo distinta pues hubo un período de crecimiento de productos de menor precio mientras que en los últimos años esta tendencia comenzó a revertirse

Precio promedio de importación de vinos espumantes
U\$/Caja - MAT Febrero



- Aunque el precio promedio mundial de importación de vinos espumantes haya descendido en los últimos quince años desde 87 a 62 dólares por caja (casi un 29%) desde la pandemia se observa un suave crecimiento en gran medida impulsado por los principales importadores mundiales cuyo precio supera al promedio global.
- Dos fenómenos han confluído a esta tendencia
 1. En el largo plazo el crecimiento en la participación de espumantes de más bajo precio que los franceses, en especial los italianos.
 2. Más recientemente la demanda de consumidores de creciente poder adquisitivo y de hábitos más modernos volcados hacia nuevos tipos de vinos.
- Se trata de un mercado atractivo para muchos exportadores mundiales, en especial los de alta experiencia y renombre en vinos espumantes, ya no solamente por el mayor volumen demandado sino también por la demanda en gamas más altas de precios.

Los principales exportadores de vino fraccionado han tenido un año de fuerte caída

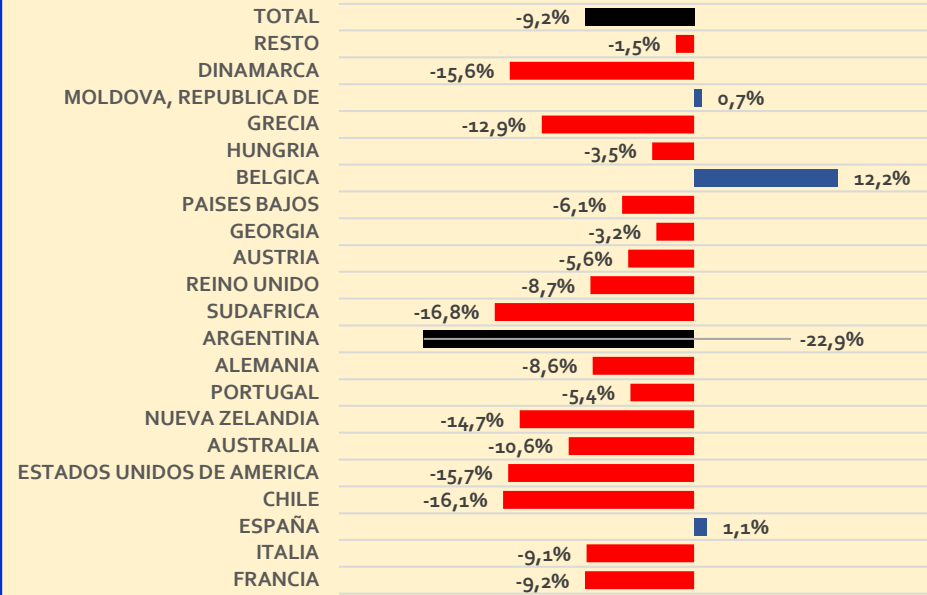
derivados de un contexto adverso

Participación en las exportaciones mundiales en valor primeros 20 exportadores mundiales de vino fraccionado – MAT Febrero 2024

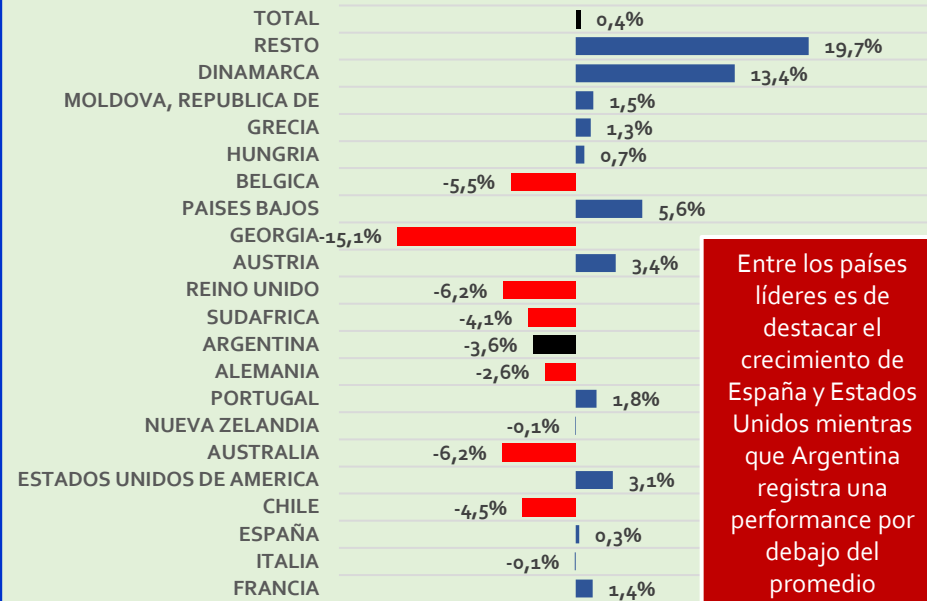


- Luego de un crecimiento suave de Francia, principal exportador mundial de vinos fraccionados tranquilos, el último año registró una caída muy importante, similar al segundo, Italia. Esto estuvo muy relacionado a condiciones de oferta vinculado a escasas cosechas y altos costos de transporte y logística.
- En ese contexto cabe destacar los movimientos que experimentaron países que importan vinos para luego re exportarlos como son los casos de Reino Unido, Bélgica, Países Bajos y Dinamarca. Se advierte una fuerte relocalización de estos exportadores con el caso destacado de Bélgica en el último año.
- Por otra parte, el impacto de la guerra en Ucrania se advierte con claridad en la singular caída de exportaciones de Georgia que junto a Moldova que son los principales abastecedores del mercado ruso.
- Argentina, a su vez, muestra de las peores performance lo que da cuenta que tuvo impactos del mercado mundial pero además una pérdida de competitividad originada en causas locales.

Variación último año en facturación exportacion de vinos fraccionados tranquilos - MAT Febrero 2024



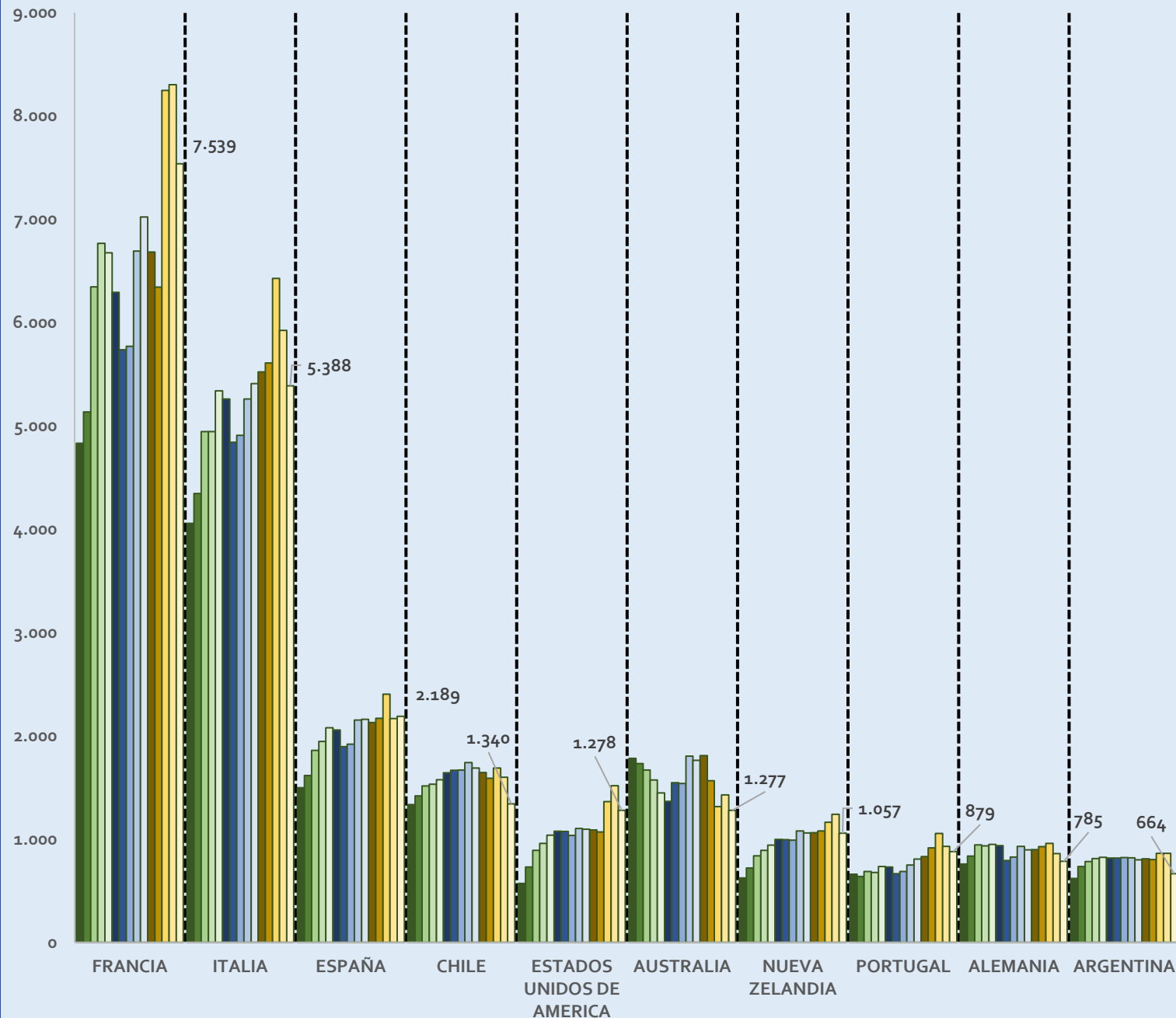
Variación anual últimos 5 años en facturación exportacion de vinos fraccionados tranquilos - MAT Febrero 2024



Entre los países líderes es de destacar el crecimiento de España y Estados Unidos mientras que Argentina registra una performance por debajo del promedio

La performance de largo plazo de los principales exportadores mundiales muestra en la última década el avance de los países europeos y el retroceso de los del Nuevo Mundo, con algunas excepciones

Evolución exportaciones vino tranquilo fraccionado por principales exportadores - Millones de U\$S
MAT Febrero



- Más allá de la caída experimentada el último año por casi todos los principales exportadores de vino tranquilo fraccionado se pueden advertir cambios significativos en la performance de cada uno.
- Francia, el principal exportador, no sólo sigue liderando el mercado mundial sino que ha tenido un crecimiento de su share muy considerable, en especial luego de la pandemia.
- Algo similar ha sucedido con Italia y en menor medida con España. Es decir, que los principales países europeos han hecho valer su condición de líderes y con un fuerte marketing han logrado penetrar el espacio perdido a expensas de los países del Nuevo Mundo.
- Salvo los casos de Estados Unidos y Nueva Zelanda, el resto de países del Nuevo Mundo han tenido performance modestas, como Chile y Australia.
- Argentina ha tenido una performance que podría denominarse “promedio” de este conjunto de países pero está lejos de mostrar la dinámica de hace algo más de una década y menos aún de los años cuando penetró con fuerza en los mercados mundiales, previo al 2010.

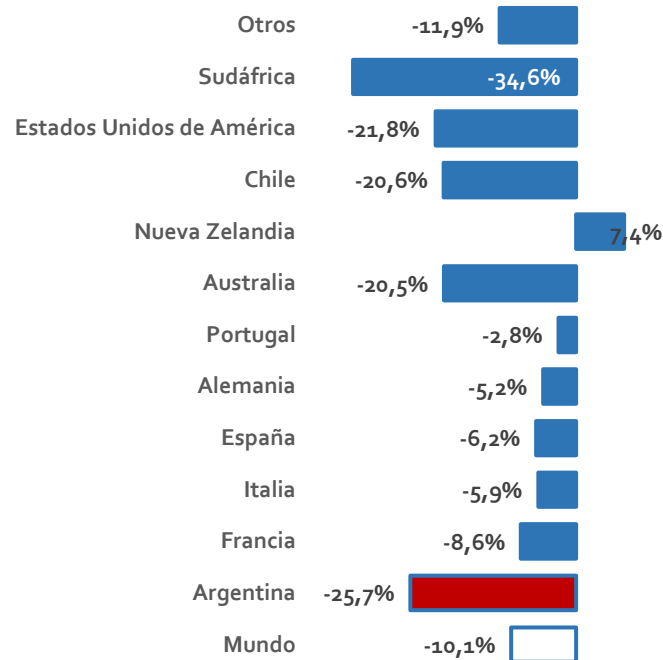
Las exportaciones argentinas en este contexto mundial

El caso de los vinos argentino es particular porque su movimiento estuvo relacionado no sólo a causas mundiales sino también locales

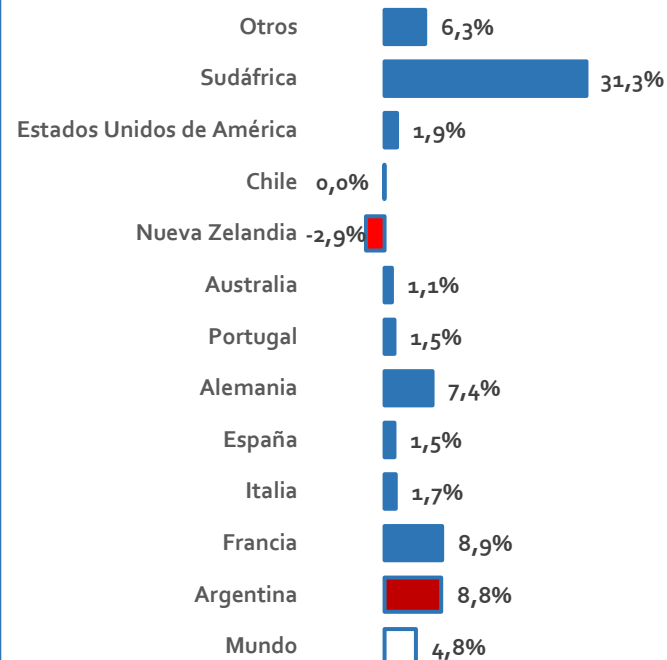


Hasta diciembre de 2023 los vinos argentinos se ubicaron a nivel mundial entre los que más cayeron en exportación

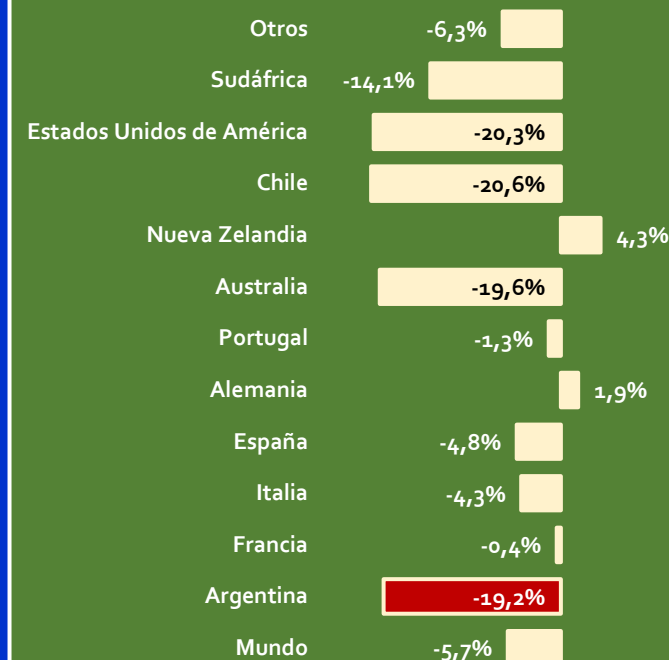
Variación en volumen exportaciones vino tranquilo fraccionado 2022/23



Variación precio promedio exportaciones vino tranquilo fraccionado 2022/23



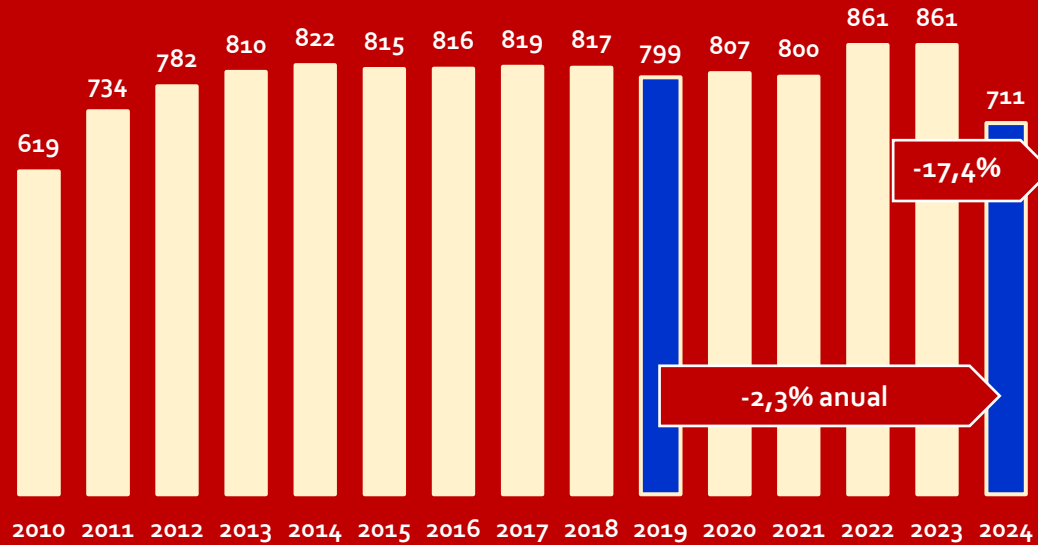
Variación en valor exportaciones vino tranquilo fraccionado 2022/23



- Los vinos argentinos fraccionados tuvieron un comportamiento similar al promedio mundial aunque mucho más acentuado, pues los volúmenes cayeron dos veces y media el promedio mundial, el incremento de precios duplicó el crecimiento mundial y resumen la caída de facturación tuvo una caída que cuadruplicó el promedio mundial.
- Las razones de un comportamiento tan acentuado hay que buscarlo en la baja competitividad de los vinos argentinos con varias aristas que es necesario explicar.
- Tanto Australia, Chile y Estados Unidos cayeron en facturación en valores similares a los argentinos pero en todos los casos hubo mermas en cantidad y no así en precios lo que agrega más argumentos para explicar la disminución argentina.
- En primer lugar las condiciones cambiarias son muy distintas en estos cuatro países pues la mejora del tipo de cambio sólo se produjo hacia fin de año en nuestro país, lo que obligó a las bodegas a aumentar el precio promedio, parte con aumentos nominales a expensas de la inflación internacional y en otra parte discontinuando líneas de vinos de precios más bajos cuyo margen de contribución era nulo o negativo.
- El caso más interesante de observar es el de Nueva Zelanda que aumentó su precio y disminuyó su volumen logrando un aumento de facturación, todo gracias a su elevada competitividad.

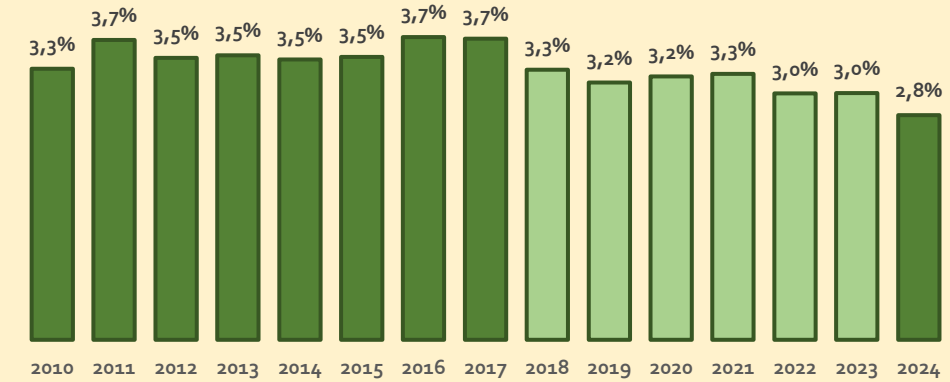
En los primeros meses de 2024 continuó la caída de exportaciones de vinos argentinos disminuyen su presencia en los mercados mundiales

Exportación de vinos fraccionados argentinos Miles U\$S MAT FEBRERO

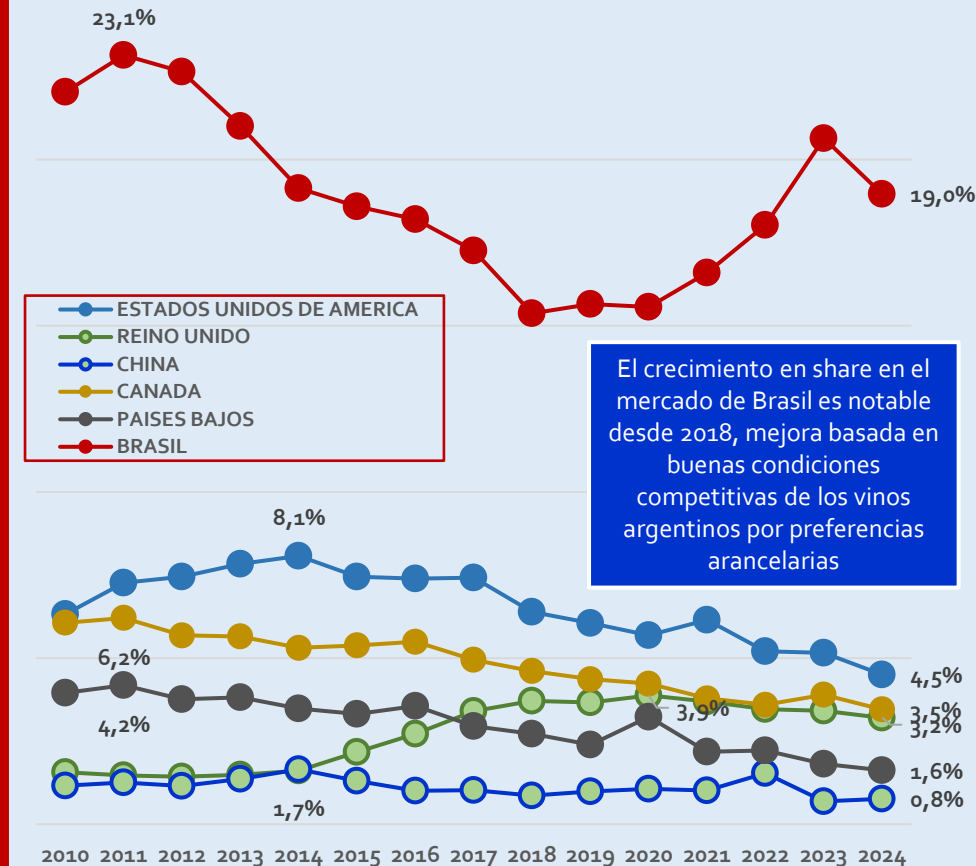


- Las exportaciones de vino fraccionado tranquilo argentino son el motor de las exportaciones totales y han tenido en los últimos años una performance ligadas a fenómenos mundiales pero también atribuibles al deteriorado contexto macroeconómico argentino.
- Desde 2010 mostraron una expansión modesta luego del salto espectacular inducido por las buenas condiciones competitivas durante la crisis del 2008 y en los años 2022 y 2023 pudo cosechar, medidas en dólares, los beneficios de la devaluación de 2018.
- Sin embargo, en el último año el deterioro fue muy pronunciado, superior a la caída mundial de importaciones.
- La menguada competitividad puede observarse con más claridad en la pérdida de share en el comercio mundial. Mientras que en la década pasada se ubicaba alrededor del 3,5% desde 2018 comenzó un deterioro que llevó a 2024 a un mínimo que no se veía desde hace un cuarto de siglo.
- En esta evolución el único país donde los vinos argentinos crecieron en participación fue en Brasil y hasta 2020 en Reino Unido, país que luego comenzó un descenso hasta la actualidad.

Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo a nivel mundial - MAT Febrero



Share en valor en los principales destinos



La exportación de vinos fraccionados tranquilos argentinos ha tenido una performance más pobre que la importación mundial lo cual debe atribuirse a malas condiciones de contexto local

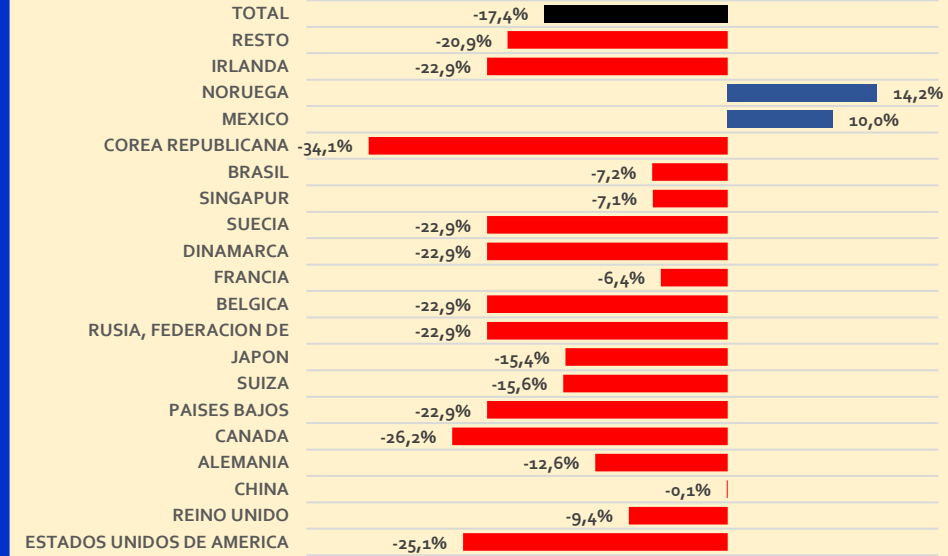
Participación de Argentina en los principales destinos de importación de vinos fraccionados tranquilos en valor - MAT Febrero 2024



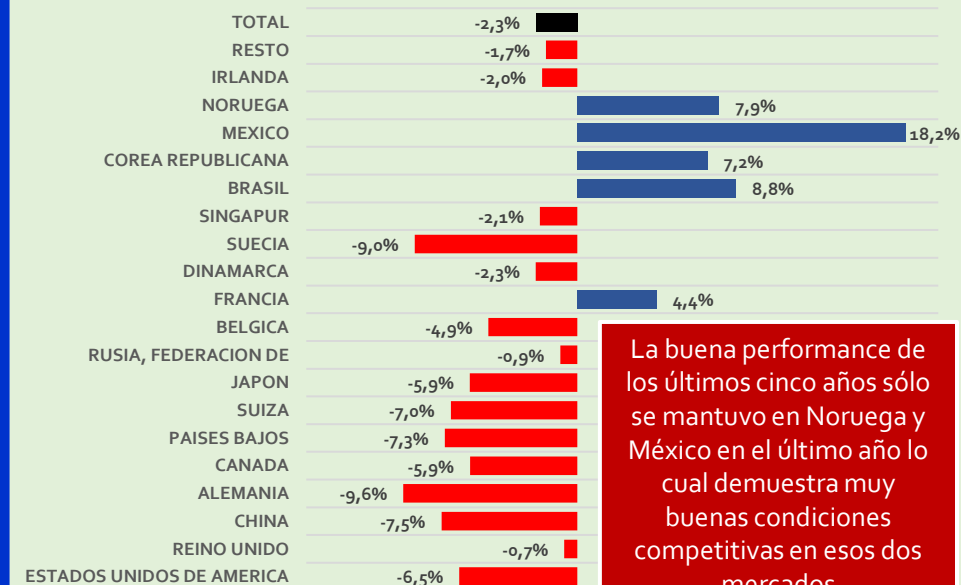
Los principales cinco destinos de las exportaciones argentinas representan el 68% del total y coinciden en ranking sólo en tres de los cinco principales importadores

- Las exportaciones argentinas de vinos fraccionados tranquilos han tenido una performance por debajo de la importaciones mundiales tanto en el último año como en los cinco años anteriores lo cual demuestra que parte de la caída se puede atribuir a causas mundiales mientras que el resto es una merma de competitividad local causada en una gran proporción por el contexto macroeconómico nacional.
- El foco de las exportaciones en gran proporción está puesto en los principales países importadores (Estados Unidos, Reino Unido y Canadá) pero se diferencia en dos países como Brasil y México lo que sugiere condiciones especiales para el ingreso de vinos argentinos y éstas son las especiales condiciones arancelarias lo cual parece mostrar el camino de cambios estructurales que deben darse para mejorar las condiciones competitivas internacionales de los vinos argentinos.

Variación último año exportaciones de vino fraccionado tranquilo argentino a los principales países importadores MAT Febrero 2024



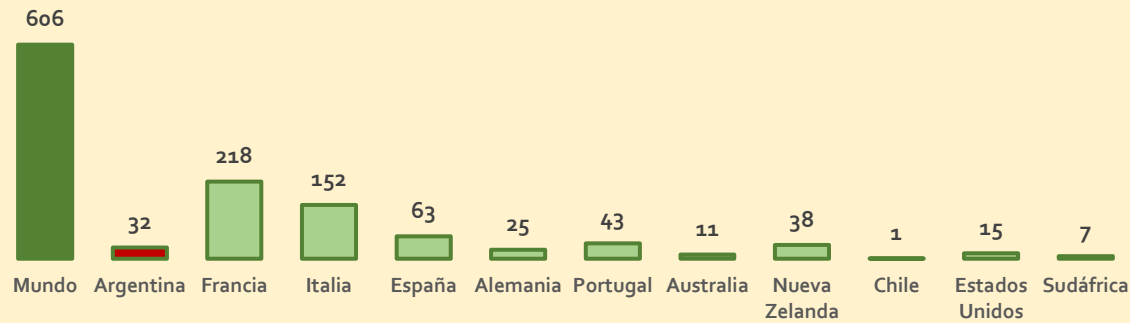
Variación anual últimos 5 años exportaciones de vino fraccionado tranquilo argentino a los principales países importadores - MAT Febrero



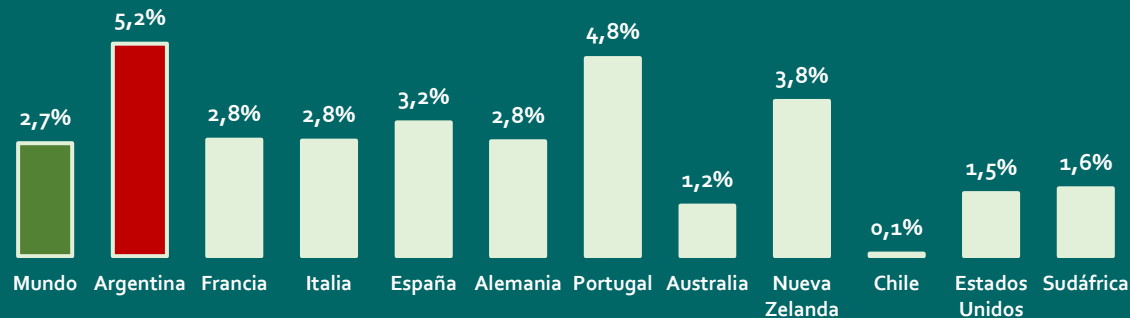
La buena performance de los últimos cinco años sólo se mantuvo en Noruega y México en el último año lo cual demuestra muy buenas condiciones competitivas en esos dos mercados

Del informe que periódicamente realiza el Centro de Estudios Económicos de Bodegas de Argentina se advierte que los aranceles de importación son una de las barreras más decisivas en la performance exportadora

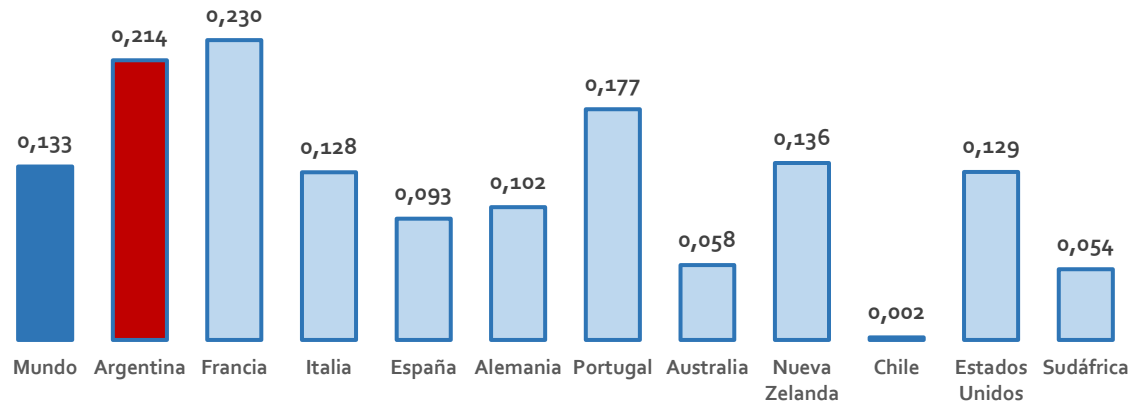
Aranceles pagados en 2023 por los vinos fraccionados tranquilos de los principales exportadores mundiales - Millones de dólares



Aranceles pagados en 2023 por los vinos fraccionados tranquilos medido en porcentaje Ad Valorem



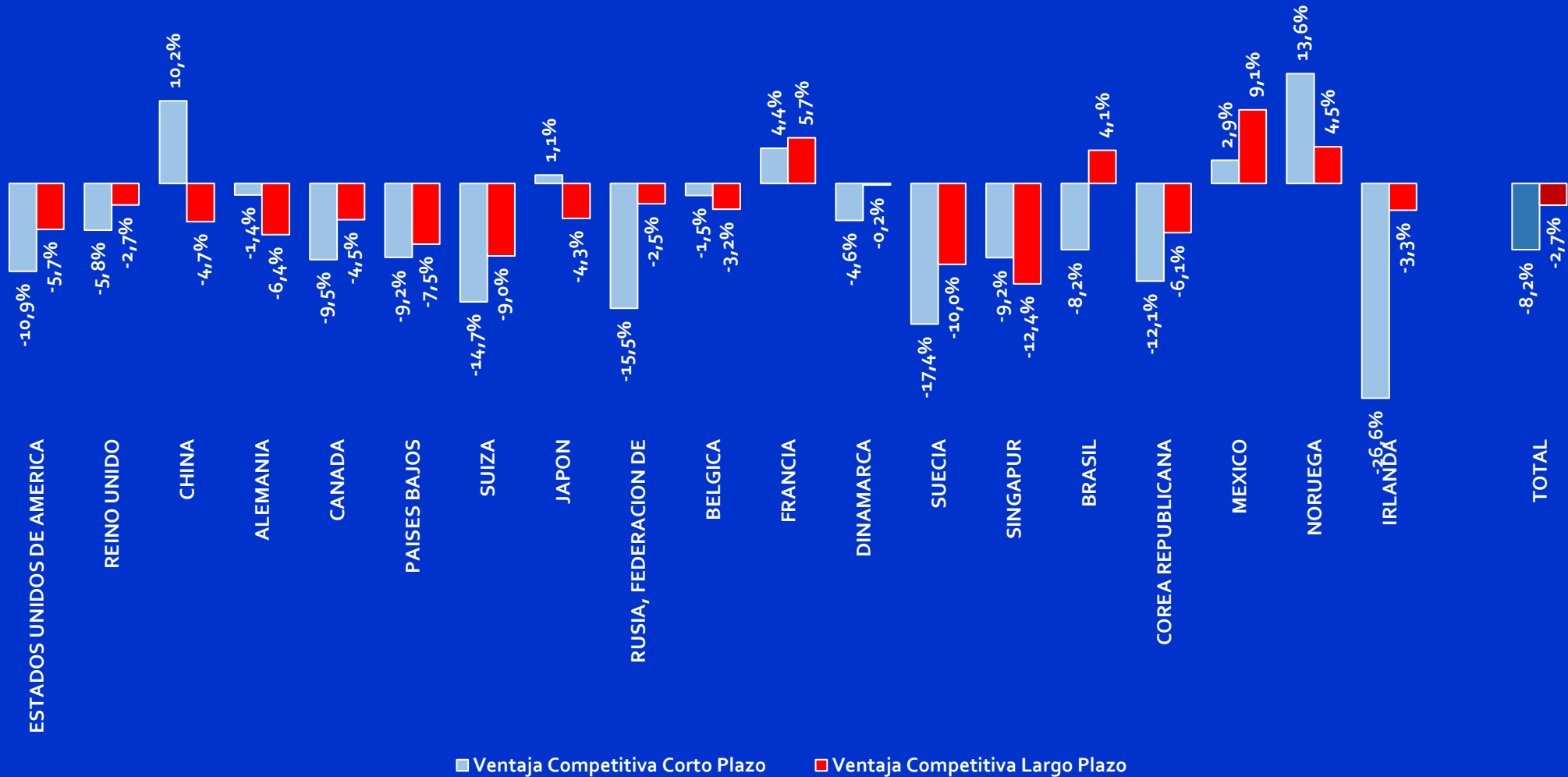
Aranceles pagados en 2023 por los vinos fraccionados tranquilos de los principales exportadores mundiales - Dólares/litro



- Si se calcula el monto total pagado en 2023 en concepto de aranceles de importación por los vinos exportados de los principales exportadores mundiales de vino fraccionado tranquilo se alcanza una cifra estimada de 606 millones de dólares, casi la facturación total de Argentina, lo que representó un 2,7% del valor total exportado.
- Se trata de una barrera del comercio mundial de vinos que no está uniformemente distribuida entre todos los orígenes y que depende reglas o acuerdos bilaterales en gran medida.
- Esta cuantía de fondos de pagos de aranceles en un mercado altamente competitivo a nivel mundial posibilita el éxito de los vinos de algunos países por sobre otros. El caso más elocuente es el de Chile, que tiene una política comercial muy activa desde hace más de cuarenta años con una gran cantidad de Acuerdos de Libre Comercio que le ha permitido tener posiciones de liderazgo en varios mercados gracias a tener arancel cero.
- El caso que se observa en las antípodas es el de Argentina que para 2023 alcanzó una cifra de 32 millones de dólares que representó un 5,2% del total exportado, el doble del promedio mundial.
- La influencia directa sobre la competitividad de los vinos puede observarse en el cálculo de lo que paga en promedio cada litro de vino vendido por cada país a nivel mundial. Sólo los vinos franceses superan a los argentinos, con la diferencia de que el precio promedio los duplica.
- En resumen, la política comercial de cierre de la economía argentina le afecta por dos lados neurálgicos a la vitivinicultura argentina. Por un lado un retraso estructural del tipo de cambio que disminuye los ingresos de exportación y por otra parte al tener altos aranceles de importación encarece los costos. Adicionalmente, la falta de Acuerdos de Libre Comercio, como el que tienen sus competidores genera mayores preferencias de los países importadores por otros orígenes.
- Los exportadores argentinos sólo pueden buscar oportunidades de expansión en la franjas de precios más altas y en países que arancelan en base a volumen para disminuir el impacto de esta barrera.

Ventajas competitivas de los vinos fraccionados argentinos en los principales países importadores mundiales según un informe realizado por Bodegas de Argentina

Ventajas competitivas de los vinos fraccionados argentinos



Los vinos argentinos fraccionados han perdido competitividad en los principales importadores mundiales como lo muestra la medición de Ventajas Competitivas (Variación exportación argentina menos Variación importadora país de destino). La importación mundial en el último año cerrado en febrero cayó un 9,2% mientras que la exportación argentina disminuyó un 17,4%. En los últimos años la tendencia fue parecida aunque menos intensa. Se puede decir que aproximadamente un 53% de la disminución de la exportación es caída de demanda internacional mientras que un 47% es disminución de capacidad de oferta argentina (tipo de cambio, disminución de inversión en activos fijos, en promoción y una fuerte carga impositiva)

Los mercados más importantes del mundo en los que participa Argentina

Parece haber terminado la época donde la apertura al mundo estaba garantizada por el crecimiento que tenían casi todos los mercados en sus demandas de importación. Algunos más seguros y otros algo menos, pero todos crecían.

Hoy la realidad es más dura para aumentar las exportaciones y en todos los países se hace a expensas de ganar share a los competidores por ello es necesario un mayor entendimiento de la realidad de cada mercado desde su cultura hacia el vino hasta la cercanía a los canales de distribución.

Gran parte de la información que se brinda a continuación es propia y otra obtenida de las más importantes consultoras del negocio del vino, universidades y prestigiosos medios de comunicación especializados.



Estados Unidos se convirtió desde hace ya una década en el mercado más grande

Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones argentinas de vinos y lo es también para los principales exportadores mundiales lo cual lo convierte en muy atractivo y como consecuencia de una elevada rivalidad competitiva.

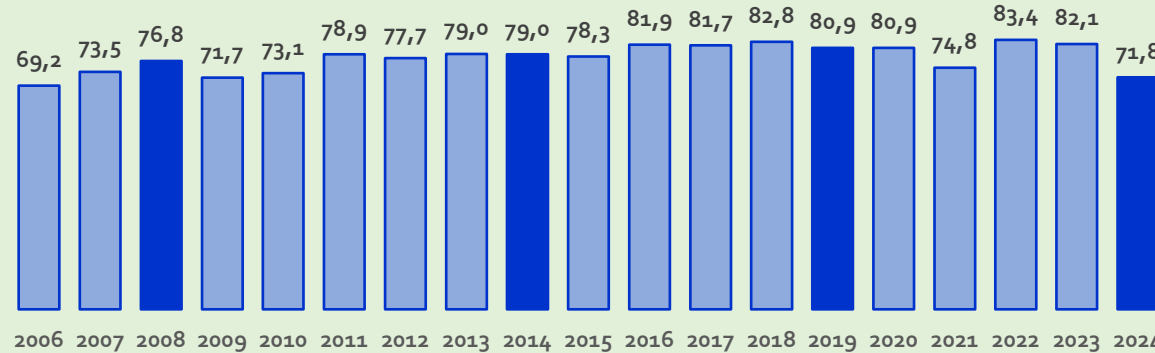
Así los gastos de comercialización y distribución son relativamente importantes y la innovación para sobresalir son los principales llaves de éxito de las marcas.

A esto se agrega que este mercado tiene un abastecimiento local, en especial de California y Oregon, que ocupa más de dos terceras partes del volumen total con una gran cantidad de opciones y gozando de la localía.

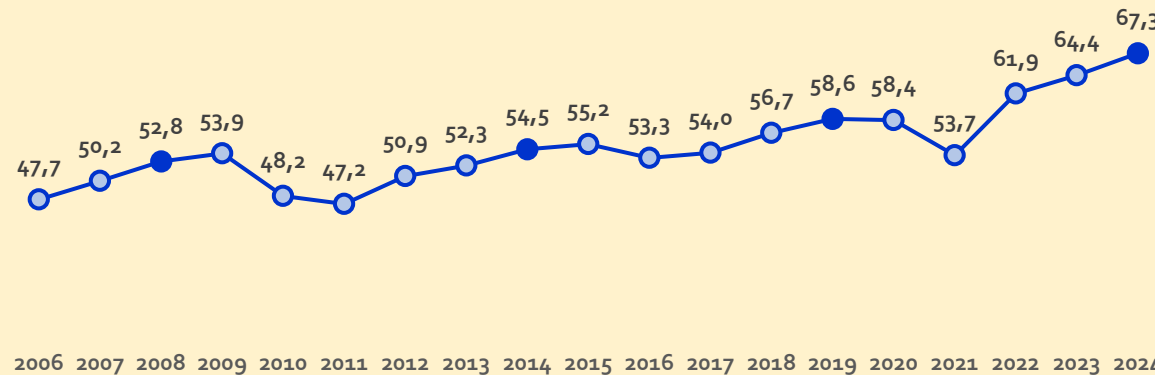


El mercado de vinos fraccionados de Estados Unidos tuvo la caída más significativa en más de dos décadas

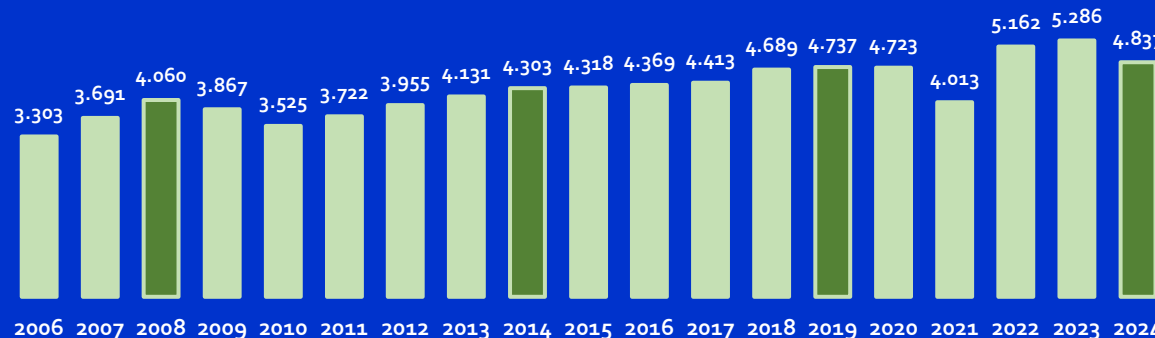
Volumen importado de vino fraccionado tranquilo en Estados Unidos
MM Cajas – MAT Marzo



Precio promedio de importación vino fraccionado tranquilo en Estados Unidos – U\$/Caja – MAT Marzo



Valor importado importaciones de vino fraccionado tranquilo en Estados Unidos – MM U\$ – MAT Marzo



Las importaciones de vino en Estados Unidos cayeron significativamente

1. Factores económicos

- **Inflación.** El aumento general de los precios, incluyendo el vino, impactó el poder adquisitivo de los consumidores y redujeron su consumo o buscaron opciones más económicas.
- **Aumento de los costos de flete.** El costo de transporte marítimo afectó el precio final del vino importado, desalentando compras.
- **Fortalecimiento del dólar estadounidense.** Un dólar más fuerte encareció las importaciones de vinos de países con monedas más débiles.

2. Tendencias del consumidor

- **Cambio en las preferencias.** Los consumidores estadounidenses muestran un mayor interés por vinos locales y artesanales, en detrimento de algunas importaciones.
- **Saturación del mercado.** El mercado estadounidense del vino está altamente saturado, con una amplia variedad de opciones disponibles y dificulta que nuevas marcas o países se destaquen y ganen participación.
- **Mayor conciencia sobre la salud.** Los consumidores buscan alternativas con menor contenido alcohólico o azúcar, como cervezas artesanales o bebidas espirituosas, afectando la demanda de algunos vinos tradicionales.

3. Factores específicos de algunos países exportadores

- **Descenso de la producción en algunos países.** La producción de vino en algunos países exportadores tradicionales se vio afectada por factores climáticos o coyunturales.
- **Problemas logísticos.** Disrupciones en las cadenas de suministro, como la congestión en los puertos, retrasaron las entregas y aumentaron los costos, impactando en las importaciones.

4. Aranceles y políticas comerciales

- Aranceles o medidas proteccionistas en algunos mercados, como la guerra comercial entre Estados Unidos y China, afectaron las exportaciones de determinados países.

5. Efectos de la pandemia

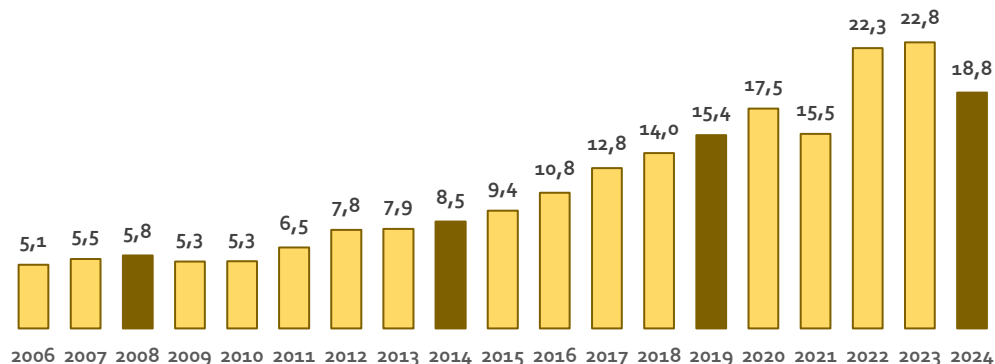
- **Restricciones y cambios en hábitos de consumo.** Las medidas sanitarias de la pandemia de COVID afectaron el consumo de vino en restaurantes y eventos, canales importantes para las importaciones.
- **Cambios en las prioridades de gasto.** Los consumidores durante la pandemia reasignaron sus gastos hacia productos esenciales o priorizaron experiencias en el hogar.

Es importante destacar que el descenso en las importaciones no es uniforme para todos los países y tipos de vino. Algunos países, como Australia y Nueva Zelanda, experimentaron un crecimiento en sus exportaciones a Estados Unidos en 2023. Además, dentro de las categorías de vino, los vinos espumantes y rosados mantuvieron un mejor desempeño que los tintos.

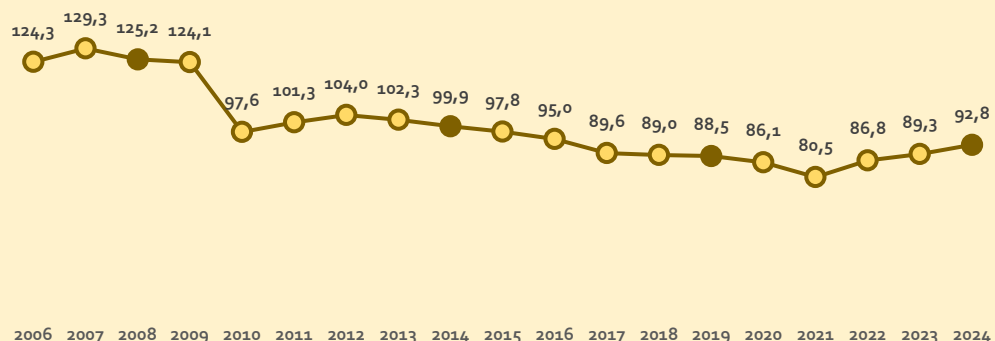
El crecimiento de la importación de vinos espumantes en Estados Unidos es muy importante, en especial de vinos italianos

40

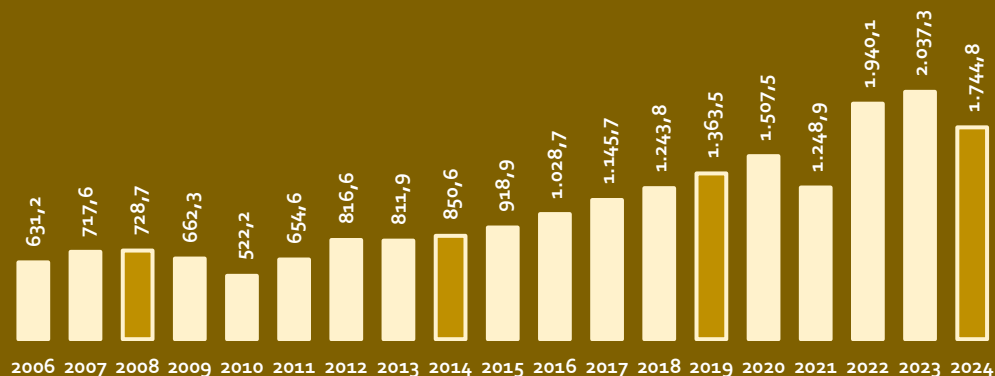
Volumen importado de vino espumante en Estados Unidos
MM Cajas – MAT Marzo



Precio promedio de importación de vinos espumantes en Estados Unidos
U\$/Caja – MAT Marzo



Valor importado de vinos espumantes en Estados Unidos
MM U\$S – MAT Marzo



El consumo de vino espumante en Estados Unidos ha experimentado un crecimiento muy importante en los últimos años. Diversos factores contribuyen a esta tendencia.

1. Cambios en las preferencias del consumidor

- **Percepción como bebida sofisticada y versátil.** El vino espumante se ha asociado con celebraciones, ocasiones especiales y un estilo de vida sofisticado. Se percibe como una bebida versátil que puede disfrutarse en diferentes momentos y maridajes.
- **Popularidad de los cócteles con vino espumante.** La tendencia hacia cócteles artesanales ha impulsado el consumo de vino espumante, especialmente entre consumidores más jóvenes.
- **Mayor interés por vinos rosados.** Los vinos espumantes rosados han ganado popularidad en los últimos años, atrayendo a consumidores que buscan opciones frescas, frutales y versátiles.
- **Demanda de vinos de menor graduación alcohólica.** Algunos consumidores buscan vinos con menor contenido de alcohol, y el vino espumante puede ser una alternativa atractiva dentro de esta categoría.

2. Factores económicos y de mercado

- **Crecimiento del mercado de bebidas alcohólicas.** El mercado general de bebidas alcohólicas en Estados Unidos ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, lo que ha beneficiado al sector del vino espumante.
- **Mayor disponibilidad de vinos espumantes de calidad.** La oferta de vinos espumantes de calidad en el mercado estadounidense ha aumentado considerablemente, ofreciendo a los consumidores una mayor variedad de opciones a diferentes precios.
- **Estrategias de marketing efectivas.** Las bodegas y empresas importadoras han implementado estrategias de marketing exitosas para promocionar el vino espumante, destacando sus atributos, versatilidad y ocasiones de consumo.
- **Reducción de aranceles.** La reducción de aranceles para algunos vinos espumantes importados ha hecho que estos productos sean más competitivos en el mercado estadounidense.

3. Influencias culturales y sociales

- **Celebraciones y eventos especiales.** El vino espumante se asocia con celebraciones como Año Nuevo, bodas, graduaciones y otros eventos especiales, impulsando su consumo en estas ocasiones.
- **Influencia de las redes sociales.** Las redes sociales han jugado un papel importante en la difusión de la cultura del vino espumante, mostrando su consumo en diferentes contextos y estilos de vida.
- **Tendencia hacia un estilo de vida saludable.** Algunos consumidores perciben el vino espumante como una opción más saludable dentro de las bebidas alcohólicas, debido a su menor contenido calórico en comparación con algunos vinos tintos.

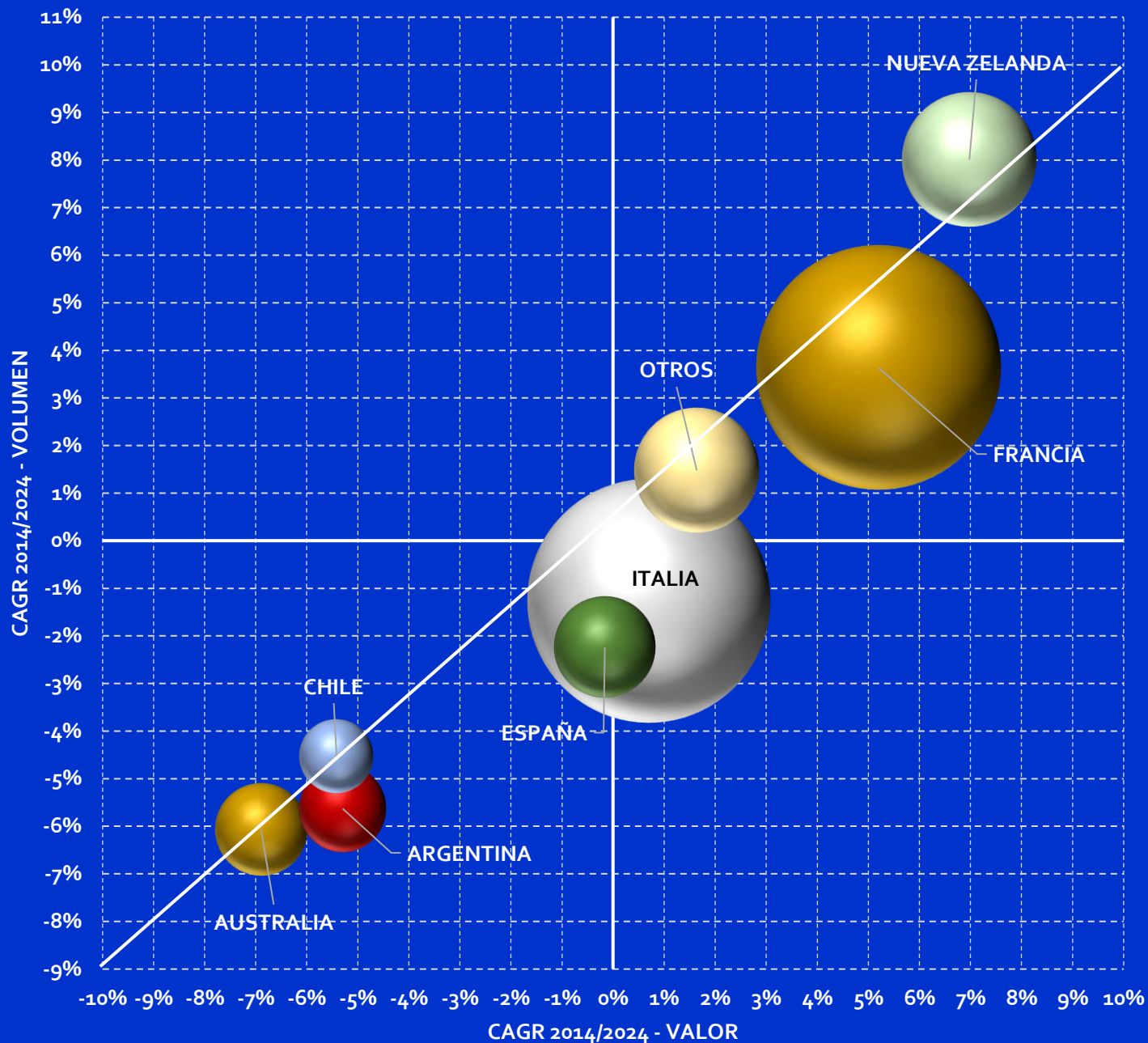
Es importante destacar que el crecimiento del vino espumante no es uniforme en todos los segmentos del mercado. Los secos y de alta gama han experimentado un mayor crecimiento, mientras que los dulces y de menor precio podrían estar estancados o incluso retrocediendo.

En conclusión, el auge del vino espumante en Estados Unidos responde a una combinación de factores que incluyen cambios en las preferencias del consumidor, factores económicos y de mercado, e influencias culturales y sociales. Las bodegas y empresas exportadoras que deseen aprovechar esta tendencia deben enfocarse en ofrecer productos de alta calidad, diferenciados y que satisfagan las expectativas de un consumidor cada vez más sofisticado y exigente.

- El aporte de los vinos espumantes en la importación total de vinos de Estados Unidos ha sido significativo como se observa en el gráfico lo cual revela la potencia que ha tenido el cambio de hábitos de los consumidores y la influencia del poder adquisitivo.
- También puede observarse el cambio de orígenes de importaciones que ha tenido el mercado en las últimas dos décadas. Mientras países como Italia y Francia (que se convirtió en el primer país luego de décadas de dominio de la categoría por parte de Italia) crecieron significativamente su share al igual que Nueva Zelanda (que llegó al tercer lugar) otros países como Argentina, Chile y Australia perdieron posiciones.
- El caso de Argentina es muy notable pues resignó dos posiciones para ubicarse en el quinto origen de vinos importados.
- Mejoras competitivas y adaptación a nuevos hábitos de consumo parecen ser los drivers para una mejora de la posición de los vinos argentinos en el mercado de Estados Unidos.

La performance de los países en la última década ha estado muy vinculada al contexto económico y de hábitos cambiantes de los consumidores de Estados Unidos y en general los principales exportadores crecieron en precio promedio

Crecimiento 2015/2022 importaciones vino fraccionado tranquilo en Estados Unidos



- La tendencia a la premiumización no ha sido la estrategia generalizada de todos los países exportadores en la última década.
- Francia, que actualmente lidera las importaciones de vinos fraccionados tranquilos en Estados Unidos, luego de una prolongada supremacía de los vinos italianos, tuvo una expansión más grande en valor que en volumen y esto lo logró gracias a la reputación de su origen que le permitió escalar share en las franjas elevadas de precios.
- Algo similar pasó con los vinos italianos aunque en este caso tuvo un descenso en la última década en valor.
- España tuvo un performance algo pobre aunque su descenso fue en volumen, no perdiendo precio promedio.
- Nueva Zelanda, un caso de vitivinicultura pequeña de altos precios y de supremacía de vinos blancos fue el país de mayor crecimiento de la década y disminuyó algo sus precios promedio.
- En el otro extremo, Australia, Chile y Argentina mostraron severas caídas en la última década aunque se destaca la premiumización de los vinos argentinos frente a los otros dos.

Reino Unido, el segundo mercado más grande del mundo sigue siendo atractivo

Reino Unido, fue en los primeros años de la expansión argentina en los mercados mundiales la “Meca” de casi todos los exportadores mundiales y su alta rivalidad competitiva y precios relativamente bajos los expulsaron hacia Estados Unidos y China.

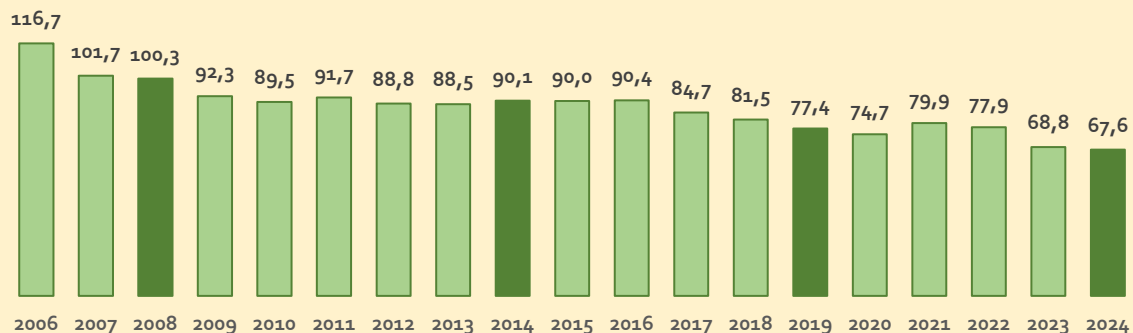
Sin embargo, se han verificado cambios que han vuelto a atraer a los más importantes exportadores de todo el mundo.



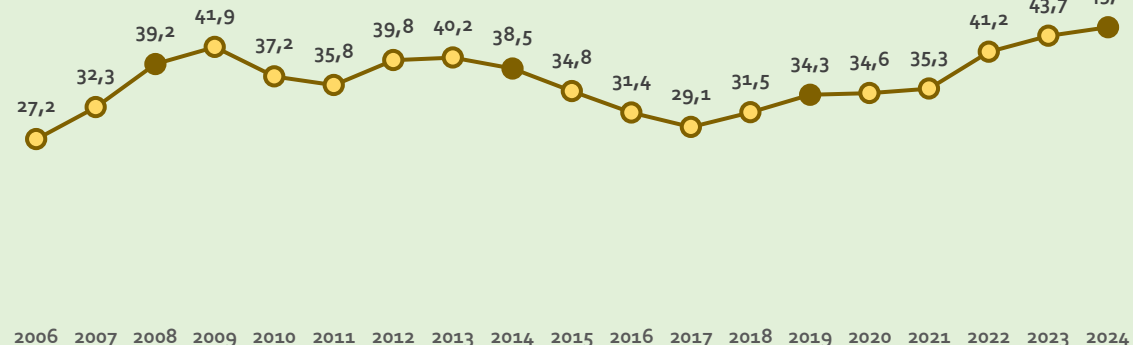
El mercado de vinos fraccionados de Reino Unido continuó con su tendencia a la disminución de volumen y aumento de precio promedio

44

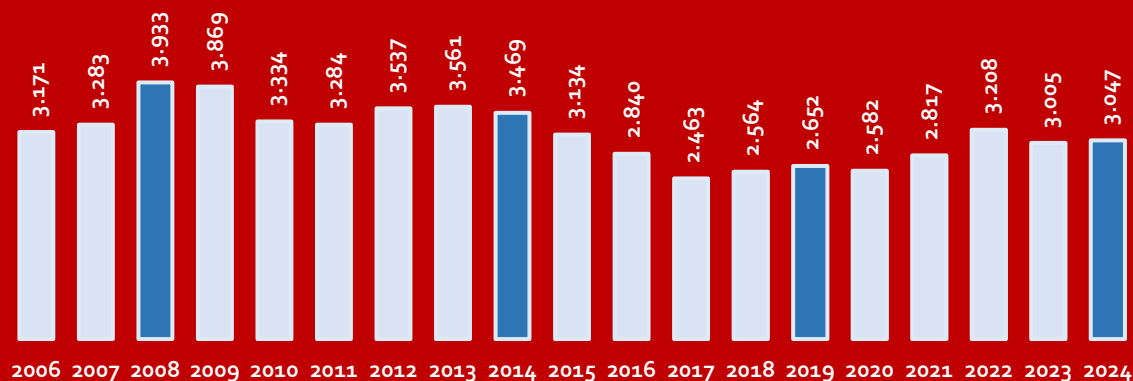
Volumen importado de vino fraccionado tranquilo en Reino Unido
MM Cajas – MAT Marzo



Precio promedio vino fraccionado tranquilo en Reino Unido
U\$/Caja – MAT Marzo



Valor importado de vino fraccionado tranquilo en Reino Unido
MM U\$S – MAT Marzo



La disminución en el volumen importado de vinos fraccionados tranquilos y el aumento del precio promedio en el Reino Unido durante las últimas dos décadas se debe a una combinación de factores

1. Factores económicos

- **Aumento de los costos de producción.** Los costos de producción de vino han aumentado en los últimos años debido a factores como el **aumento del precio de las uvas, la mano de obra y el transporte**. Esto ha llevado a un aumento en el precio del vino fraccionado tranquilo en el mercado internacional.
- **Debilidad de la libra esterlina.** La libra esterlina se ha debilitado frente a otras monedas importantes en las últimas dos décadas. Esto ha hecho que los vinos importados sean más caros para los consumidores del Reino Unido.
- **Aumento de los impuestos.** El gobierno del Reino Unido ha aumentado los impuestos sobre el alcohol en las últimas dos décadas. Esto ha tenido un impacto negativo en el consumo de vino fraccionado tranquilo.

2. Factores sociales

- **Cambio en las preferencias del consumidor.** Los consumidores del Reino Unido están mostrando una **mayor preferencia por vinos de mayor calidad y origen**, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de vinos embotellados premium y una disminución en la demanda de vinos fraccionados tranquilos de menor precio.
- **Mayor conciencia sobre la salud.** Los consumidores del Reino Unido están cada vez más preocupados por su salud y están optando por beber menos alcohol. Esto ha llevado a una disminución en el consumo general de vino.

3. Factores regulatorios

- **Cambios en las regulaciones de etiquetado.** El gobierno del Reino Unido ha introducido nuevas regulaciones de etiquetado para el vino en los últimos años. Estas regulaciones han hecho que sea más costoso para los productores y minoristas etiquetar el vino, lo que ha llevado a un aumento en el precio del vino fraccionado tranquilo.

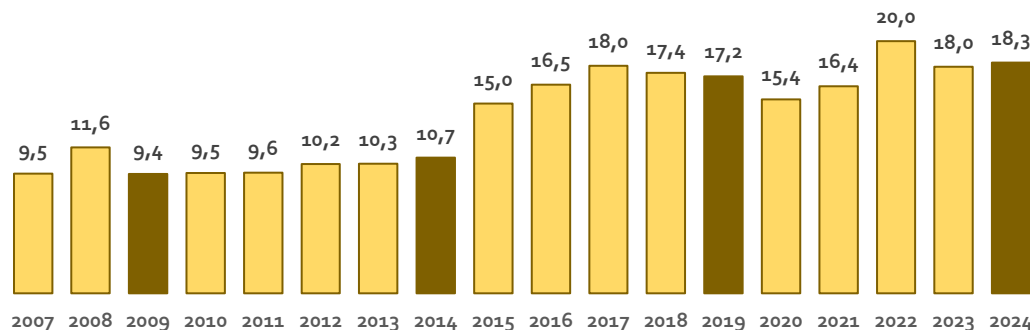
Es importante destacar que:

- La **disminución en el volumen importado** de vinos fraccionados tranquilos no ha sido uniforme en casi todos los países de origen. Algunos países, como Argentina y Chile, han experimentado un aumento en sus exportaciones de vino fraccionado tranquilo al Reino Unido en los últimos años.
- El **aumento del precio promedio** del vino fraccionado tranquilo ha sido mayor para los vinos de menor precio. Los vinos de mayor precio han experimentado un aumento de precio más moderado.

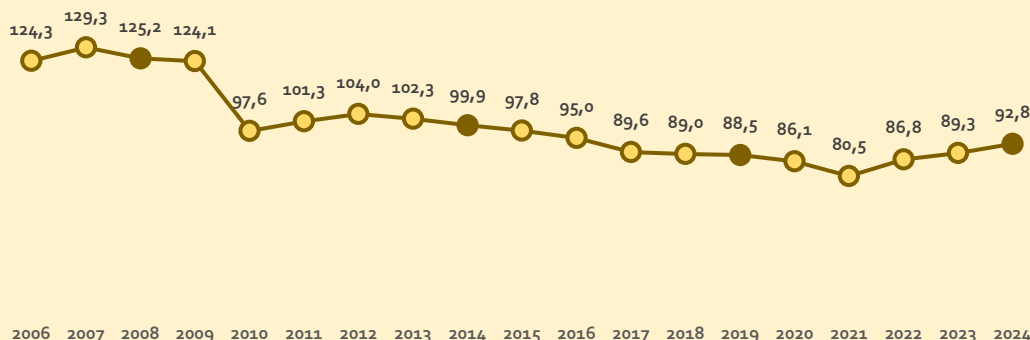
El crecimiento de la importación de vinos espumantes en Reino Unido es significativo en especial de vinos italianos

45

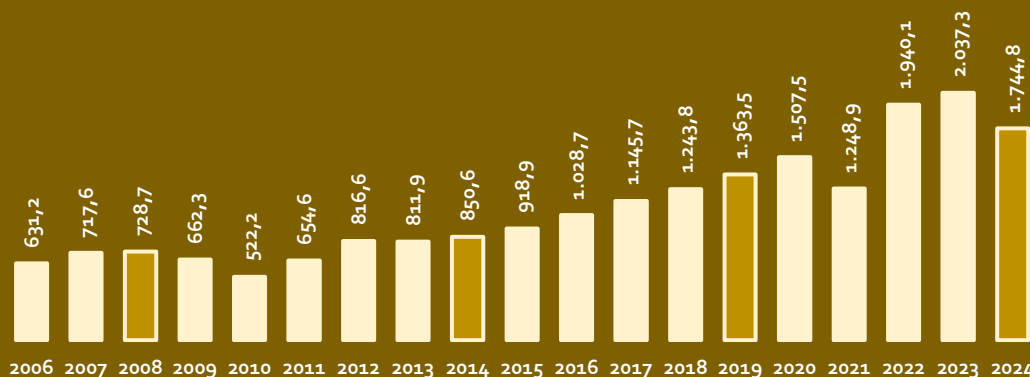
Volumen importado de espumantes en Reino Unido
MM Cajas – MAT Marzo



Precio promedio de importación de vinos espumantes en Estados Unidos
U\$/Caja – MAT Marzo



Valor importado de vinos espumantes en Estados Unidos
MM U\$S – MAT Marzo



Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$1.400 millones en 2023 (estimación) (Fuente: IWSR, 2024).
- **Volumen:** 60 millones de litros en 2023 (Fuente: IWSR, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 2,1% durante el período 2023-2028 (Fuente: IWSR, 2024).

Características principales

- **Mercado maduro:** Bajo crecimiento pero con alta demanda de Prosecco y Champagne.
- **Perfil del consumidor:** Amplia gama de consumidores, desde jóvenes hasta profesionales experimentados.
- **Popularidad del Prosecco:** 55% del consumo total de vinos espumantes.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Mínima:** Menos del 5% del consumo total.
- **Crecimiento emergente:** Pequeños productores artesanales de vinos espumantes ingleses.
- **Variedades:** Chardonnay, Pinot Noir, Pinot Meunier.
- **Regiones vinícolas:** Inglaterra, Gales.

Tendencias

- **Creciente preferencia por Prosecco:** Popularidad del Prosecco italiano a precios accesibles.
- **Mayor interés por Champagne:** Demanda de vinos espumantes de alta calidad y prestigio.
- **Popularidad del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- **Impulso del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas inglesas.
- **Creciente interés por vinos espumantes rosados:** Nuevas tendencias de consumo.

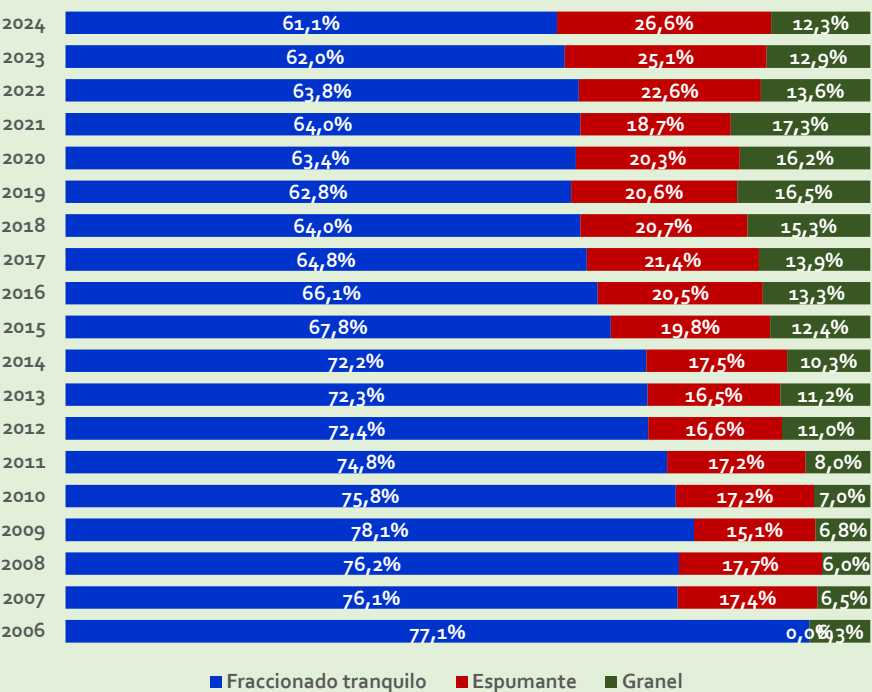
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Prosecco:** Ofrecer Prosecco de alta calidad a precios competitivos.
- **Champagne:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- **Vinos espumantes ingleses:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas enoturísticas.
- **Vinos espumantes rosados:** Innovar en la producción y oferta de vinos espumantes rosados para atender las nuevas tendencias de consumo.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas en bodegas inglesas.

Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de grandes marcas de Prosecco italiano y Champagne francés.
- **Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- **Percepción del consumidor:** Prejuicio hacia los vinos espumantes ingleses en comparación con Champagne.
- **Regulaciones:** Cumplimiento de normas y requisitos complejos.

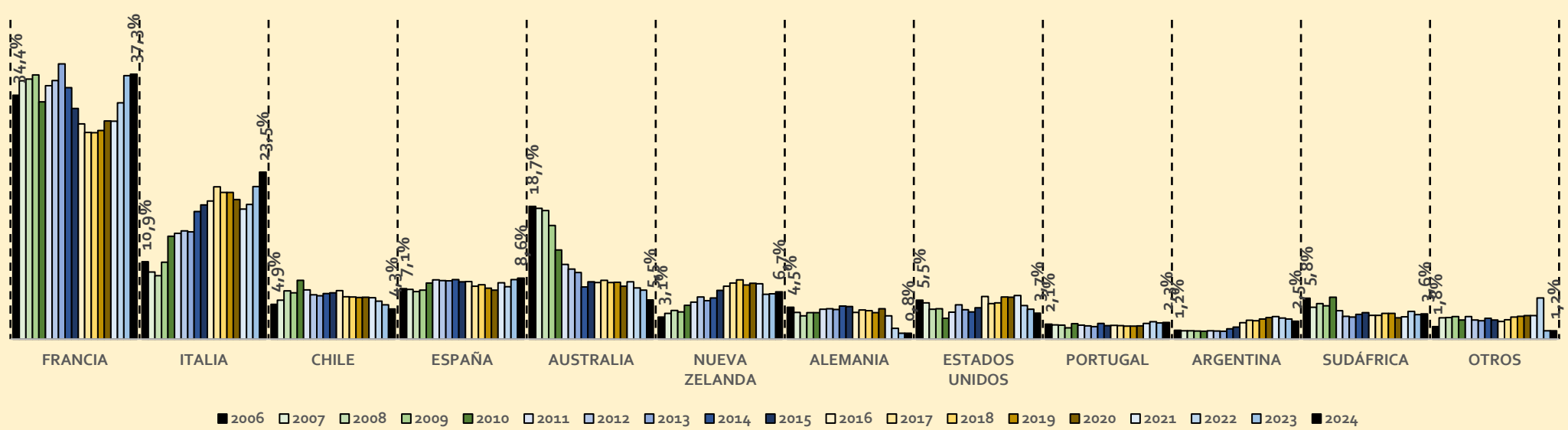
Share en valor de cada tipo de vino importado por Reino Unido
MAT Marzo



- El aporte de los vinos espumantes en la importación total de vinos de Reino Unido ha sido significativo creciendo en las últimas dos décadas en casi 10% del share total por tipos.
- El cambio de hábitos de los consumidores y la influencia del poder adquisitivo.
- También puede observarse el cambio de orígenes de importaciones que ha tenido el mercado en las últimas dos décadas. Mientras países como Francia e Italia se puede distinguir que, desde posiciones más bajas hubo una expansión significativa en el share Argentina y Sudáfrica.
- En el caso de Chile, el share viene mostrando una caída estructural de varios años.
- El caso de Argentina es muy interesante porque Reino Unido fue el destino preferido en los primeros años de expansión para luego diversificar hacia Estados Unidos. En la última década comenzó nuevamente a expandirse pero en categorías de precios más altas gracias en gran medida al prestigio logrado por el Malbec en Estados Unidos.

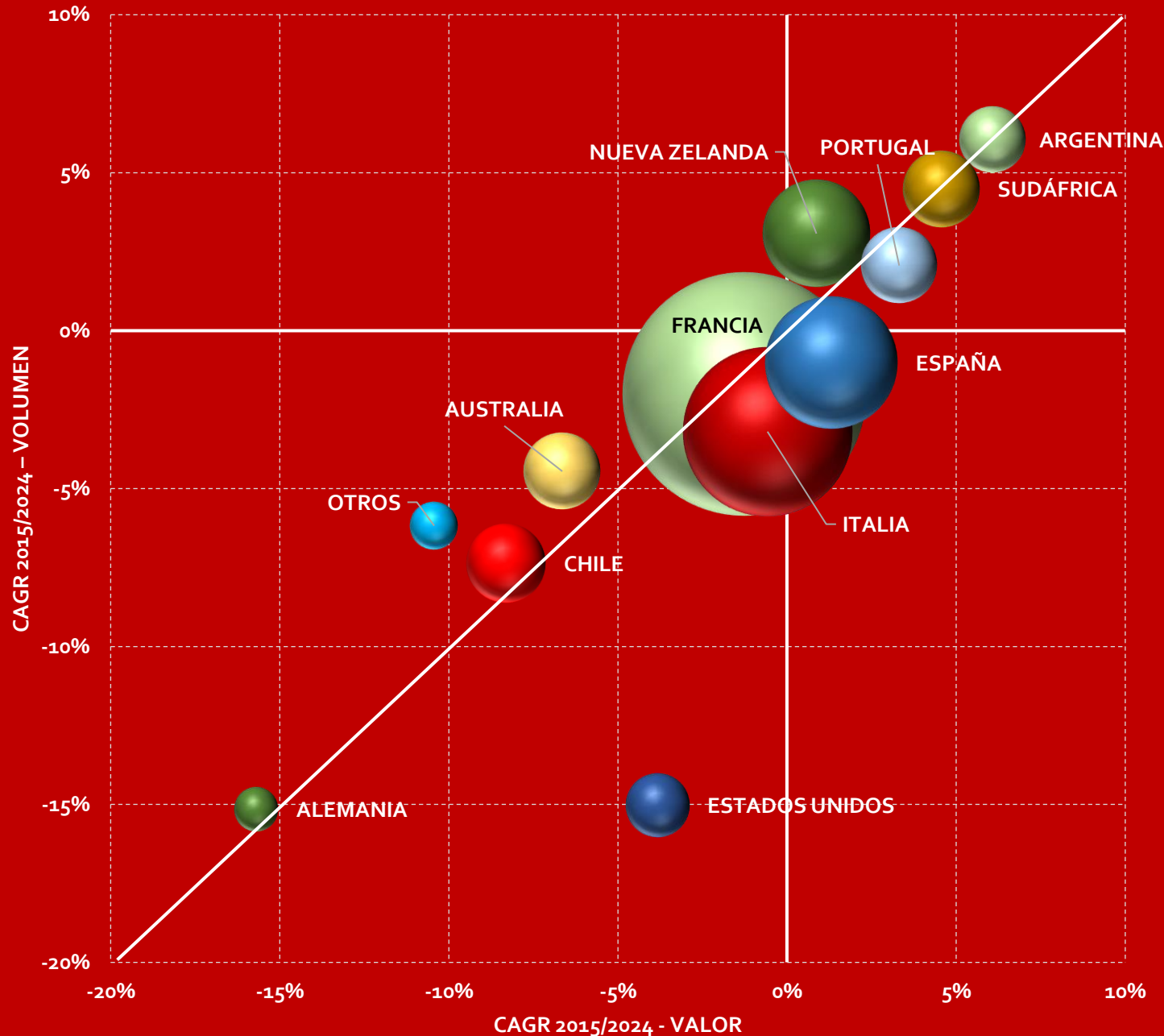
Reino Unido es el país más grande del mundo en importaciones de vinos y ha tenido una gran dinámica tanto en estilos de vinos como en orígenes de importación

Share en valor del total de vinos importados por Reino Unido - MAT Marzo



La performance de los países en la última década ha estado muy vinculada al contexto económico y de hábitos cambiantes de los consumidores de Reino Unido y en general los principales exportadores crecieron en precio promedio

Crecimiento 2015/2024 importación de vino fraccionado tranquilo en Reino Unido MAT Marzo



- Tal cual muestra el gráfico la tendencia de la última década es muy distinta entre los distintos orígenes mostrando una volatilidad muy grande entre países.
- Es de destacar que han perdido presencia los vinos franceses aunque lejos sigue siendo el principal abastecedor del mercado y alto similar ha pasado con Italia y en menor medida España. En parte esto tiene su origen en el Brexit que aumentó los aranceles de importación de los vinos del continente europeo y bajó para los países fuera de esa región donde Argentina se vio muy favorecida.
- La tendencia a la premiumización también se observa en este mercado aunque con menos intensidad que otros. Se observan pocos países donde el crecimiento en valor haya sido sustancialmente más alto que en volumen, quizás sea Estados Unidos sea el más significativo aunque con una sustancial pérdida de participación en el mercado.
- Se muestra así que se trata de un mercado altamente competitivo que además se ha hecho sede mundial de la operación de importar vinos a granel para luego embotellarlos y enviarlos tanto al Reino Unido como a otros países en calidad de exportador.

Cercanía y aranceles nulos explican la importancia de este mercado para Argentina

Brasil ha sido siempre para los vinos argentinos un mercado natural, desde hace casi cuatro décadas con una importante ventaja cambiaria y con una producción local que no alcanza a competir en escalas media y alta de precios.

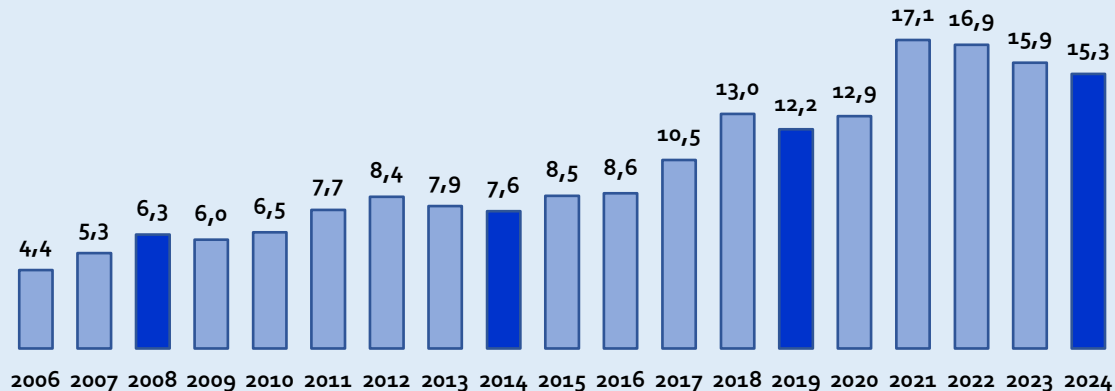
Sin embargo, sólo una vez y por poco tiempo los vinos argentinos lideraron el share que hoy dominan los chilenos.

En los últimos años un crecimiento de la demanda impulsó la venta de vinos a ese mercado

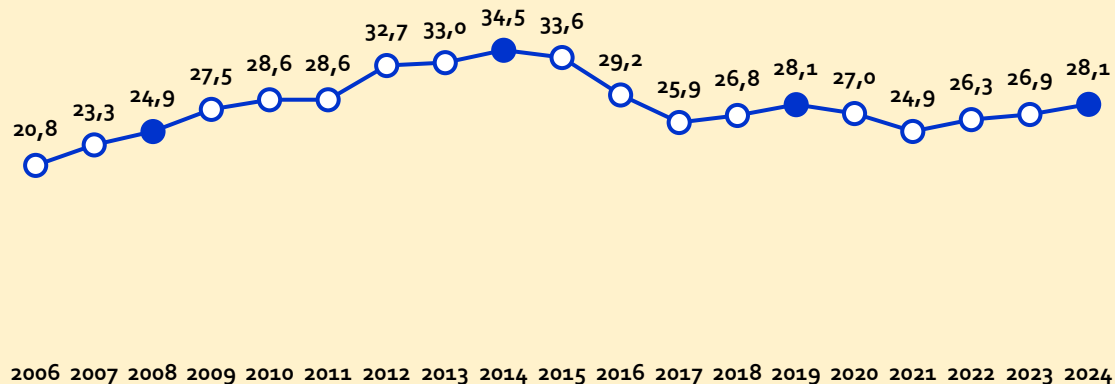


El mercado de vinos fraccionados de Brasil tuvo una retracción en volumen en los últimos años mientras que aumentó el precio promedio. En los últimos 20 años el tamaño del mercado se cuadriplicó.

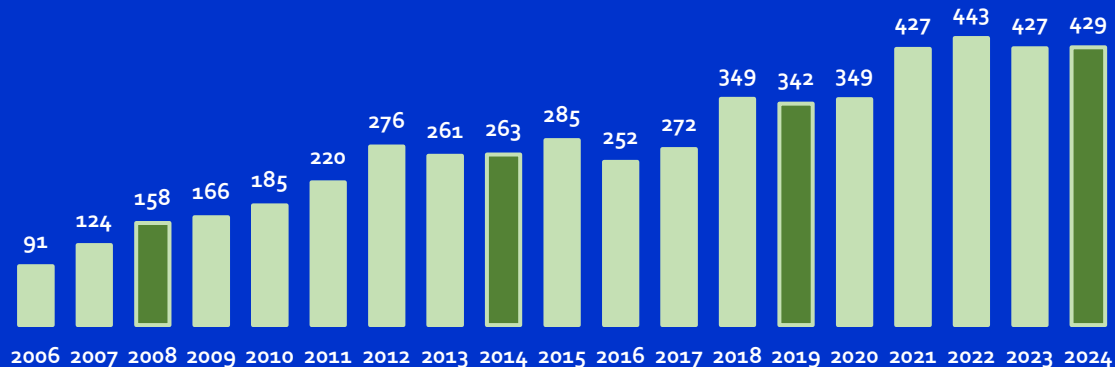
Volumen importado de fraccionado en Brasil - MM Cajas



Precio promedio de importación de fraccionado en Brasil - U\$/Caja



Valor importado de fraccionado en Brasil - MM U\$S



Las importaciones de vinos fraccionados tranquilos han tenido un gran crecimiento en las últimas dos décadas. Diversos factores contribuyen a esta tendencia

1. Cambios en el estilo de vida y preferencias del consumidor

- **Mayor interés por el vino.** El vino se ha convertido en una bebida más popular y aceptada en Brasil, especialmente entre las clases medias y altas. Los consumidores buscan opciones prácticas y accesibles para disfrutar del vino en cualquier momento y lugar.
- **Mayor conciencia sobre la salud.** Algunos consumidores perciben el vino como una bebida más saludable que otras opciones alcohólicas, como la cerveza o los licores, lo que impulsa su consumo moderado.
- **Percepción como bebida sofisticada y versátil.** El vino fraccionado se asocia con un estilo de vida moderno y sofisticado, y puede disfrutarse en diversas ocasiones, desde comidas informales hasta reuniones sociales.

2. Factores económicos y de mercado

- **Crecimiento del mercado de bebidas alcohólicas.** El mercado general de bebidas alcohólicas en Brasil ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años.
- **Mayor disponibilidad de vinos fraccionados de calidad.** La oferta de vinos fraccionados de calidad en el mercado brasileño ha aumentado considerablemente, ofreciendo a los consumidores una mayor variedad de opciones a diferentes precios.
- **Estrategias de marketing efectivas.** Las bodegas y empresas importadoras han implementado estrategias de marketing exitosas para promocionar el vino fraccionado, destacando su practicidad, versatilidad y relación calidad-precio.
- **Reducción de aranceles.** La reducción de aranceles para algunos vinos importados ha hecho que estos productos sean más competitivos en el mercado brasileño.

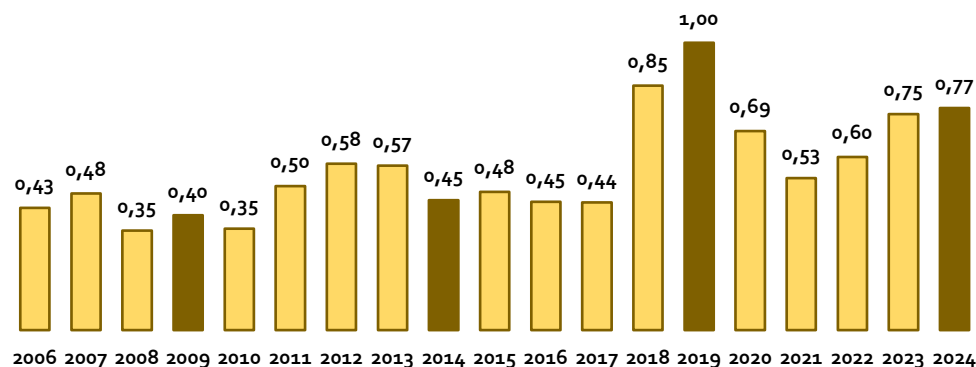
3. Influencias culturales y sociales

- **Influencia de las redes sociales.** Las redes sociales han jugado un papel importante en la difusión de la cultura del vino, mostrando su consumo en diferentes contextos y estilos de vida.
- **Tendencia hacia un estilo de vida práctico.** Los consumidores modernos buscan opciones prácticas y convenientes para disfrutar del vino, y los vinos fraccionados satisfacen esta necesidad.

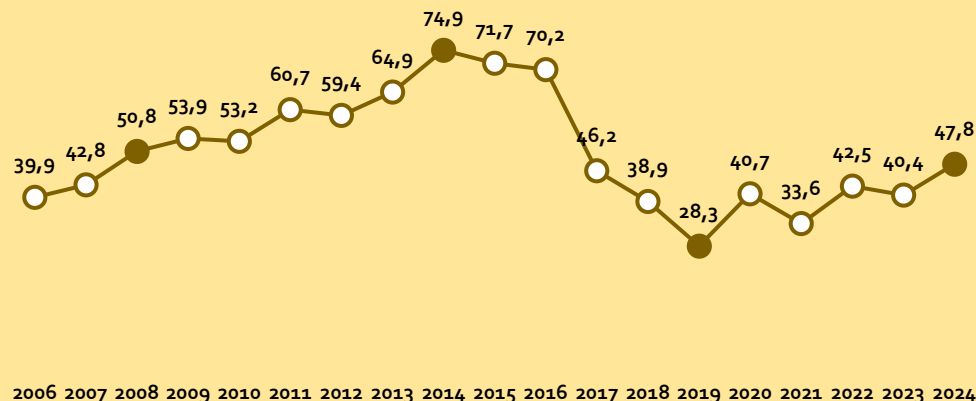
Es importante destacar que el crecimiento del vino fraccionado tranquilo no es uniforme en todos los segmentos del mercado. Los vinos tintos fraccionados han experimentado un mayor crecimiento, mientras que los vinos blancos fraccionados podrían estar estancados o incluso retrocediendo.

El crecimiento de la importación de vinos espumantes en Brasil es significativo en especial de vinos italianos

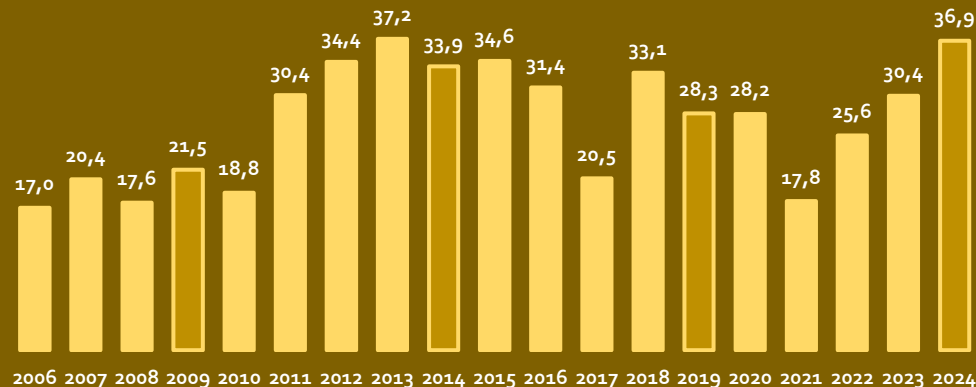
Volumen importado de espumante en Brasil - MM Cajas



Precio promedio de importación de espumantes en Brasil - U\$/Caja



Valor importado de espumante en Brasil - MM U\$



Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$400 millones en 2023 (estimación) (Fuente: IWSR, 2024).
- **Volumen:** 20 millones de litros en 2023 (Fuente: IWSR, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 8.5% durante el período 2023-2028 (Fuente: IWSR, 2024).

Características principales

- **Mercado en rápido crecimiento:** Impulsado por el aumento de la clase media, el crecimiento de los ingresos disponibles y la mayor sofisticación del consumidor.
- **Popularidad del Prosecco:** 45% del consumo total de vinos espumantes.
- **Crecimiento del consumo de espumantes nacionales:** Mayor producción local y mejor calidad.
- **Ocasiones de consumo:** Celebraciones, fiestas, eventos sociales y consumo en el hogar.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Crecimiento significativo:** Aumento de la superficie plantada y la inversión en tecnología.
- **Variedades:** Chardonnay, Pinot Noir, Moscatel, Chenin Blanc.
- **Regiones vinícolas:** Serra Gaúcha (Rio Grande do Sul), Vale dos Vinhedos (Rio Grande do Sul), Campanha Gaúcha (Rio Grande do Sul).
- **Marcas:** Salton, Miolo, Garibaldi, Freixenet, Aurora.

Tendencias

- **Creciente preferencia por Prosecco:** Precio accesible, sabor ligero y refrescante.
- **Mayor interés por espumantes rosados:** Nueva tendencia de consumo, especialmente entre los jóvenes.
- **Popularidad del consumo en el hogar:** Impulso por la pandemia y nuevas estrategias de marketing.
- **Crecimiento del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- **Impulso del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.

Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Prosecco:** Ofrecer Prosecco de alta calidad a precios competitivos.
- **Espumantes rosados:** Innovar en la producción y oferta de espumantes rosados para atender las nuevas tendencias de consumo.
- **Espumantes nacionales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas enoturísticas.
- **Estrategias de marketing:** Enfocarse en el consumidor joven y urbano, resaltar las características únicas de los espumantes brasileños y utilizar canales de venta online.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas en bodegas.

Desafíos

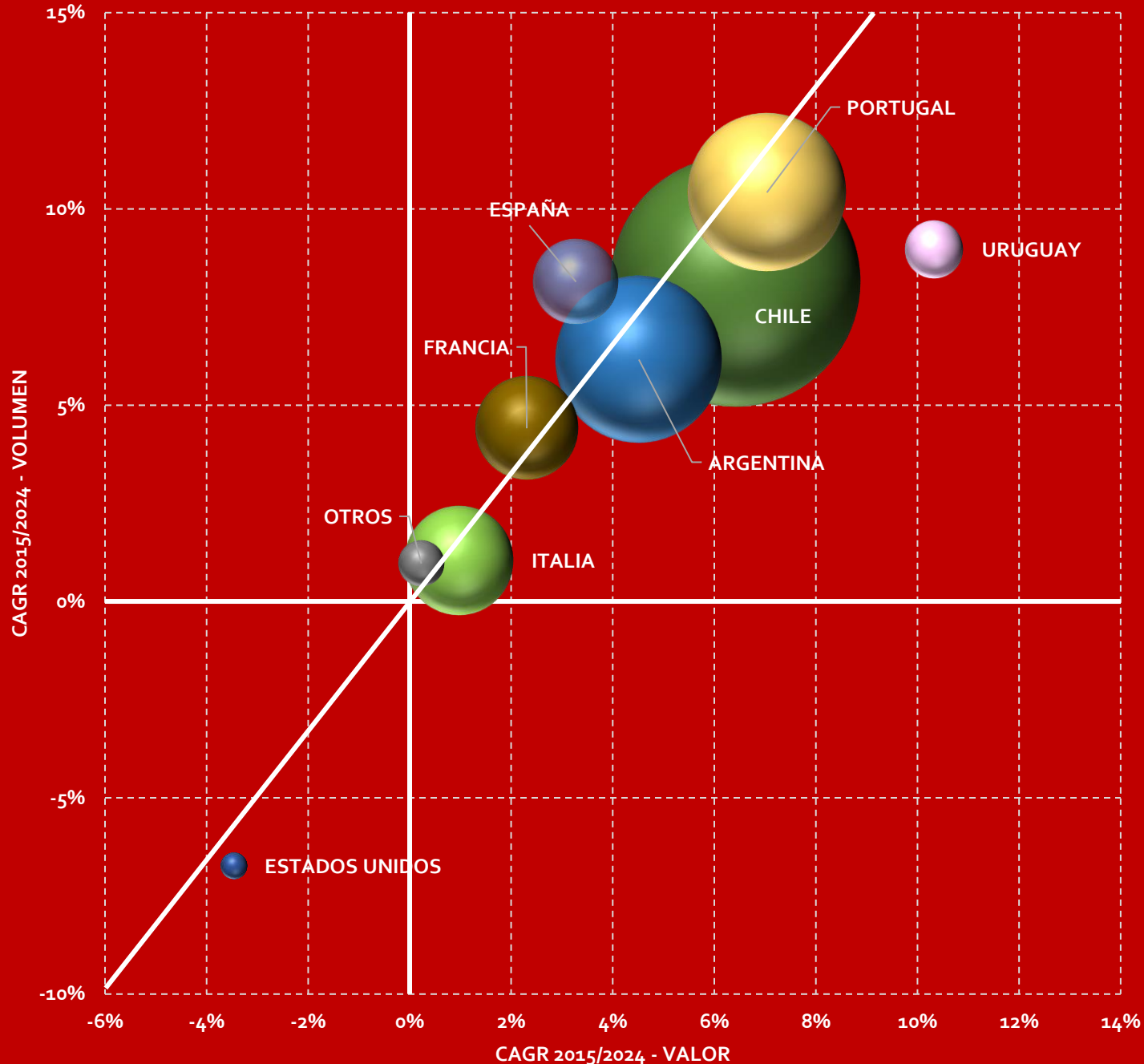
- **Competencia global:** Presencia de grandes marcas internacionales de Prosecco y Champagne.
- **Percepción del consumidor:** Prejuicio hacia los espumantes brasileños en comparación con marcas internacionales.
- **Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- **Logística y distribución:** Optimizar la cadena de suministro para reducir costos y mejorar la eficiencia.

El mercado de vinos espumantes en Brasil presenta un **crecimiento acelerado** y atractivas oportunidades para las empresas vitivinícolas que comprendan las tendencias, preferencias, el entorno regulatorio y competitivo, y la importancia de la **producción local**. Enfocarse en nichos específicos como el Prosecco y los espumantes rosados, desarrollar estrategias de marketing efectivas, establecer relaciones sólidas con socios locales, optimizar la logística, potenciar la **producción local de alta calidad**, innovar en productos y experiencias, y promover el **enoturismo**, son claves para navegar este mercado dinámico y prometedor.

- En las últimas dos décadas la participación del vino fraccionado tranquilo ha crecido sustancialmente a expensas del vino espumante, del cual la producción local es muy importante, y del vino a granel que prácticamente ha desaparecido.
- Chile y Argentina siguen liderando el mercado de importación por dos razones principales cercanía y tasas nulas de importación que son muy relevantes dado que en general casi todos los otros orígenes tienen tasas del 27%.
- En los últimos veinte años los vinos chilenos han crecido considerablemente de share mientras que los de Argentina han caído, salvo la recuperación de los últimos tres años.
- Los vinos portugueses han aprovechado la merma de los argentinos y superaron a los italianos y de continuar la tendencia, es posible que superen el share de los argentinos.
- Un caso a destacar es el crecimiento de los vinos uruguayos que también tienen cercanía, tasa 0% y han evolucionado en calidad posicionando la cepa Tannat.

La performance de los países en la última década ha sido destacada para la mayoría de los vinos, siendo la de los argentinos una performance similar al promedio lo que le ha hecho perder share frente a otros

Crecimiento 2015/2024 importaciones vino fraccionado tranquilo en Brasil



- Los vinos chilenos ya lideraban las importaciones diez años atrás y junto con Portugal y Uruguay comparte los primeros lugares en tasa de expansión.
- Es de destacar la expansión de los vinos portugueses ya sea por afinidad cultural o calidad están cerca de superar en tamaño a los vinos argentinos que ocupan el segundo lugar.
- Otro caso destacable es el de los vinos uruguayos que han crecido a tasas muy elevadas en la última década pero especialmente lo han hecho en valor lo cual significa que han penetrado en franjas elevadas de precios basados en una singular mejora cualitativa.
- Italia ha tenido una performance pobre habiendo sido tradicionalmente el tercer origen de importación.
- Por último, Estados Unidos ha mostrado caídas importantes tanto en valor como en volumen.
- Casi todos los países han aumentado su precio promedio y dos en particular lo han disminuido (Francia y España), aunque el primero sigue manteniendo el liderazgo en precios de importación en el mercado de Brasil y ha tenido buena performance en la exportación de vinos espumantes.

País por país, los principales 20 importadores mundiales

A continuación se presentan las características y tendencias más destacadas de los primeros 20 importadores mundiales apelando a bases de datos internacionales y opiniones vertidas por las más influyentes consultoras especializadas en el sector como organismos mundiales y nacionales dedicados al seguimiento del sector vitivinícola. Las afirmaciones que han sido extraídas de distintos documentos se expresan con la fuente de información.



Mercado de importación de vinos en Estados Unidos



54

Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$66.300 millones en 2023 (estimación) (Fuente Wine Institute, 2024).
- **Volumen:** 33,8 millones de hectolitros en 2023 (Fuente Wine Institute, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 1,2% durante el período 2023-2028 (Fuente Wine Institute, 2024).

Características principales

- **Mayor consumidor de vino del mundo.**
- **Consumo diverso:** Amplia gama de estilos, variedades y precios de vinos.
- **Perfil del consumidor:** Amplia gama de consumidores, desde jóvenes hasta profesionales experimentados.
- **Popularidad de los vinos tintos:** 60% del consumo total.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Producción anual:** 24,5 millones de hectolitros.
- **Regiones vitivinícolas principales:** California, Washington, Oregón, Nueva York.
- **Variedades de uva más cultivadas:** Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Merlot.

Tendencias

- **Mayor preferencia por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- **Creciente interés por vinos orgánicos y biodinámicos:** Demanda de opciones ecológicas y sostenibles.
- **Popularidad del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas y regiones vinícolas.
- **Impulso del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- **Crecimiento del segmento de vinos espumantes:** Popularidad del champagne y otros vinos espumantes.

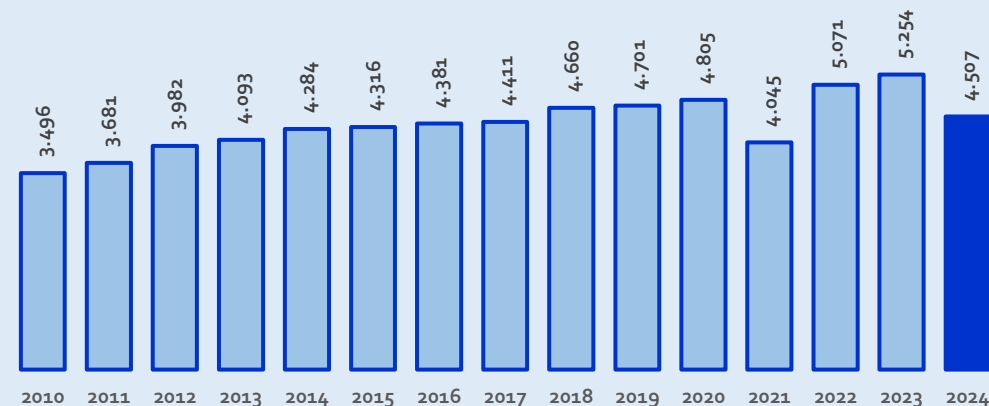
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- **Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas.
- **Vinos orgánicos y biodinámicos:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas.
- **Vinos locales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.
- **Segmento de vinos espumantes:** Innovar en la producción y oferta de vinos espumantes.

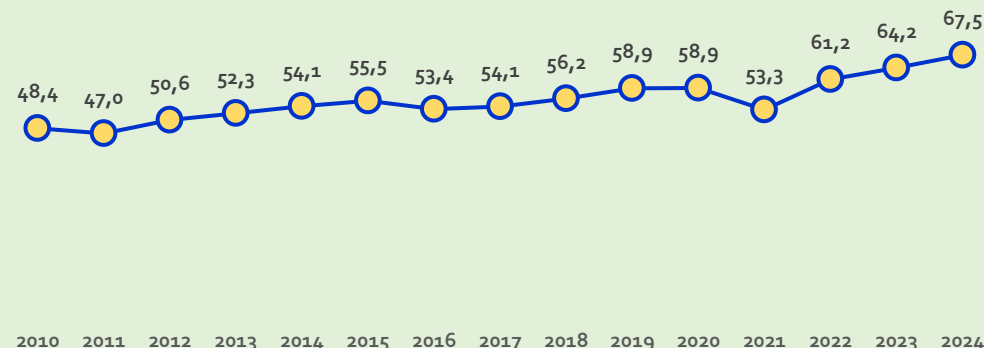
Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia y España.
- **Precios elevados:** Impacto en la accesibilidad para algunos consumidores.
- **Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- **Regulaciones:** Cumplimiento de normas y requisitos complejos.

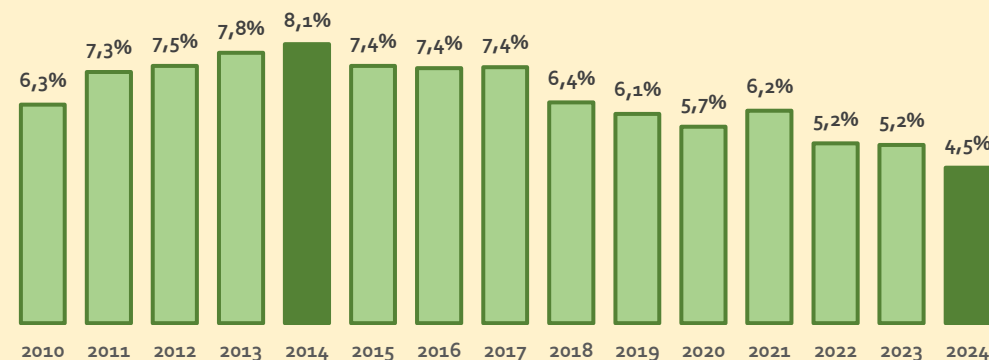
Importación de vino fraccionado en Estados Unidos - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Estados Unidos - U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Estados Unidos - MAT Febero



Mercado de importación de vinos en Reino Unido



Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$15.400 millones en 2023 (estimación) (Fuente IWSR, 2024).
- **Volumen:** 14,67 millones de hectolitros en 2023 (Fuente IWSR, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 0,5% durante el período 2023-2028 (Fuente IWSR, 2024).

Características principales

- **Consumo maduro:** Mercado relativamente estable con baja tasa de crecimiento.
- **Perfil del consumidor:** Amplia gama de consumidores, desde jóvenes hasta profesionales experimentados.
- **Popularidad de los vinos tintos:** 60% del consumo total.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Mínima:** Menos del 1% del consumo total.
- **Crecimiento emergente:** Pequeños viñedos y productores artesanales.
- **Potencial para el desarrollo:** Variedades resistentes al clima.

Tendencias

- **Mayor preferencia por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- **Creciente interés por vinos sostenibles:** Demanda de opciones ecológicas y responsables.
- **Popularidad del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.
- **Aumento del consumo de vinos espumantes:** Popularidad del champagne y otros vinos espumantes.

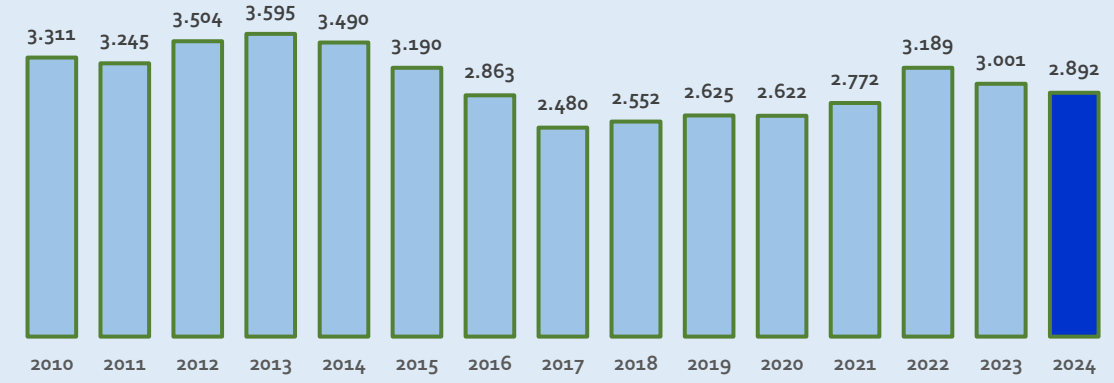
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- **Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas.
- **Vinos sostenibles:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas.
- **Vinos locales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.
- **Segmento de vinos espumantes:** Innovar en la producción y oferta de vinos espumantes.

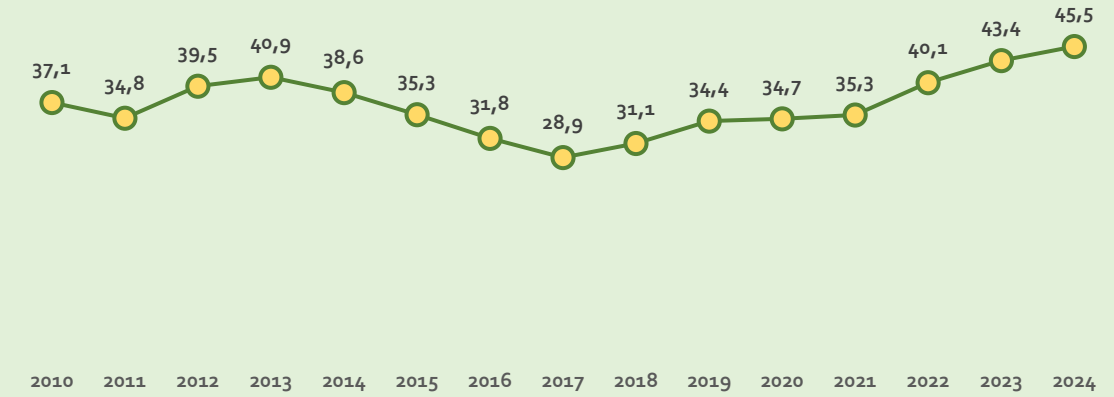
Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia, España y Chile.
- **Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- **Saturación del mercado:** Dificultad para destacarse en un mercado competitivo.
- **Cambios en los hábitos de consumo:** Tendencia hacia otras bebidas alcohólicas.

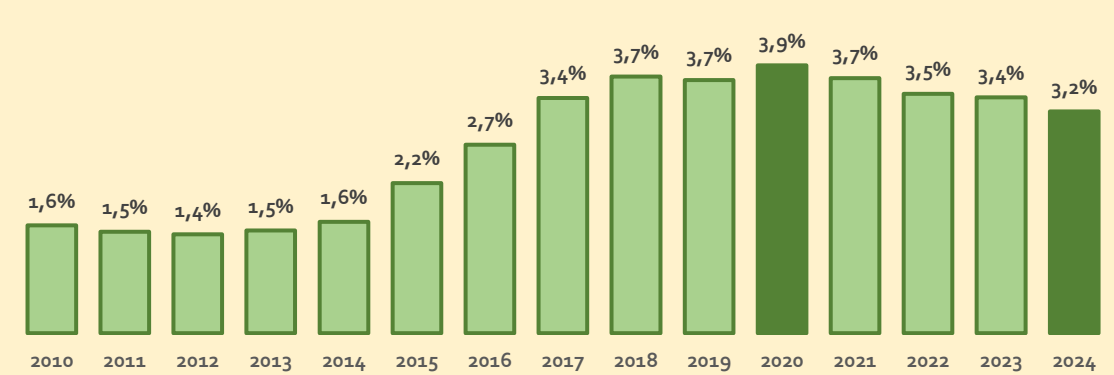
Importación de vino fraccionado en Reino Unido - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Reino Unido - U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Reino Unido - MAT Febero



Mercado de importación de vinos en China



56

Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$13.000 millones en 2023 (estimación) (Fuente Vinexpo, 2024).
- **Volumen:** 6,5 millones de hectolitros en 2023 (Fuente Vinexpo, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 12.9% durante el período 2023-2028 (Fuente Vinexpo, 2024).

Características principales

- **Mayor mercado de vino emergente del mundo.**
- **Crecimiento acelerado:** Impulsado por el crecimiento de la clase media, el aumento de los ingresos disponibles y la creciente sofisticación del consumidor.
- **Perfil del consumidor:** Jóvenes profesionales con altos ingresos.
- **Popularidad de los vinos tintos:** 70% del consumo total.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Potencial para el desarrollo:** Variedades resistentes al clima y adaptadas al gusto local.
- **Crecimiento de la superficie plantada:** Se estima que la superficie de viñedos en China se mantiene estable en **785.000 hectáreas** en 2022, pero se esperan **proyectos de crecimiento moderado** para los próximos años.

Tendencias

- **Mayor preferencia por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad, especialmente vinos franceses.
- **Creciente interés por vinos franceses:** Popularidad de las marcas francesas y la cultura del vino francés.
- **Popularidad del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- **Impulso del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.
- **Crecimiento del segmento de vinos espumantes:** Popularidad del champagne y otros vinos espumantes.

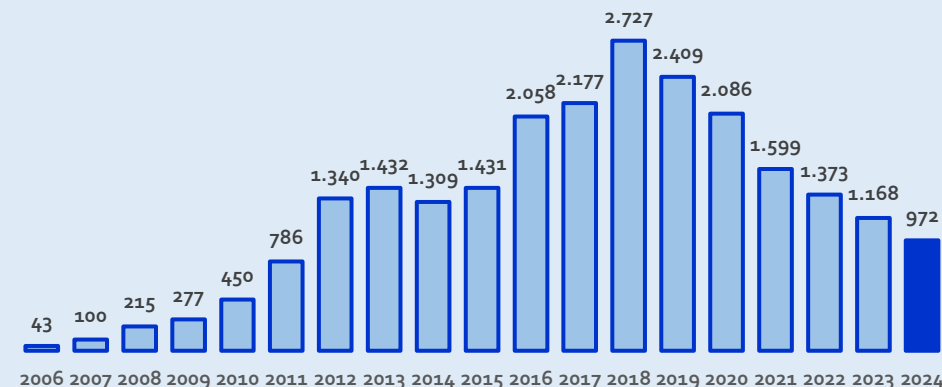
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad, especialmente vinos franceses.
- **Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas que se adapten al gusto local.
- **Vinos sostenibles:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas.
- **Vinos locales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.
- **Segmento de vinos espumantes:** Innovar en la producción y oferta de vinos espumantes.

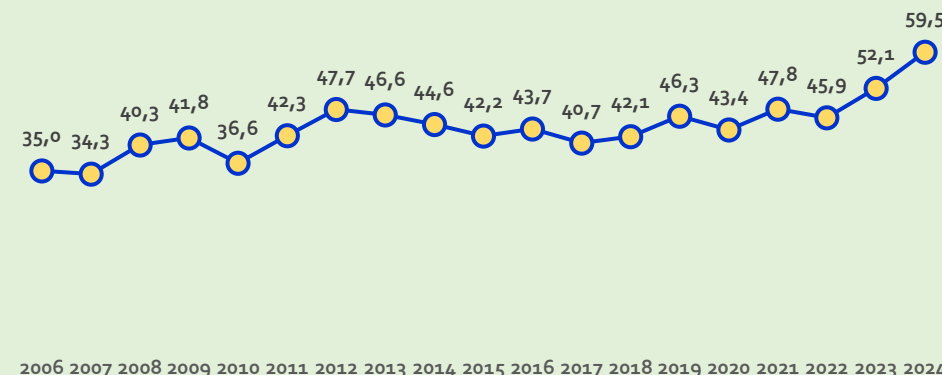
Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia, España.
- **Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- **Regulaciones:** Cumplimiento de normas y requisitos complejos.
- **Falta de conocimiento del vino:** Necesidad de educar al consumidor sobre la cultura del vino.

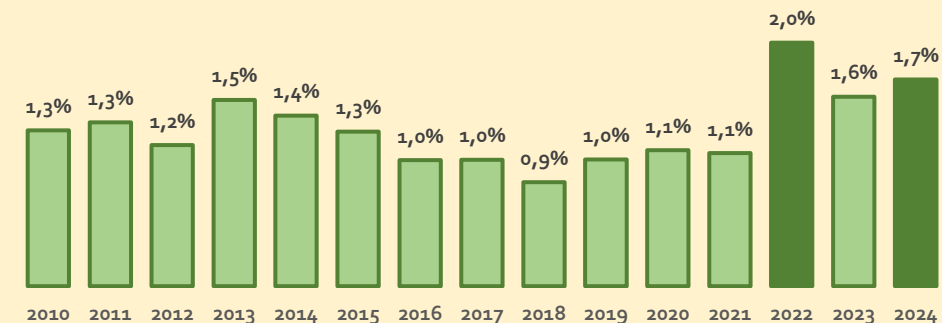
Valor importación vinos fraccionado en China - MM U\$S - MAT Marzo



Precio promedio importación vino fraccionado en China - U\$S/Caja



Share en valor de exportaciones argentinas de vino fraccionado a China - MAT Marzo



Mercado de importación de vinos en Alemania



Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$18.000 millones en 2023 (estimación) (Fuente Statista, 2024).
- **Volumen:** 23 millones de hectolitros en 2023 (Fuente Statista, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 0.5% durante el período 2023-2028 (Fuente Statista, 2024).

Características principales

- **Tercer mayor mercado de vino del mundo.**
- **Mercado maduro:** Bajo crecimiento pero con alta demanda interna.
- **Perfil del consumidor:** Amplia gama de consumidores, desde jóvenes hasta profesionales experimentados.
- **Popularidad de los vinos blancos:** 60% del consumo total.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Dominante:** Más del 90% del consumo total.
- **Variedades:** Riesling, Spätburgunder (Pinot Noir), Müller-Thurgau, Silvaner.
- **Regiones vinícolas:** Mosel, Rheingau, Pfalz, Baden, Württemberg.

Tendencias

- **Crecimiento del segmento de vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- **Mayor interés por vinos ecológicos y biodinámicos:** Demanda de opciones sostenibles.
- **Popularidad del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- **Impulso del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.
- **Creciente interés por vinos espumantes:** Popularidad del Sekt alemán.

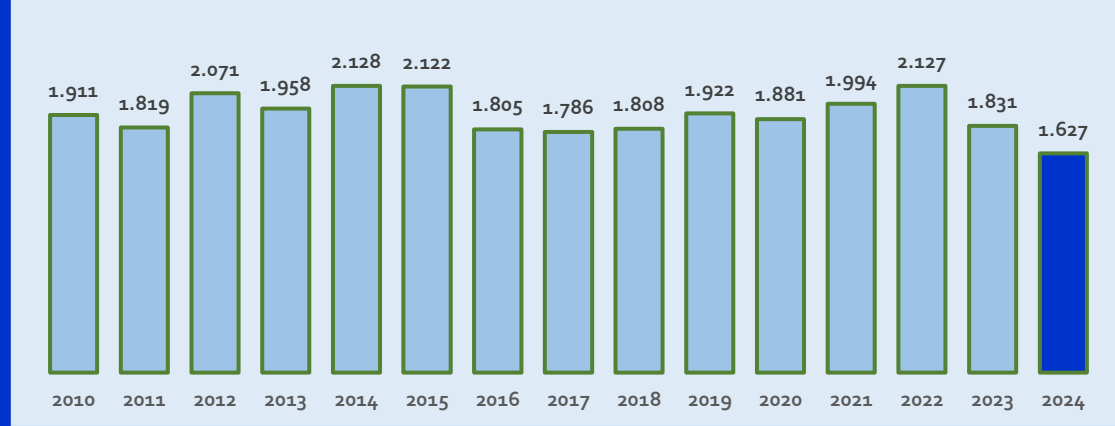
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- **Vinos ecológicos y biodinámicos:** Satisfacer la demanda de opciones sostenibles.
- **Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.
- **Segmento de vinos espumantes:** Innovar en la producción y oferta de vinos espumantes.

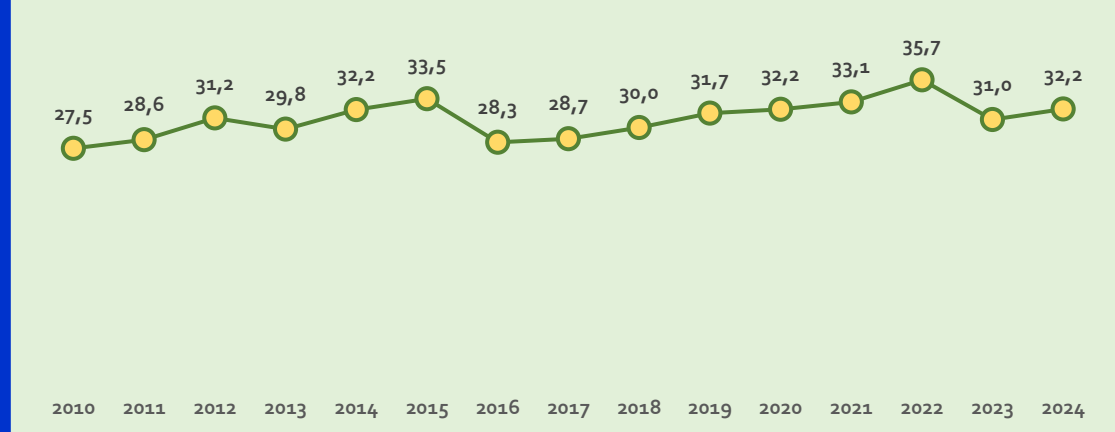
Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia y España.
- **Saturación del mercado:** Dificultad para destacarse en un mercado competitivo.
- **Cambios en los hábitos de consumo:** Tendencia hacia otras bebidas alcohólicas.
- **Impacto del cambio climático:** Dificultades en la producción de algunas variedades.

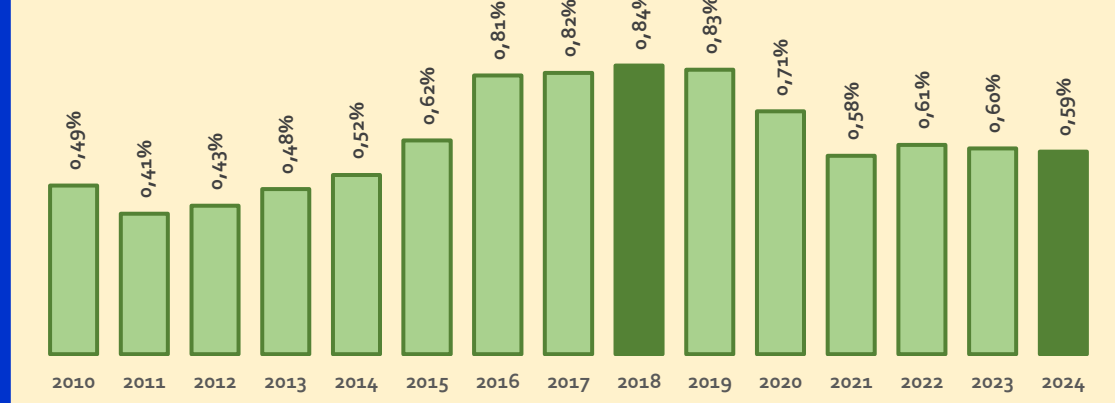
Importación de vino fraccionado en Alemania - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Alemania U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Alemania - MAT Febrero



Mercado de vinos de Canadá



Tamaño del mercado

- **Valor** US\$6.100 millones en 2023 (estimación) (Fuente IWSR, 2024).
- **Volumen** 2.8 millones de hectolitros en 2023 (Fuente IWSR, 2024).
- **Crecimiento CAGR** del 2.1% durante el período 2023-2028 (Fuente IWSR, 2024).

Características principales

- **Cuarto mayor importador de vino del mundo.**
- **Mercado en crecimiento.** Impulsado por el aumento de los ingresos disponibles, la creciente sofisticación del consumidor y la apertura a nuevas variedades de vino.
- **Perfil del consumidor.** Jóvenes profesionales con altos ingresos y educación.
- **Popularidad de los vinos tintos.** 60% del consumo total.
- **Canales de venta.** Tiendas especializadas en licores, supermercados, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Mínima.** Menos del 3% del consumo total.
- **Crecimiento emergente.** Pequeños viñedos y productores artesanales.
- **Variedades.** Pinot Gris, Chardonnay, Vidal, Baco Noir.
- **Regiones vinícolas.** Ontario, Columbia Británica, Quebec, Nueva Escocia.

Tendencias

- **Creciente preferencia por vinos premium.** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- **Mayor interés por vinos locales.** Apoyo a la producción nacional y vinos con identidad regional.
- **Popularidad del comercio electrónico.** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- **Impulso del enoturismo.** Experiencias únicas en bodegas.
- **Creciente interés por vinos rosados y espumantes.** Nuevas tendencias de consumo.

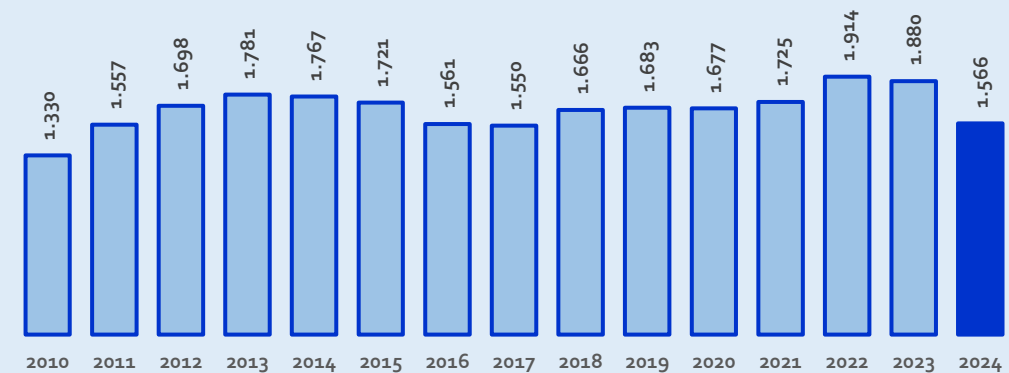
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium.** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad, especialmente vinos franceses, italianos y españoles.
- **Vinos locales.** Promover la producción nacional y ofrecer experiencias únicas que destaquen la identidad regional.
- **Vinos jóvenes.** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho.** Variedades menos conocidas o con características únicas que se adapten al gusto local.
- **Comercio electrónico.** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo.** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.
- **Segmento de vinos rosados y espumantes.** Innovar en la producción y oferta de vinos rosados y espumantes para atender las nuevas tendencias de consumo.

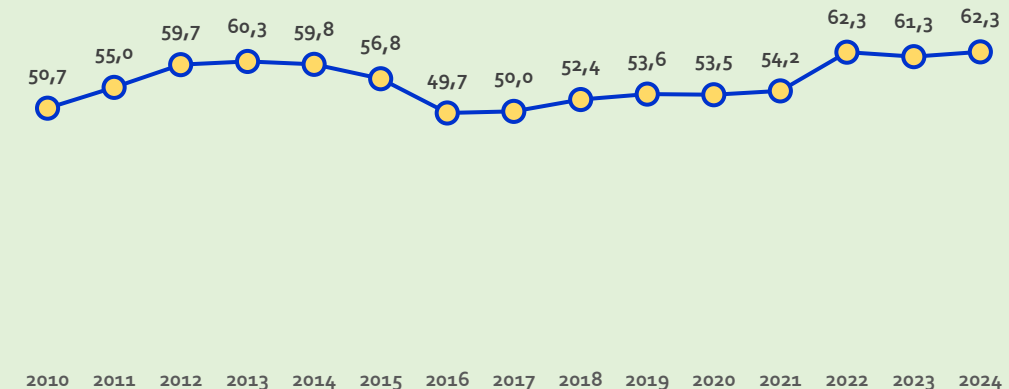
Desafíos

- **Competencia global.** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia, España, Australia y Chile.
- **Impuestos especiales.** Impacto en el precio final para el consumidor.
- **Fragmentación del mercado.** Diversidad de provincias con regulaciones y preferencias propias.

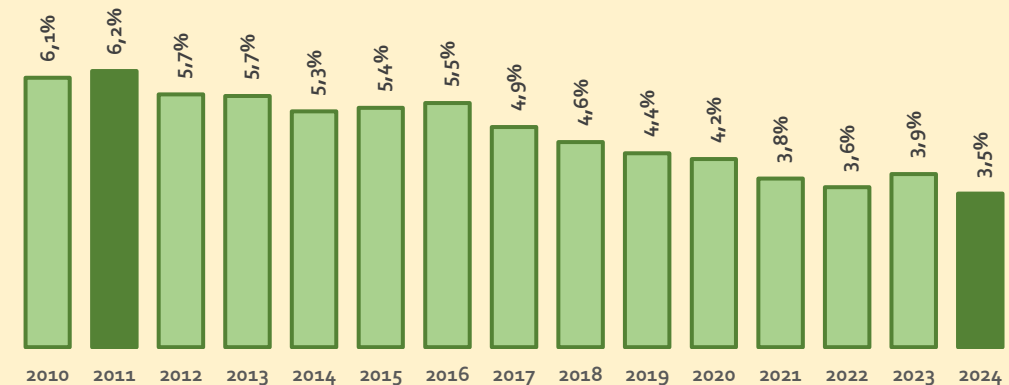
Importación de vino fraccionado en Canadá - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Canadá - U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Canadá - MAT Febrero



Mercado de vinos de Países Bajos



Tamaño del mercado

- Valor. €3.200 millones en 2021 (Fuente Rabobank, 2022).
- Volumen. 240 millones de litros en 2021, equivalente a 13,8 litros per cápita (Fuente Rabobank, 2022).

Producción local

- Mínima, representando menos del 1% del consumo total (Fuente CBS, 2023).
- Crecimiento emergente de pequeños viñedos y productores artesanales (Fuente Nederlandse Wijnbouwwinkel, 2023).
- Potencial para el desarrollo de la viticultura neerlandesa, especialmente en variedades resistentes al clima (Fuente Wageningen University & Research, 2021).

Crecimiento y Tendencias

- Mercado maduro con un crecimiento constante pero lento (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia por vinos tintos (45%) sobre blancos (40%), espumantes (12%) y rosados (3%) (Fuente Nielsen, 2023).
- Creciente interés en vinos orgánicos, sostenibles y de baja graduación alcohólica (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente NBTC, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium. Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores dispuestos a pagar más (Fuente Nielsen, 2023).
- Vinos jóvenes. Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos de nicho. Explorar variedades menos conocidas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Nielsen, 2023).
- Vinos sostenibles. Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos locales. Promover el desarrollo de la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Nederlandse Wijnbouwwinkel, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Nielsen, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Nielsen, 2023).

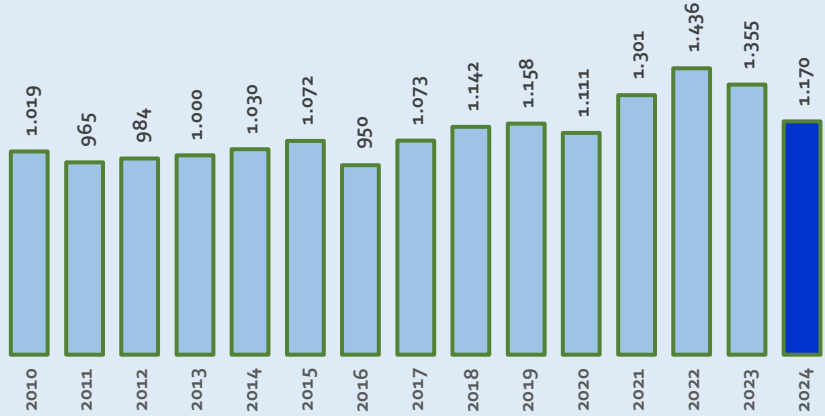
Regulaciones y Competencia

- Impuestos sobre el consumo (IVA) y otros impuestos especiales afectan el precio final del vino (Fuente Belastingdienst, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente NVWA, 2023).
- Mercado altamente competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

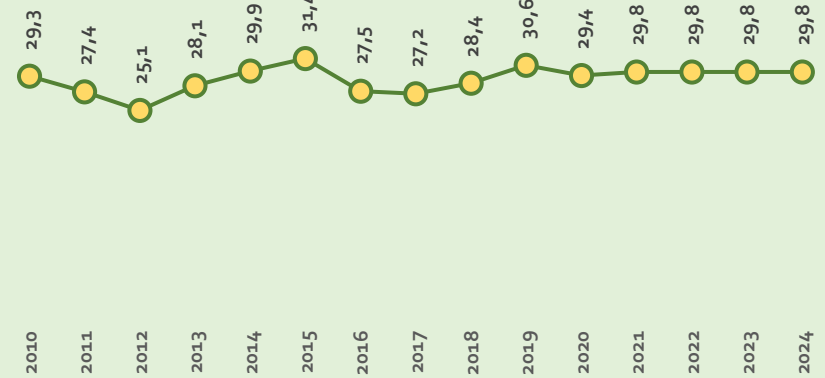
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente NVWA, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Nielsen, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Nielsen, 2023).

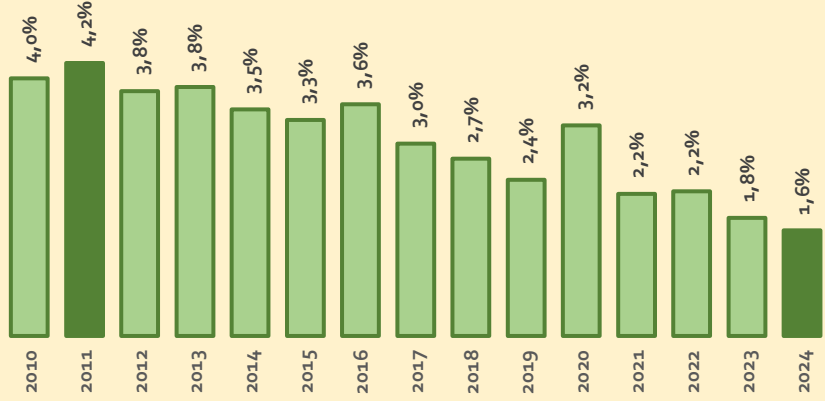
Importación de vino fraccionado en Países Bajos - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Países Bajos - U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Países Bajos - MAT Febrero



Mercado de vinos de Suiza



Tamaño del mercado

- Valor: €2.800 millones en 2021 (Fuente Swiss Wine Market Report, 2022).
- Volumen: 220 millones de litros en 2021, equivalente a 26,5 litros per cápita (Fuente Swiss Wine Market Report, 2022).

Producción local

- Significativa, representando el 50% del consumo total (Fuente Swiss Wine Association, 2023).
- Diversidad de variedades, con énfasis en Pinot Noir, Chasselas y Merlot (Fuente Swiss Wine Association, 2023).
- Crecimiento sostenible de la producción local (Fuente Swiss Federal Office for Agriculture, 2022).

Crecimiento y Tendencias

- Mercado maduro con un crecimiento constante (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia por vinos blancos (55%) sobre tintos (40%), espumantes (3%) y rosados (2%) (Fuente Nielsen, 2023).
- Creciente interés en vinos orgánicos, biodinámicos y locales (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente Switzerland Tourism, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium: Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores exigentes (Fuente Nielsen, 2023).
- Vinos jóvenes: Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos de nicho: Explorar variedades autóctonas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Swiss Wine Association, 2023).
- Vinos sostenibles: Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos locales: Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Swiss Wine Tourism, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Nielsen, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Nielsen, 2023).

Regulaciones y Competencia

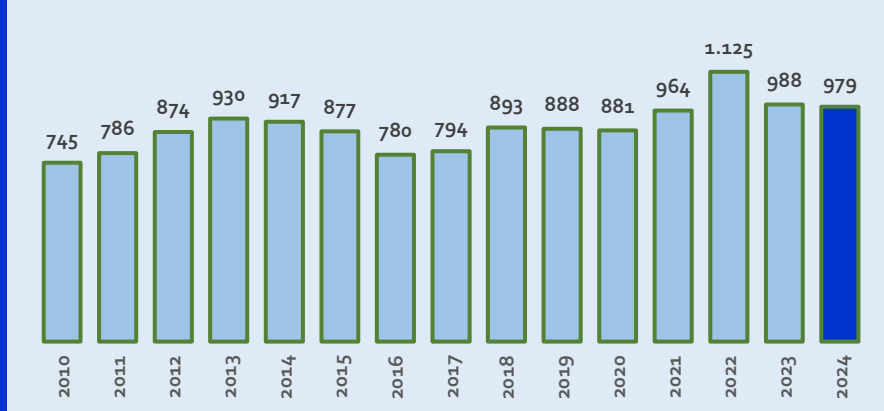
- Impuestos sobre el consumo (IVA) y otros impuestos especiales afectan el precio final del vino (Fuente Federal Tax Administration, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente Federal Office for Agriculture, 2023).
- Mercado competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente Federal Office for Agriculture, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Nielsen, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Nielsen, 2023).

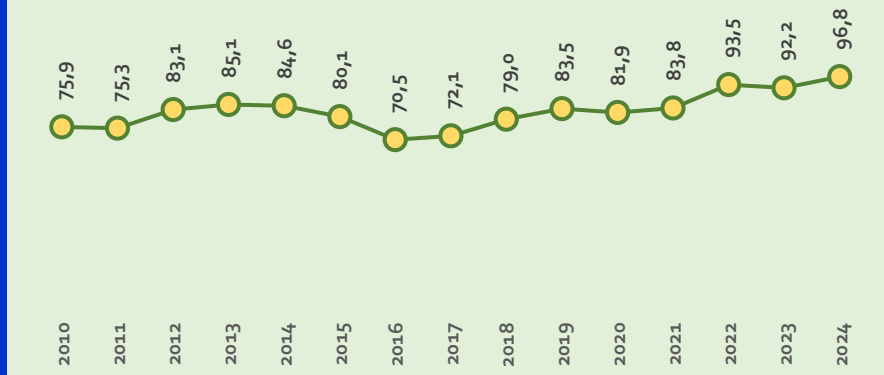
Importación de vino fraccionado en Suiza

MM U\$S

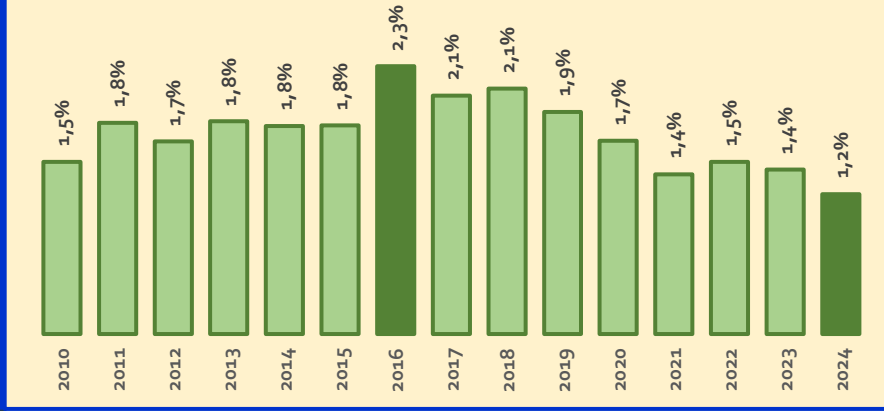


Precio promedio Importación de vino fraccionado en Suiza –

MM U\$S



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Suiza - MAT Febrero



Mercado de vinos de Japón



Tamaño del mercado

- Valor: €15.000 millones en 2021 (Fuente IWSR, 2023).
- Volumen: 2.300 millones de litros en 2021, equivalente a 18 litros per cápita (Fuente IWSR, 2023).

Producción local

- Mínima, representando menos del 1% del consumo total (Fuente Japan Wine Association, 2023).
- Crecimiento emergente de pequeños viñedos y productores artesanales (Fuente Japan Wine Association, 2023).
- Potencial para el desarrollo de la viticultura japonesa, especialmente en variedades resistentes al clima (Fuente University of Yamanashi, 2022).

Crecimiento y tendencias

- Mercado en expansión con un crecimiento constante (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia por vinos tintos (55%) sobre blancos (40%), espumantes (3%) y rosados (2%) (Fuente Euromonitor, 2023).
- Creciente interés en vinos franceses, italianos y chilenos (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente Japan National Tourism Organization, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium: Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores dispuestos a pagar más (Fuente Euromonitor, 2023).
- Vinos jóvenes: Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos de nicho: Explorar variedades menos conocidas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Japan Wine Association, 2023).
- Vinos sostenibles: Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos locales: Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Japan Wine Association, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Euromonitor, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Euromonitor, 2023).

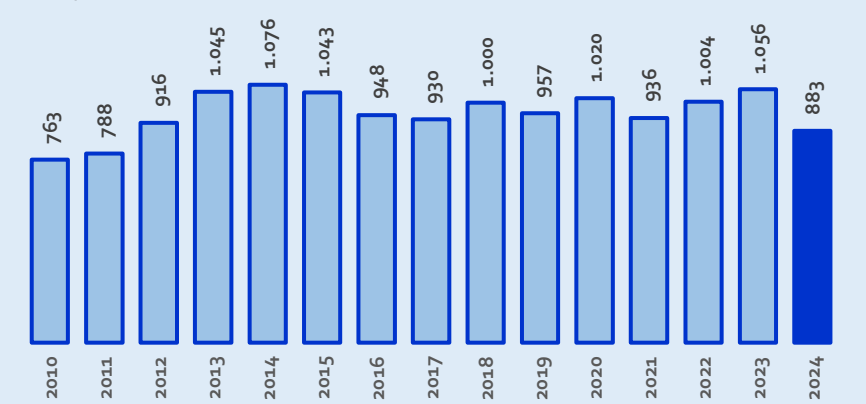
Regulaciones y Competencia

- Impuestos especiales sobre el consumo de alcohol (Fuente National Tax Agency, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, 2023).
- Mercado altamente competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

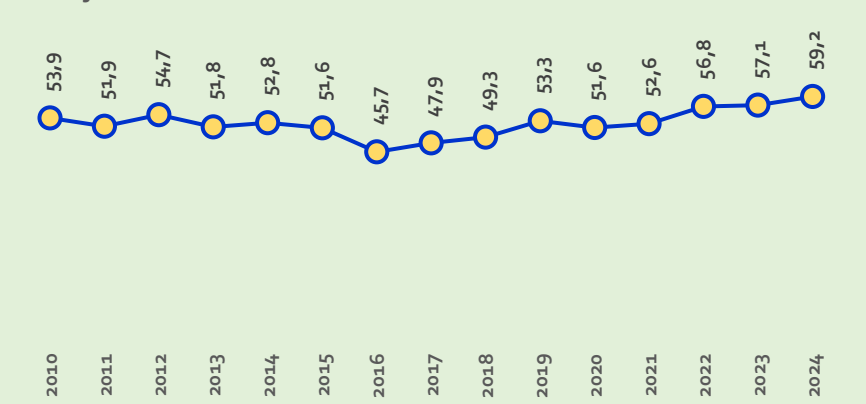
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Euromonitor, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Euromonitor, 2023).

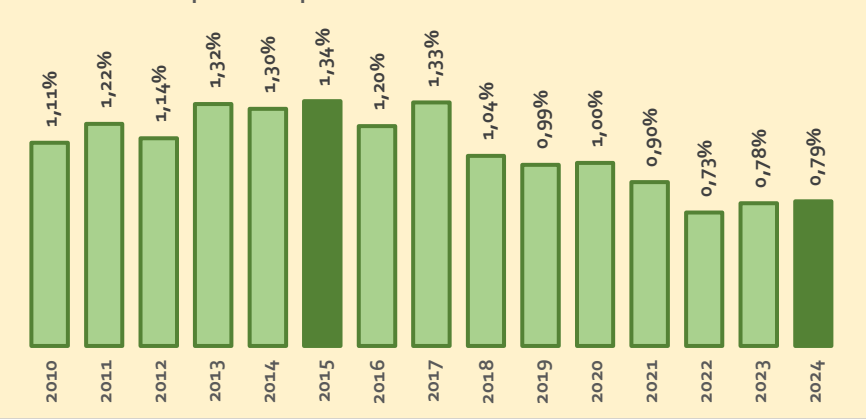
Importación de vino fraccionado en Japón
MM U\$S



Precio promedio Importación de vino fraccionado en Japón –
U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino
fraccionado tranquilo en Japón - MAT Febrero



Mercado de vinos de Rusia



Tamaño del mercado

- Valor: €7.000 millones en 2021 (Fuente IWSR, 2023).
- Volumen: 1.100 millones de litros en 2021, equivalente a 7,5 litros per cápita (Fuente IWSR, 2023).

Producción local

- Mínima, representando menos del 1% del consumo total (Fuente Russian Wines Association, 2023).
- Crecimiento emergente de pequeños viñedos y productores artesanales (Fuente Russian Wines Association, 2023).
- Potencial para el desarrollo de la viticultura rusa, especialmente en variedades resistentes al clima (Fuente National Research Institute of Viticulture and Viticulture, 2021).

Crecimiento y tendencias

- Mercado en declive debido a factores económicos y políticos (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia de vinos tintos (60%) sobre blancos (35%), espumantes (3%) y rosados (2%) (Fuente Euromonitor, 2023).
- Creciente interés en vinos franceses, italianos y españoles (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente Russian Tourism Agency, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium: Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores dispuestos a pagar más (Fuente Euromonitor, 2023).
- Vinos jóvenes: Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos de nicho: Explorar variedades menos conocidas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Russian Wines Association, 2023).
- Vinos sostenibles: Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos locales: Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Russian Wines Association, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Euromonitor, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Euromonitor, 2023).

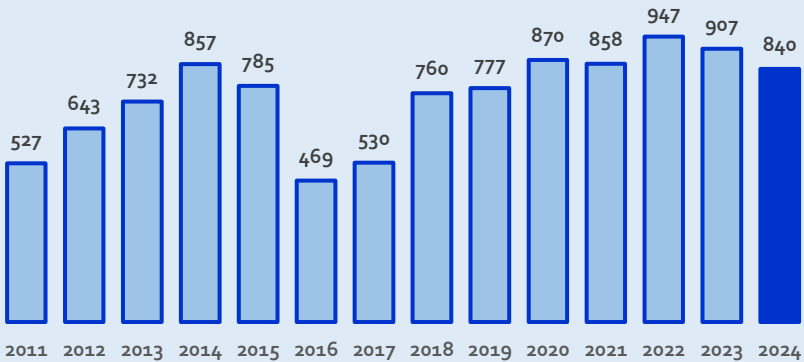
Regulaciones y Competencia

- Impuestos especiales sobre el consumo de alcohol (Fuente Federal Tax Service of Russia, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente Ministry of Agriculture of the Russian Federation, 2023).
- Mercado competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

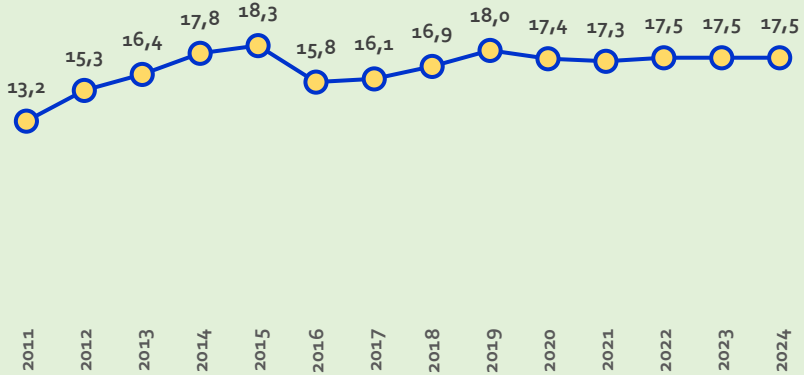
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente Ministry of Agriculture of the Russian Federation, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Euromonitor, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Euromonitor, 2023).

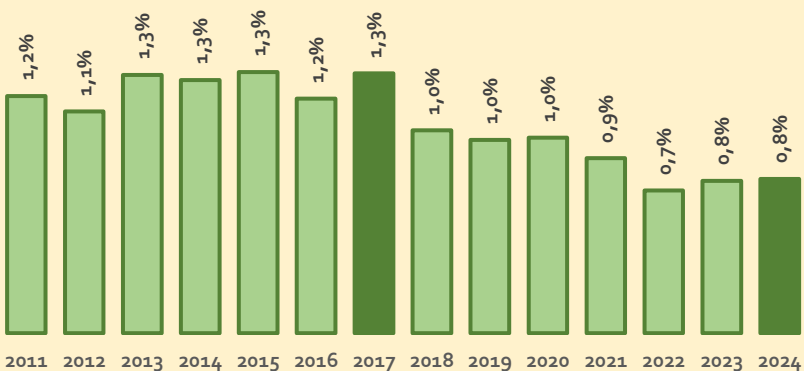
Importación de vino fraccionado en Rusia
MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Rusia
– MM U\$S



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino
fraccionado tranquilo en Rusia - MAT Febrero



Mercado de vinos de Francia



Tamaño del mercado

- Valor: €30.000 millones en 2021 (Fuente IWSR, 2023).
- Volumen: 8.000 millones de litros en 2021, equivalente a 120 litros per cápita (Fuente IWSR, 2023).

Producción local

- Dominante, representando más del 50% del consumo total y el mayor productor mundial de vino (Fuente French Wine Institute, 2023).
- Diversidad de regiones vinícolas y variedades, con énfasis en Pinot Noir, Chardonnay y Cabernet Sauvignon (Fuente French Wine Institute, 2023).
- Exportador líder de vinos a nivel mundial (Fuente OIV, 2023).

Crecimiento y Tendencias

- Mercado maduro con un crecimiento constante pero lento (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia por vinos tintos (55%) sobre blancos (40%), espumantes (3%) y rosados (2%) (Fuente Nielsen, 2023).
- Creciente interés en vinos orgánicos, biodinámicos y sostenibles (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente Atout France, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium: Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores exigentes (Fuente Nielsen, 2023).
- Vinos de nicho: Explorar variedades regionales o con características únicas para nichos específicos (Fuente French Wine Institute, 2023).
- Vinos sostenibles: Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos experienciales: Ofrecer experiencias únicas y memorables a través del enoturismo (Fuente Atout France, 2023).
- Vinos innovadores: Desarrollar nuevas propuestas y tendencias para atraer a consumidores jóvenes (Fuente IWSR, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Nielsen, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Nielsen, 2023).

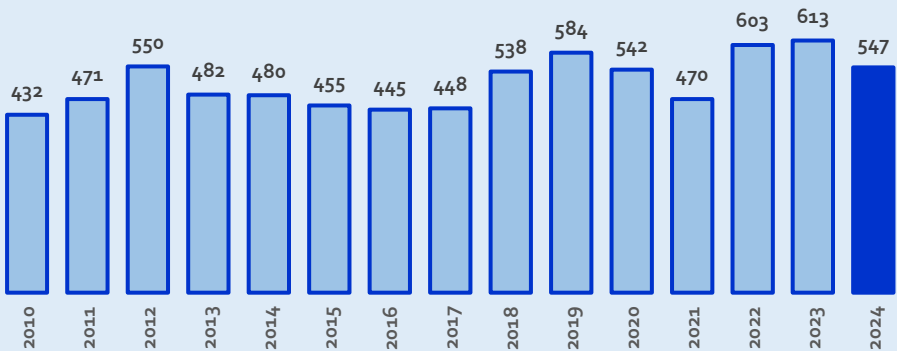
Regulaciones y Competencia

- Sistema de denominaciones de origen (AOC) y regulaciones estrictas de producción (Fuente French Ministry of Agriculture and Food, 2023).
- Mercado altamente competitivo con presencia global (Fuente IWSR, 2023).

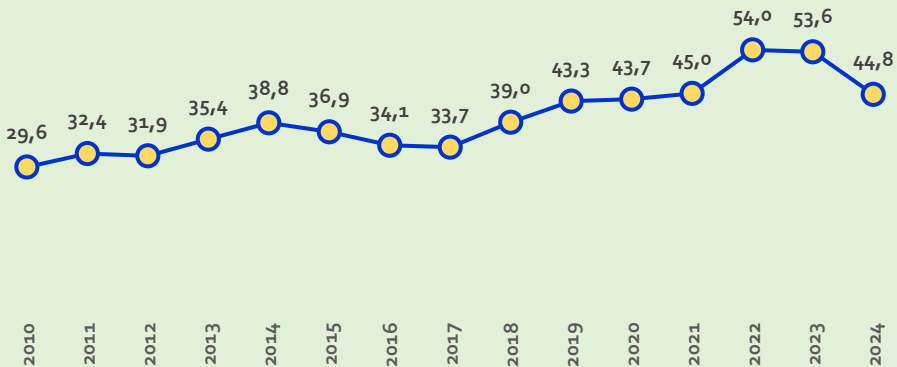
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente French Ministry of Agriculture and Food, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Nielsen, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Nielsen, 2023).

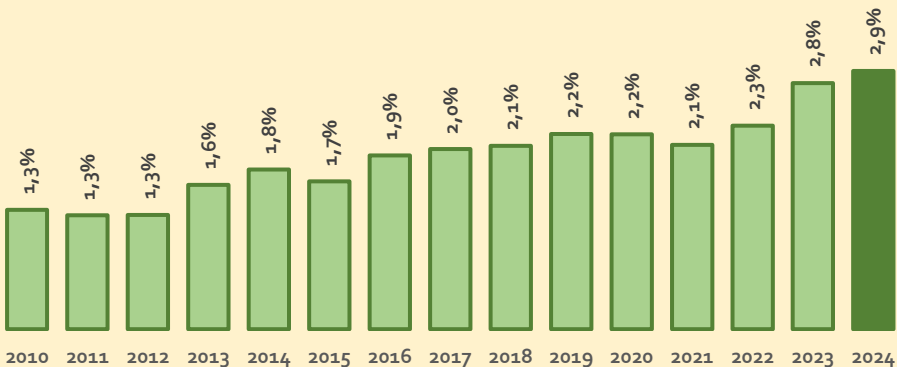
Importación de vino fraccionado en Francia
MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Francia -
U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado
tranquilo en Francia - MAT Febrero



Mercado de vinos de Dinamarca



Tamaño del mercado

- Valor: €1.000 millones en 2021 (Fuente IWSR, 2023).
- Volumen: 160 millones de litros en 2021, equivalente a 28 litros per cápita (Fuente IWSR, 2023).

Producción local

- Mínima, representando menos del 1% del consumo total (Fuente Danish Wine Association, 2023).
- Crecimiento emergente de pequeños viñedos y productores artesanales (Fuente Danish Wine Association, 2023).
- Potencial para el desarrollo de la viticultura danesa, especialmente en variedades resistentes al clima (Fuente University of Copenhagen, 2020).

Crecimiento y tendencias

- Mercado en expansión con un crecimiento constante (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia por vinos tintos (50%) sobre blancos (45%), espumantes (3%) y rosados (2%) (Fuente Nielsen, 2023).
- Creciente interés en vinos franceses, italianos y españoles (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente VisitDenmark, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium: Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores dispuestos a pagar más (Fuente Nielsen, 2023).
- Vinos jóvenes: Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos de nicho: Explorar variedades menos conocidas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Danish Wine Association, 2023).
- Vinos sostenibles: Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos locales: Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Danish Wine Association, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Nielsen, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Nielsen, 2023).

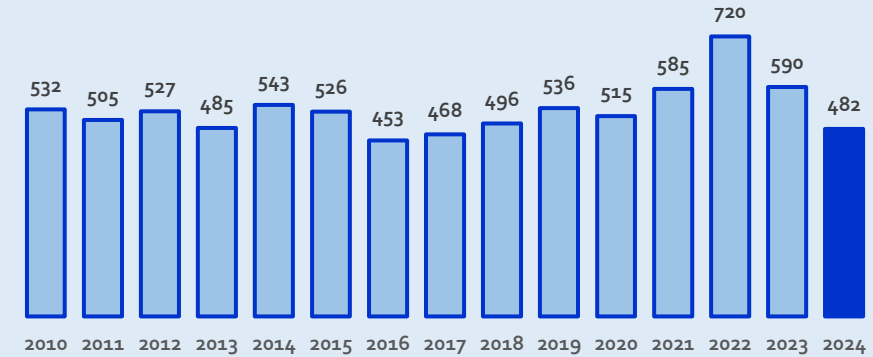
Regulaciones y Competencia

- Impuestos especiales sobre el consumo de alcohol (Fuente Danish Tax Authority, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente Danish Food and Veterinary Administration, 2023).
- Mercado competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

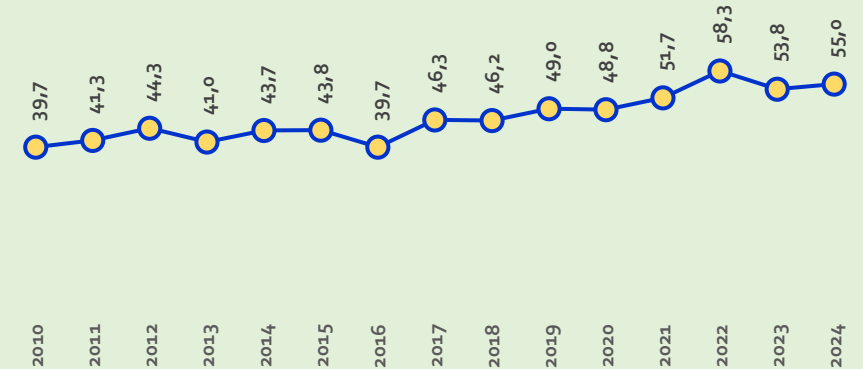
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente Danish Food and Veterinary Administration, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Nielsen, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Nielsen, 2023).

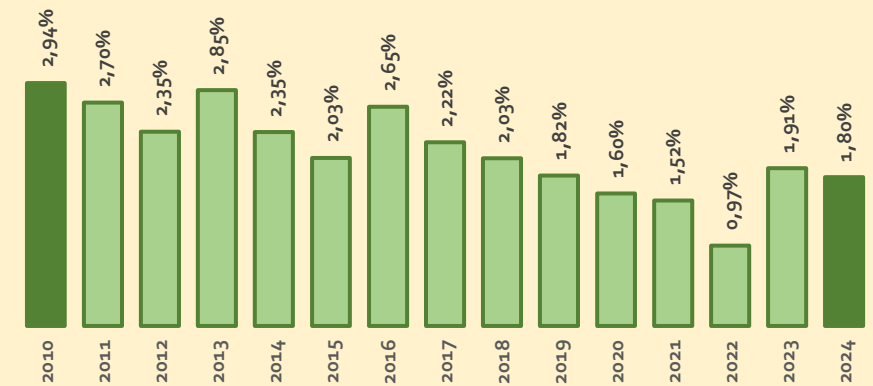
Importación de vino fraccionado en Dinamarca
MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Dinamarca - U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Dinamarca – MAT Febrero



Mercado de vinos de Suecia



Tamaño del mercado

- Valor: €3.200 millones en 2021 (Fuente Svensk Dagligvaruhandel, 2023).
- Volumen: 205 millones de litros en 2021, equivalente a 20 litros per cápita (Fuente Svensk Dagligvaruhandel, 2023).

Producción local

- Mínima, representando menos del 1% del consumo total (Fuente Jordbruksverket, 2023).
- Crecimiento emergente de pequeños viñedos y productores artesanales (Fuente Svenska Vingårdar, 2023).
- Potencial para el desarrollo de la viticultura sueca, especialmente en variedades resistentes al clima (Fuente Sveriges Lantbruksuniversitet, 2021).

Crecimiento y Tendencias

- Mercado maduro con un crecimiento constante pero lento (Fuente IWSR, 2023).
- Mayor preferencia por vinos tintos (40%) sobre blancos (38%), espumantes (18%) y rosados (4%) (Fuente Nielsen, 2023).
- Creciente interés en vinos orgánicos, biodinámicos y sostenibles (Fuente IWSR, 2023).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente Visit Sweden, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium: Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores dispuestos a pagar más (Fuente Nielsen, 2023).
- Vinos jóvenes: Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos de nicho: Explorar variedades menos conocidas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Svenska Vingårdar, 2023).
- Vinos sostenibles: Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWSR, 2023).
- Vinos locales: Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Svenska Vingårdar, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Nielsen, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWSR, 2023).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Nielsen, 2023).

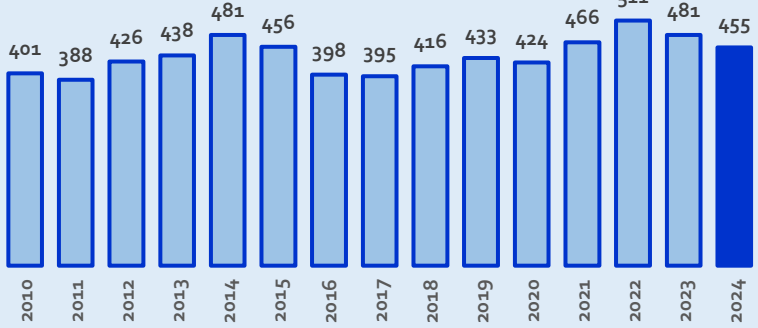
Regulaciones y Competencia

- Sistema de monopolio estatal para la venta de bebidas alcohólicas (Systembolaget) (Fuente Systembolaget, 2023).
- Impuestos especiales sobre el consumo de alcohol (Fuente Skatteverket, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente Livsmedelsverket, 2023).
- Mercado competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

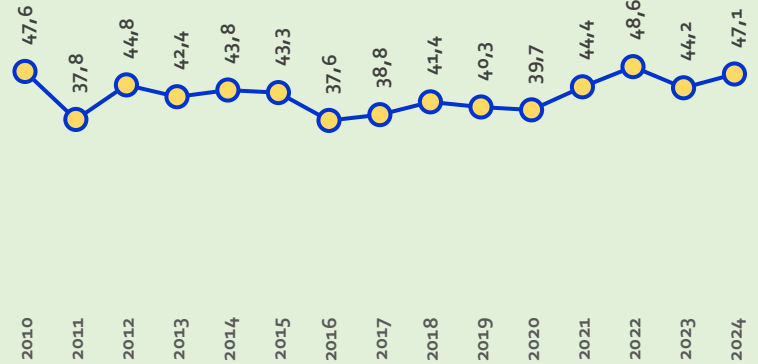
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente Livsmedelsverket, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con Systembolaget (Fuente Systembolaget, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWSR, 2023).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Nielsen, 2023).

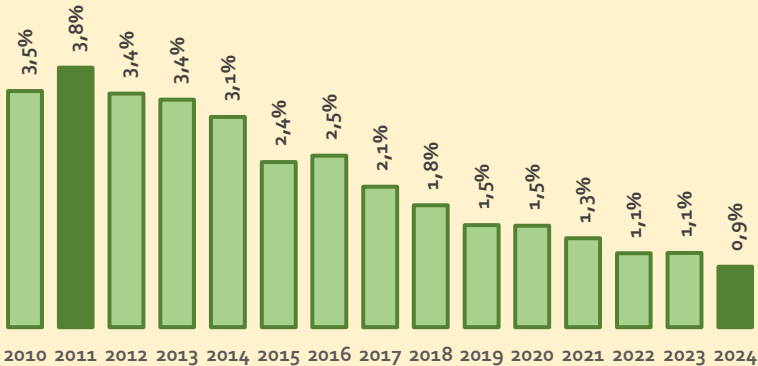
Importación de vino fraccionado en Suecia
MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Suecia – U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Suecia - MAT Febrero



Mercado de vinos de Singapur



Tamaño del mercado

- Valor:** US\$1.400 millones en 2023 (estimación) (Fuente Euromonitor International, 2024).
- Volumen:** 800.000 hectolitros en 2023 (estimación) (Fuente Euromonitor International, 2024).
- Crecimiento:** CAGR del 3,8% durante el período 2023-2028 (Fuente Euromonitor International, 2024).

Características principales

- Importador neto:** Singapur depende en gran medida de las importaciones de vino, siendo Francia, Australia, Italia y Chile los principales proveedores.
- Perfil del consumidor:** El consumidor de vino en Singapur tiende a ser educado, con un alto poder adquisitivo y abierto a probar nuevas variedades.
- Popularidad:** El vino se está volviendo cada vez más popular en Singapur, impulsado por factores como la creciente cultura gastronómica, el aumento de los ingresos disponibles y la mayor conciencia sobre los beneficios del vino para la salud.
- Canales de venta:** Los principales canales de venta de vino en Singapur son las tiendas minoristas especializadas, los supermercados, los restaurantes y el comercio electrónico.

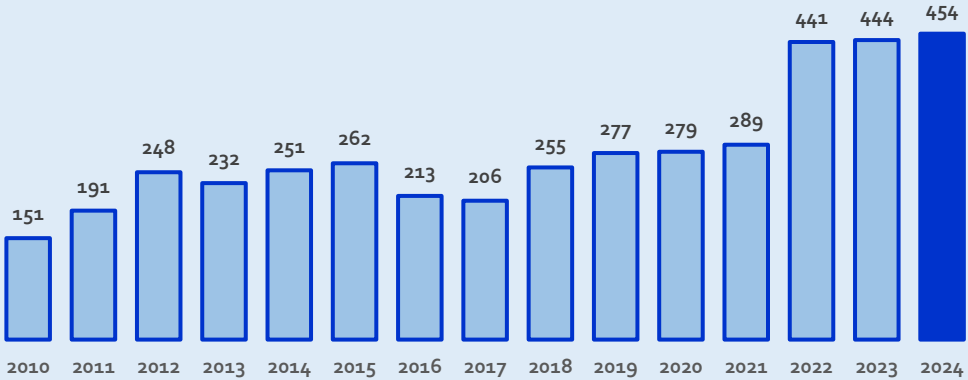
Tendencias

- Crecimiento del segmento premium:** Se espera que el segmento de vinos premium experimente un mayor crecimiento durante el período 2023-2028, impulsado por la demanda de vinos de mayor calidad y exclusividad.
- Aumento de la demanda de vinos sostenibles:** Los consumidores de Singapur están cada vez más interesados en vinos sostenibles y ecológicos.
- Popularidad de los vinos rosados y espumantes:** Los vinos rosados y espumantes están ganando popularidad entre los consumidores de Singapur, especialmente entre los millennials.
- Crecimiento del comercio electrónico:** Se espera que el comercio electrónico continúe creciendo como un importante canal de venta de vino en Singapur.

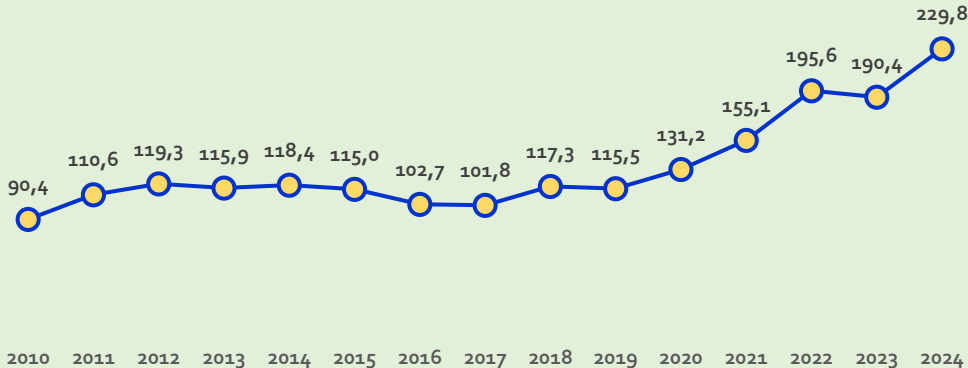
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- Enfocarse en el segmento premium:** Las empresas vitivinícolas que ofrecen vinos de alta calidad y exclusividad tienen una gran oportunidad en el mercado de Singapur.
- Destacar la sostenibilidad:** Las empresas vitivinícolas que pueden demostrar las prácticas sostenibles de producción de sus vinos pueden atraer a los consumidores cada vez más eco-conscientes de Singapur.
- Innovar y ofrecer nuevos productos:** Las empresas vitivinícolas que pueden innovar y ofrecer nuevos productos y variedades de vino tienen una mayor probabilidad de éxito en el mercado de Singapur.
- Aprovechar el comercio electrónico:** Las empresas vitivinícolas deben invertir en estrategias de comercio electrónico sólidas para llegar a los consumidores de Singapur que compran en línea.
- Desarrollar relaciones sólidas con distribuidores y minoristas:** Es crucial establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas clave para garantizar una buena distribución de los vinos en el mercado de Singapur.

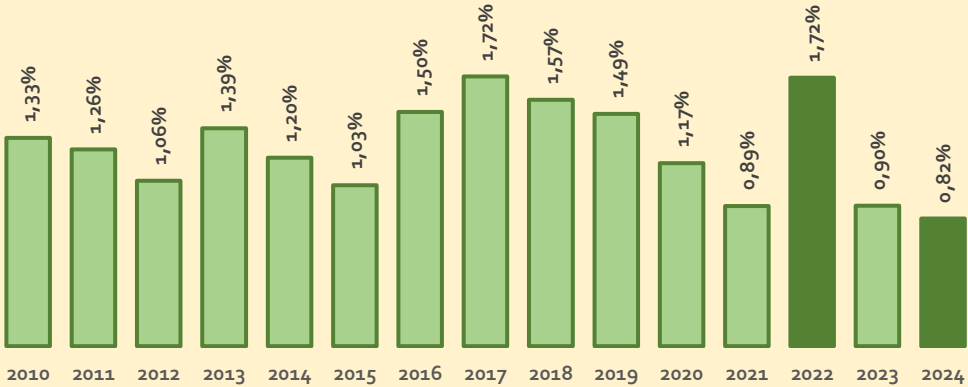
Importación de vino fraccionado en Singapur - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Singapur U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Singapur - MAT Febrero



Mercado de vinos de Brasil



Tamaño del mercado

- Valor:** US\$13.800 millones en 2023 (estimación) (Fuente: IWSR, 2024).
- Volumen:** 6.8 millones de hectolitros en 2023 (Fuente: IWSR, 2024).
- Crecimiento:** CAGR del 7.2% durante el período 2023-2028 (Fuente: IWSR, 2024).

Características principales

- Mayor mercado de vino de América Latina.**
- Crecimiento acelerado:** Impulsado por el aumento de la clase media, el crecimiento de los ingresos disponibles y la mayor sofisticación del consumidor.
- Perfil del consumidor:** Jóvenes profesionales con altos ingresos y educación.
- Popularidad de los vinos tintos:** 67% del consumo total.
- Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- Concentración:** Mayor producción en el estado de Rio Grande do Sul.
- Variedades:** Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Riesling.
- Crecimiento de la superficie plantada:** Se estima que la superficie de viñedos en Brasil se mantiene estable, pero se esperan **proyectos de crecimiento moderado** para los próximos años.

Tendencias

- Mayor preferencia por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad, tanto nacionales como importados.
- Creciente interés por vinos varietales:** Demanda de vinos elaborados con uvas específicas.
- Popularidad del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.
- Impulso del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.
- Creciente interés por vinos espumantes:** Popularidad del espumante nacional y vinos rosados.

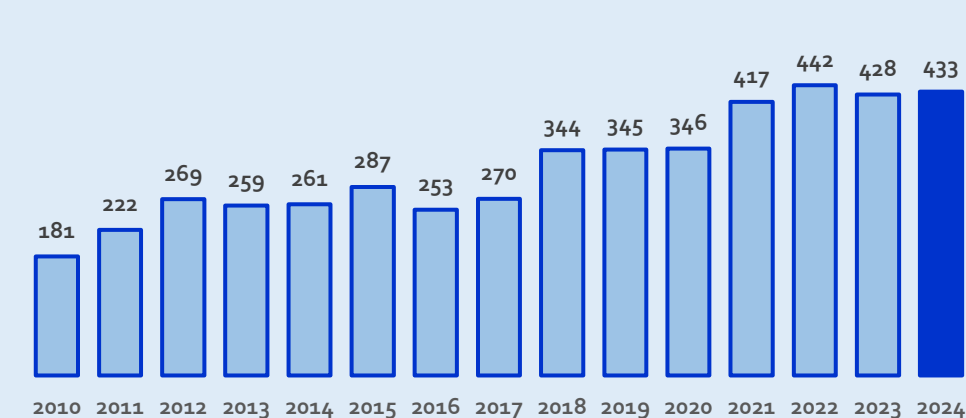
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad, tanto vinos nacionales como importados.
- Vinos varietales:** Enfocarse en variedades populares y menos conocidas, destacando las características únicas del terroir brasileño.
- Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas en bodegas.
- Segmento de vinos espumantes y rosados:** Innovar en la producción y oferta de vinos espumantes y rosados para atender las nuevas tendencias de consumo.

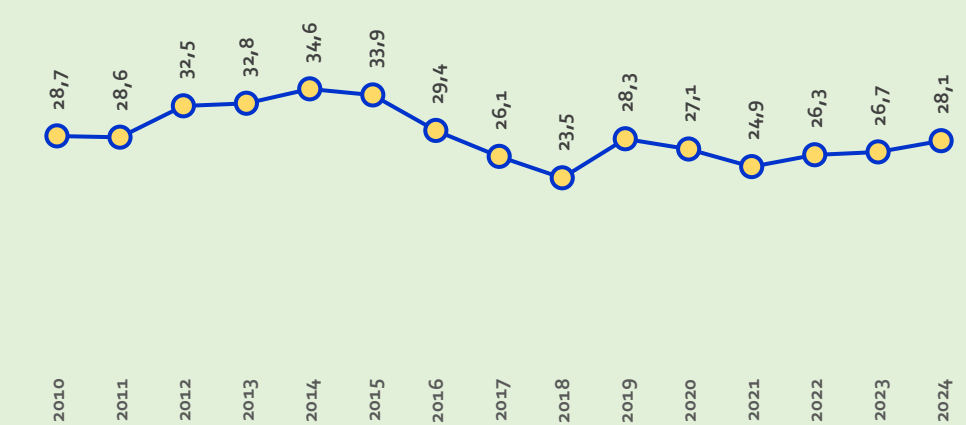
Desafíos

- Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Argentina, Chile, Portugal, Francia, Italia y España.
- Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- Falta de conocimiento del vino:** Necesidad de educar al consumidor sobre la cultura del vino y las variedades locales.
- Logística y distribución:** Optimizar la cadena de suministro para reducir costos y mejorar la eficiencia.

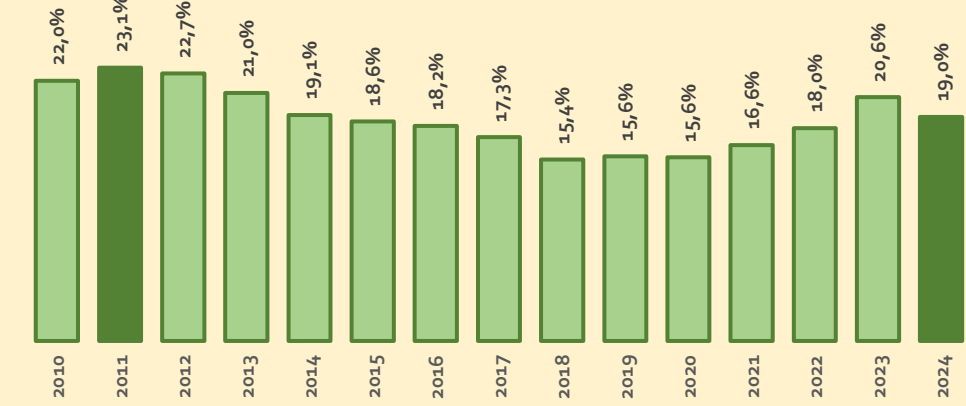
Importación de vino fraccionado en Brasil - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Brasil U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Brasil - MAT Febrero



Mercado de vinos de Corea del Sur



Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$1.400 millones en 2023 (estimación) (Fuente IWSR, 2024).
- **Volumen:** 56,5 millones de litros en 2023 (Fuente OEC, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del -2,9% durante el período 2023-2028 (Fuente IWSR, 2024).

Características principales

- **15º mayor importador de vino del mundo.**
- **Consumo en declive:** Impulsado por la pandemia de COVID-19 y el aumento de los impuestos especiales sobre el alcohol.
- **Perfil del consumidor:** Mayormente jóvenes profesionales con altos ingresos.
- **Popularidad de los vinos tintos:** 50% del consumo total.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Crecimiento emergente** Pequeños viñedos y productores artesanales.
- **Potencial para el desarrollo** Variedades resistentes al clima.

Tendencias

- **Recuperación lenta:** Se espera un crecimiento moderado tras la caída de 2023.
- **Mayor interés por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- **Creciente demanda de vinos sostenibles:** Opciones ecológicas y responsables.
- **Popularidad del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.

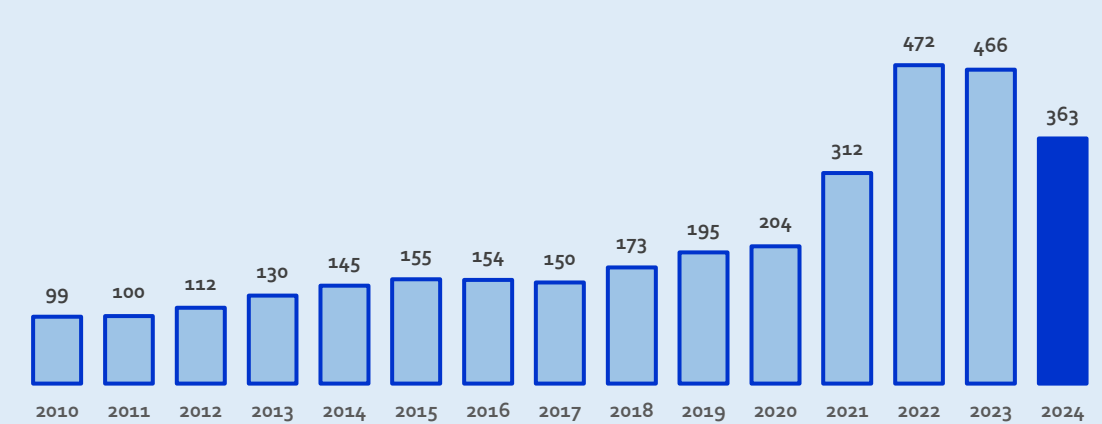
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- **Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas.
- **Vinos sostenibles:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas.
- **Vinos locales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.

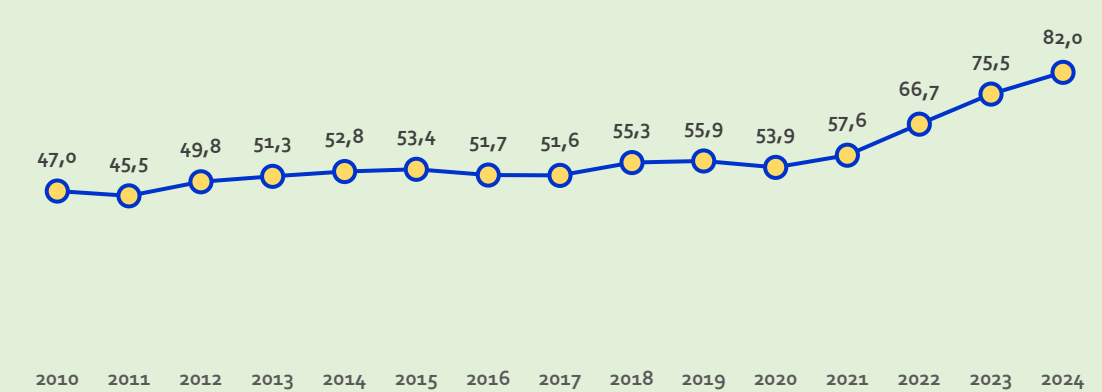
Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia y España.
- **Impuestos especiales:** Impacto significativo en el precio final para el consumidor.
- **Cultura del consumo de cerveza:** Preferencia predominante por la cerveza sobre el vino.

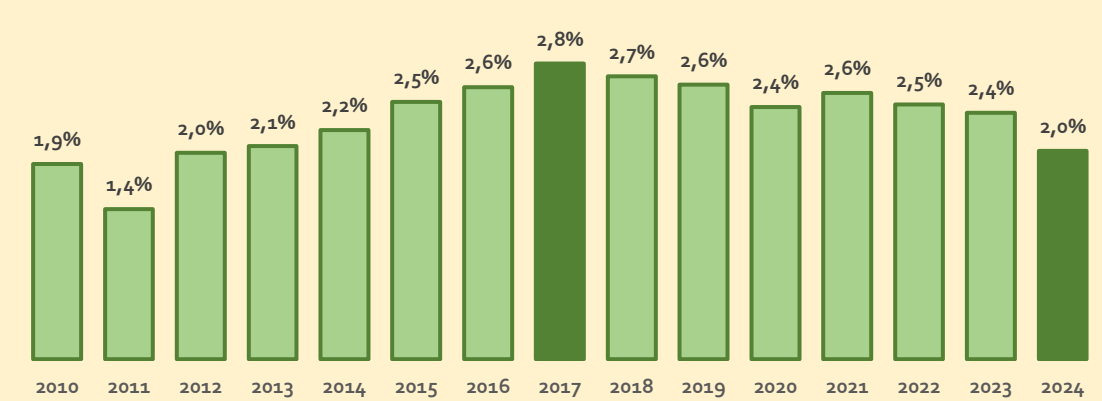
Importación de vino fraccionado en Corea del Sur - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Corea del Sur U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Corea del Sur - MAT Febrero



Mercado de vinos de México



Tamaño del mercado

- **Valor:** US\$4.000 millones en 2023 (estimación) (Fuente Euromonitor International, 2024).
- **Volumen:** 330 millones de litros en 2023 (estimación) (Fuente Euromonitor International, 2024).
- **Crecimiento:** CAGR del 1.7% durante el período 2023-2028 (Fuente Euromonitor International, 2024).

Características principales

- **11º mayor consumidor de vino del mundo.**
- **Consumo en aumento:** Impulsado por el crecimiento de la clase media, el aumento de los ingresos disponibles y la mayor sofisticación del consumidor.
- **Perfil del consumidor:** Amplia gama de consumidores, desde jóvenes hasta profesionales experimentados.
- **Popularidad de los vinos tintos:** 70% del consumo total.
- **Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- **Producción anual:** 2,5 millones de cajas (36 millones de litros).
- **Regiones vinícolas principales:** Baja California, Coahuila, Zacatecas, Aguascalientes.
- **Variedades de uva más cultivadas:** Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Grenache, Tempranillo.
- **Crecimiento emergente:** Pequeños viñedos y productores artesanales.

Tendencias

- **Mayor preferencia por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- **Creciente interés por vinos orgánicos y biodinámicos:** Demanda de opciones ecológicas y sostenibles.
- **Popularidad del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas y regiones vinícolas.
- **Impulso del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.

Oportunidades para empresas vitivinícolas

- **Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- **Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- **Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas.
- **Vinos orgánicos y biodinámicos:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas.
- **Vinos locales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas.
- **Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- **Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.

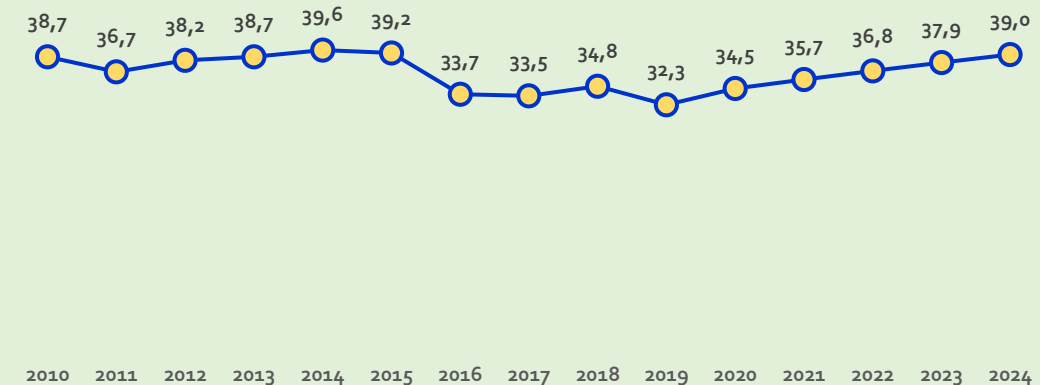
Desafíos

- **Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia, España, Argentina y Chile.
- **Precios elevados:** Impacto en la accesibilidad para algunos consumidores.
- **Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.

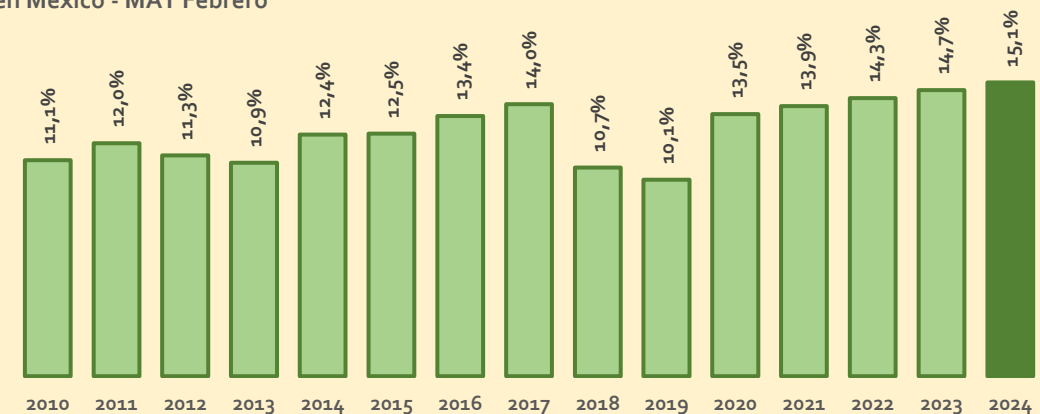
Importación de vino fraccionado en México - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en México U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en México - MAT Febrero



Mercado de vinos de Noruega



Tamaño del mercado

- Valor:** US\$1.400 millones en 2023 (estimación) (Fuente IWSR, 2024).
- Volumen:** 61 millones de litros en 2023 (Fuente IWSR, 2024).
- Crecimiento:** CAGR del 1,5% durante el período 2023-2028 (Fuente IWSR, 2024).

Características principales

- 19º mayor consumidor de vino del mundo.**
- Consumo en aumento:** Impulsado por el crecimiento de la clase media, el aumento de los ingresos disponibles y la mayor sofisticación del consumidor.
- Perfil del consumidor:** Amplia gama de consumidores, desde jóvenes hasta profesionales experimentados.
- Popularidad de los vinos tintos:** 65% del consumo total.
- Canales de venta:** Supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, comercio electrónico.

Producción local

- Mínima:** Menos del 1% del consumo total.
- Crecimiento emergente:** Pequeños viñedos y productores artesanales.
- Potencial para el desarrollo:** Variedades resistentes al frío.

Tendencias

- Mayor preferencia por vinos premium:** Los consumidores buscan vinos de mayor calidad y exclusividad.
- Creciente interés por vinos orgánicos y biodinámicos:** Demanda de opciones ecológicas y sostenibles.
- Popularidad del enoturismo:** Experiencias únicas en bodegas.
- Impulso del comercio electrónico:** Plataformas online facilitan la compra a los consumidores.

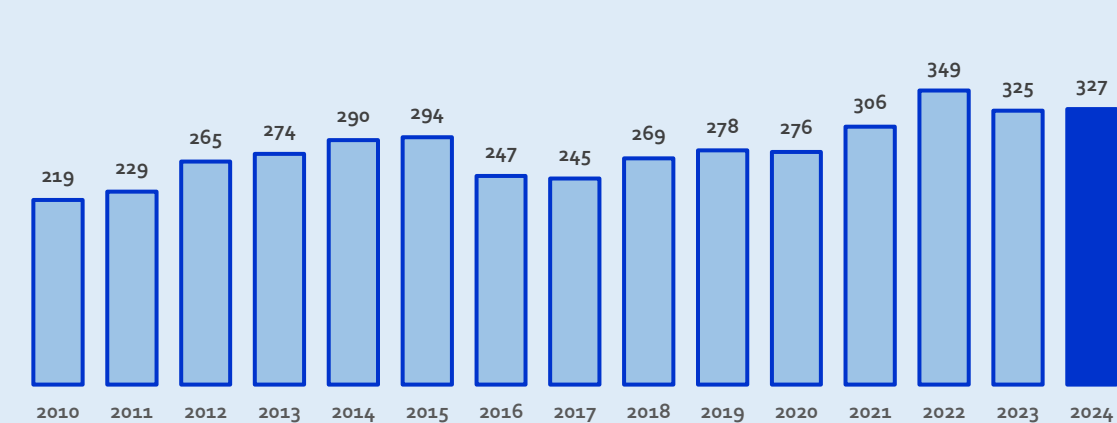
Oportunidades para empresas vitivinícolas

- Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad.
- Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas.
- Vinos de nicho:** Variedades menos conocidas o con características únicas.
- Vinos orgánicos y biodinámicos:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas.
- Vinos locales:** Promover la producción local y ofrecer experiencias únicas.
- Comercio electrónico:** Plataformas online y apps móviles para facilitar la compra.
- Enoturismo:** Desarrollar paquetes y experiencias atractivas.

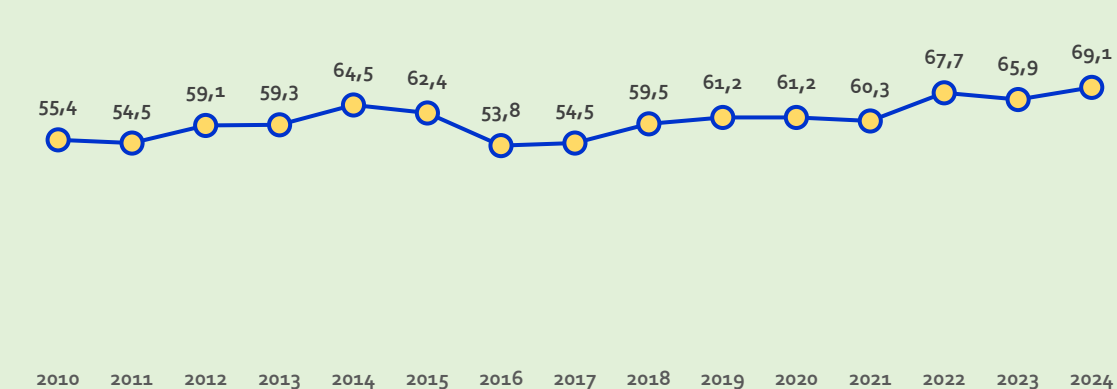
Desafíos

- Competencia global:** Presencia de vinos de países tradicionales como Francia, Italia y España.
- Precios elevados:** Impacto en la accesibilidad para algunos consumidores.
- Impuestos especiales:** Impacto en el precio final para el consumidor.
- Clima frío:** Limitaciones para la producción local.

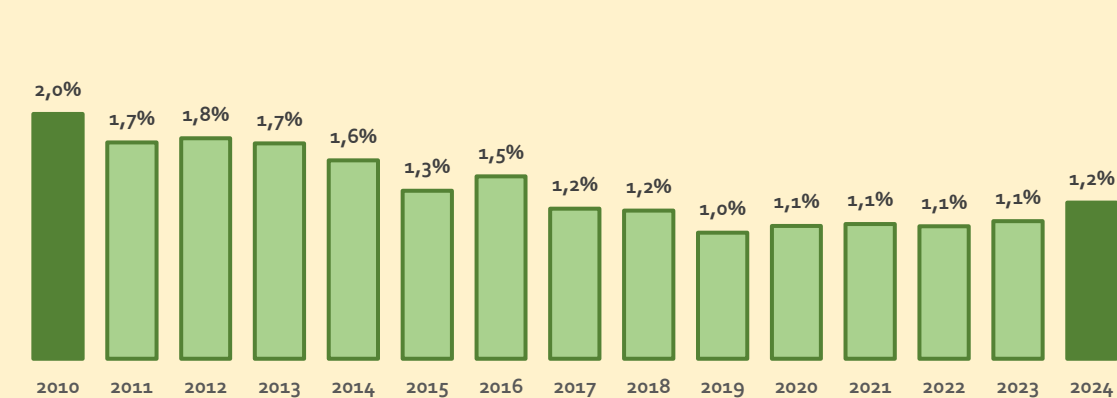
Importación de vino fraccionado en Noruega - MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Noruega U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Noruega - MAT Febrero



Mercado de vinos de Irlanda



Tamaño del mercado

- Valor:** El mercado del vino de Irlanda alcanzó los €1.300 millones en 2020 (Fuente ICEX, 2021).
- Volumen:** 78,3 millones de litros en 2020, equivalente a 18,1 litros per cápita (Fuente ICEX, 2021).

Producción local

- Baja producción:** La producción local de vino es limitada, representando menos del 1% del consumo total (Fuente Bord Bia, 2023).
- Crecimiento emergente:** Pequeños viñedos y productores artesanales están ganando terreno (Fuente The Irish Times, 2022).
- Potencial:** Oportunidades para el desarrollo de la viticultura irlandesa, especialmente en variedades resistentes al clima (Fuente Department of Agriculture, Food and the Marine, 2021).

Crecimiento y Tendencias

- Mercado en ascenso impulsado por el aumento del poder adquisitivo y la sofisticación del consumidor (Fuente IWA, 2021).
- Mayor preferencia por vinos tintos (50%) sobre blancos (40%), espumantes (7%) y rosados (3%) (Fuente Euromonitor, 2023).
- Creciente interés en vinos orgánicos, sostenibles y de baja graduación alcohólica (Fuente IWA, 2021).
- Popularidad del enoturismo y eventos relacionados con el vino (Fuente Fáilte Ireland, 2023).

Oportunidades

- Vinos premium:** Diferenciación por calidad, origen y exclusividad para atraer a consumidores dispuestos a pagar más (Fuente Euromonitor, 2023).
- Vinos jóvenes:** Estrategias innovadoras, accesibilidad y propuestas frescas para atraer a millennials (Fuente IWA, 2021).
- Vinos de nicho:** Explorar variedades menos conocidas o con características únicas para nichos específicos (Fuente Euromonitor, 2023).
- Vinos sostenibles:** Satisfacer la demanda de opciones ecológicas y responsables (Fuente IWA, 2021).
- Vinos locales:** Promover el desarrollo de la producción local y ofrecer experiencias únicas a los consumidores (Fuente Bord Bia, 2023).

Comercio electrónico

- Canal de venta en auge, especialmente para vinos premium y de nicho (Fuente Euromonitor, 2023).
- Plataformas online y apps móviles facilitan la compra a los consumidores (Fuente IWA, 2021).
- Estrategias de marketing digital y presencia omnicanal son claves para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas (Fuente Euromonitor, 2023).

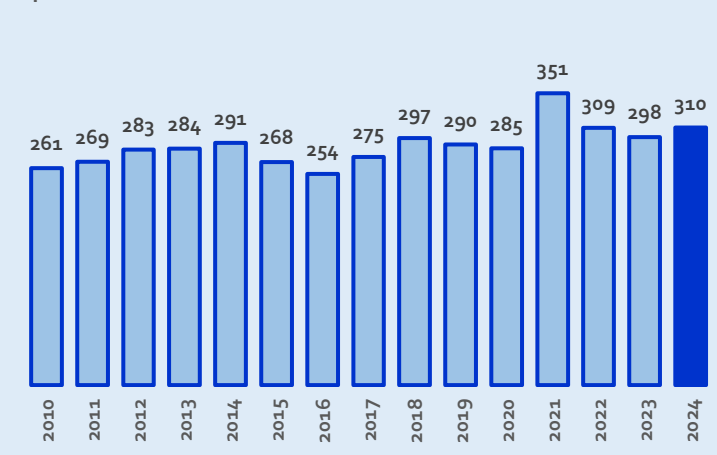
Regulaciones y Competencia

- Impuestos sobre el consumo (IVA) y otros impuestos especiales afectan el precio final del vino (Fuente Revenue Commissioners, 2023).
- Regulaciones sobre producción, importación y venta de vino, incluyendo requisitos de etiquetado (Fuente Department of Agriculture, Food and the Marine, 2023).
- Mercado competitivo con presencia global, incluyendo Francia, Italia, España, Chile y Australia (Fuente IWSR, 2023).

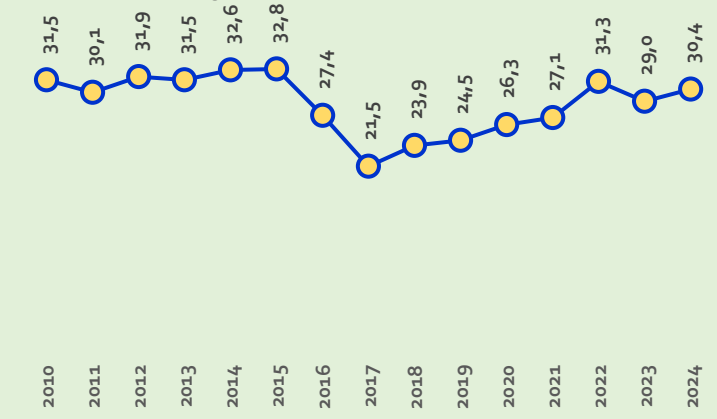
Barreras de entrada y Logística

- Regulaciones y requisitos de registro para ingresar al mercado (Fuente Department of Agriculture, Food and the Marine, 2023).
- Necesidad de establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas (Fuente Euromonitor, 2023).
- Cadena de suministro eficiente y bien desarrollada para transporte y distribución de vinos (Fuente IWA, 2021).
- Optimización de la logística y reducción de costos son esenciales para la rentabilidad (Fuente Euromonitor, 2023).

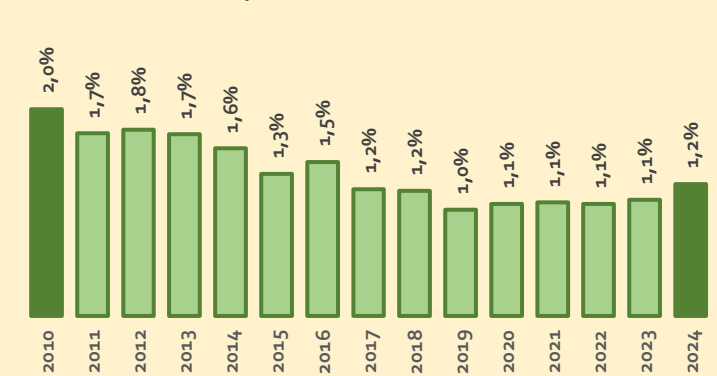
Importación de vino fraccionado en Irlanda MM U\$S



Precio promedio de Importación de vino fraccionado en Irlanda - U\$S/Caja



Share en valor de la exportaciones argentinas de vino fraccionado tranquilo en Irlanda - MAT Febrero



¡¡¡Muchas gracias!!!