vinetur

El vino resiste en el mercado interno argentino

En un año en el que la inflación sacude los bolsillos y el estado de ánimo de los argentinos, el vino batalla su espacio en las mesas de los consumidores para poder tener un momento de mimo y placer en el brindis compartido.

jueves 8 de septiembre de 2022

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Históricamente los vaivenes económicos argentinos fueron marcando la importancia de acceder a determinados productos, sobre todo, en las épocas de vacas más flacas. Según el estudio realizado sobre el poder de compra y consumo de los argentinos en 2022, elaborado por So What y Almatrends, los hogares argentinos tuvieron una violenta pérdida del poder adquisitivo en pesos durante 2020 que se recuperó parcialmente en 2021, si se tiene en cuenta que en ese momento llegó el fin de las restricciones pandémicas que de alguna forma generaron un mayor nivel de actividad y como consecuencia una recuperación del empleo. Pero el gran enemigo histórico de la argentina, la inflación, este año nuevamente mostró cifras récords que atentan contra todo el consumo interno, en el que obviamente está el vino.

Pese a este contexto un tanto desalentador, según datos recientes relevados por Scentia para el Observatorio Vitivinícola Argentino, la Argentina actualmente se ubica dentro del top 10 de los consumidores mundiales, en el puesto número 9 con 850 millones de litros detrás de Estados Unidos (3310 millones de litros), Francia (2520 millones de litros), Italia (2420 millones de litros), Alemania (1980 millones de litros), UK (1340 millones de litros), China, España y Rusia (todos con 1050 millones de litros).

Pero el consumo per cápita de vino en el mercado interno argentino, tras el pico en 2020 debido al consumo pandémico, nuevamente sufrió un descenso en comparación con otras bebidas alcohólicas. Según los datos del OVA, si se realiza un paralelismo de la evolución del consumo del vino con la cerveza, bebida que muchas veces es señalada como el gran competidor del vino, en 2007 se consumían en Argentina 1748 millones de litros de cerveza y 1145 millones de litros de vino. Solamente había una diferencia de 603 millones de litros. Y hoy, casi 15 años después, el reporte de Euromonitor Internacional que compara el consumo de 2021 revela que la cerveza tuvo un gran pico de consumo con 2297 millones de litros de cerveza y el vino descendió a 845 millones de litros. En este período la brecha pasó de 603 a 1452 millones de litros de diferencia entre ambas bebidas alcohólicas. Pero no hay que apuntar contra la cerveza, ya que en los últimos 15 años el mercado de bebidas alcohólicas se fraccionó con otros jugadores como las sidras, las bebidas espirituosas y las recientes ready to drink.



Si se analizan las cifras que señalan la evolución de los volúmenes y los precios según la distribución del vino en el mercado interno argentino dependiendo el canal elegido, el volumen del producto adquirido en el on trade (supermercados, vinotecas, tiendas online, etc) descendió un 47% comparando 2007 vs 2021 pero el valor del producto creció un 82%. Esta tendencia muestra claramente que el volumen de consumo decreció pero que el estilo de los productos elegidos por los consumidores en este canal tendió a la premiumización. Se toma menos vino pero de mayor calidad.

Una variable del on trade que en los últimos años, sobre todo durante la pandemia, despegó de forma abismal es el consumo del vino a través de los canales online. Si se observan los indicadores del volumen de ventas de vino en el ecommerce en 2007 solo representaba el 1% del total de las ventas con 6 millones de litros y en 2021 ya equivale un 5% con 41 millones de litros.

Los datos más recientes incluyen reportes del primer semestre de 2022, en los que se observa que el volumen de vinos embotellados del mercado interno bajó un 8,2% pero el precio de los vinos ascendió un 41%.

Algo que sorprende es que los despachos de los vinos tintos al mercado doméstico bajaron un 4% (respecto al primer semestre de 2021) con 255 millones de litros de vino tinto (que representan el 60%) y, por el contrario, los despachos de vino blanco comparando el mismo período crecieron un 12% con 113 millones de litros de vino blanco (que representan el 36%). Vale aclarar, que dentro de estos volúmenes el vino genérico tiene una participación del 68% del mercado local y dentro de los vinos varietales obviamente aparece primero en la lista el Malbec con una participación del 16%, seguido por el Cabernet Sauvignon con un 4,53%, el Bonarda con un 2,01% y el Torrontés Riojano con un 2,05%.

¿Qué envases tienen más presencia en el mercado interno argentino? Según las cifras recientes las botellas de 651 a 750 cm3 tienen una participación en el período enero/junio 2022 del 42,78%, los multilaminados (tetra) de 951 a 1000 cm3 tienen una participación del 35,29%, las botellas de 1001 a 1500 cm3 del 17,60%, las damajuanas de 3001 a 5000 cm3 equivalen al 3,25% del mercado y los bag in box de 1501 a 3000 cm3 ya empiezan a pisar a aparecer como opción en el mercado con una presencia del 0,22%.