vinetur

México amplía su cultura del vino y alcanza cifras récord de consumo

El mercado alcanzó los 4.381 millones de dólares y podría superar los 6.600 millones en 2030

lunes 14 de abril de 2025



Entre 2015 y 2024, el mercado del vino en México ha mostrado una expansión continua, con un consumo per cápita que pasó de menos de un litro anual a cifras que rondan los 1,3 litros, según datos recopilados por Vinetur. Aunque esta cantidad sigue

siendo baja en comparación con países como España o Francia, representa un crecimiento acumulado superior al 500% en dos décadas. Este aumento se ha sostenido gracias a una mayor cultura del vino entre los consumidores, la expansión del enoturismo y el fortalecimiento del canal minorista y digital.

En 2024, el valor total del mercado alcanzó los 4.381,2 millones de dólares, con proyecciones que estiman un incremento hasta los 6.660,8 millones en 2030. Las previsiones de crecimiento oscilan entre un 3,8% y un 7,5% anual compuesto, dependiendo de la fuente. Las variables que podrían incidir en esta evolución incluyen el comportamiento económico, la inflación, la competencia de productos importados, la presión fiscal y las futuras reformas en impuestos como el IEPS.

El consumo nacional está cubierto en un 30 a 34% por producción local, mientras que el resto proviene de importaciones. España y Chile lideran en volumen, compitiendo fuertemente en precios bajos, mientras que Francia mantiene su posición en el segmento de vinos de mayor valor, sobre todo espumosos. La producción nacional sigue dominada por Baja California, con un 70% del total, pero otras zonas como Coahuila, Querétaro y Guanajuato están aumentando su peso, aportando diversidad a la oferta.

En cuanto al comercio exterior, las importaciones crecieron con fuerza en volumen en 2024 tras una caída en 2023 por exceso de inventario acumulado. España conservó el primer lugar en volumen, mientras que Chile superó temporalmente a España en el primer semestre de 2024 con una agresiva reducción de precios. Francia lidera el segmento de vinos premium, con un precio medio superior a los 21 dólares por litro. En cambio, Chile vendió por debajo de los 2,5 dólares el litro en varios formatos, incluyendo el Bag-in-Box y vino a granel, productos con mayor sensibilidad al precio.

Las exportaciones mexicanas, aunque en aumento, siguen siendo marginales. En 2023, apenas se registraron 9,94 millones de dólares en ventas al extranjero, concentradas principalmente en Estados Unidos, que representó el 63% del total exportado. Japón, Ghana, Francia y Costa Rica aparecen como destinos secundarios. El vino espumoso, en particular, ha ganado espacio en mercados como Japón, con exportaciones originadas principalmente en Querétaro y Baja California.

En cuanto al perfil del consumidor mexicano, se encuentra principalmente en los segmentos de población de nivel socioeconómico medio-alto y alto, con concentración en ciudades grandes como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El consumo está liderado por personas menores de 45 años, con ligera mayoría masculina. El vino tinto es el más consumido, seguido por blancos, espumosos y rosados, aunque estas dos últimas categorías están creciendo en preferencia, sobre todo entre consumidores más jóvenes.

El canal de venta predominante es el minorista, donde los supermercados y tiendas especializadas como La Europea, Vinoteca y La Castellana ocupan un lugar central. También ha aumentado el peso del comercio electrónico, que creció especialmente durante la pandemia y continúa ganando participación. El canal HORECA, aunque con menor volumen, sigue siendo clave para la visibilidad de marcas y vinos premium.

La producción vinícola mexicana se ha diversificado. Aunque Baja California sigue siendo la región más importante, otras zonas como Coahuila, Querétaro y Guanajuato suman cada vez más superficie y bodegas. El volumen de producción para 2023 fue de 195.000 hectolitros según el Consejo Mexicano Vitivinícola, aunque otras fuentes estiman cifras más altas. Las variedades más comunes en el viñedo nacional incluyen Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Tempranillo, Nebbiolo y Chenin Blanc. Esta última se produce especialmente en Zacatecas y Querétaro, donde también se cultivan uvas como Ugni Blanc y Colombard.

En 2023 se contabilizaban más de 400 bodegas productoras, una cifra muy superior a las 120 de 2015. La mayoría son pequeñas o medianas, muchas sin viñedos propios. Sin embargo, unas pocas bodegas grandes concentran buena parte del volumen de producción y exportación. Entre ellas figuran L.A. Cetto, Monte Xanic y Casa Madero. El enoturismo se ha integrado al modelo de negocio de muchas bodegas, ofreciendo actividades como catas, visitas guiadas, restaurantes y hospedaje.

La cadena de valor del vino en México integra múltiples actores, desde viticultores y bodegas hasta distribuidores y canales de venta. Aunque existe una profesionalización cada vez mayor, todavía persisten problemas relacionados con la eficiencia logística, la dependencia de insumos importados y los márgenes estrechos. Las bodegas más

grandes han adoptado estrategias de integración vertical o alianzas con distribuidores para asegurar presencia en puntos de venta. Otras han optado por modelos de comercialización directa o enoturismo como complemento de ingresos.

México mantiene una posición modesta como productor y exportador de vino a nivel internacional, pero con un mercado interno en expansión y un ecosistema cada vez más diverso y profesionalizado. La consolidación del sector dependerá de su capacidad para aumentar su participación frente a las importaciones, adaptarse a las nuevas preferencias de consumo y hacer frente a los factores estructurales que limitan su competitividad, como la carga fiscal, la escasez de agua o la volatilidad del tipo de cambio.