vinetur

Brasil movió 4.000 millones de dólares en vino en 2025 impulsado por las categorías premium

El consumo de vinos de alta gama crece un 15% pero se reducen los beneficios comerciales

lunes 16 de marzo de 2026



El mercado del vino en Brasil registró un crecimiento en 2025, alcanzando un movimiento de aproximadamente R$21.100 millones, equivalentes a US$4.053 millones, según datos presentados el pasado 10 de marzo durante la undécima edición del seminario Adega Ideal. Este evento, considerado uno de los principales encuentros del sector en Brasil, reunió a productores, importadores y distribuidores para analizar la situación actual y las perspectivas del mercado.

El volumen total de suministro llegó a 54,5 millones de cajas de nueve litros, lo que supone un aumento del 9% respecto al año anterior. Este incremento devuelve al mercado brasileño a cifras cercanas a las registradas durante el pico de la pandemia, cuando el consumo se disparó por las restricciones sociales y el cambio en los hábitos de los consumidores.

A pesar de este avance, los responsables del sector advierten sobre un problema estructural: la oferta de vinos está creciendo más rápido que la demanda. Esta situación genera presión sobre los precios y reduce los márgenes a lo largo de toda la cadena comercial. Felipe Galtaroça, director ejecutivo de Ideal BI —consultora encargada del análisis sectorial— explicó que el ritmo de crecimiento del consumo no acompaña al aumento de la oferta, lo que provoca acumulación de existencias y una disminución en la rentabilidad.

El informe presentado en el seminario señala que el margen comercial se ha reducido debido al aumento del volumen importado y a una mayor competencia en el comercio minorista. El llamado “multiplicador de precios”, indicador que mide cuánto se incrementa el valor del vino desde su importación hasta su venta al consumidor final, ha caído por la presión promocional en supermercados y otros canales. Como resultado, importadores y distribuidores han visto disminuir sus beneficios, mientras los costes logísticos, financieros y operativos siguen siendo elevados en Brasil.

Desde 2018, la moneda brasileña ha perdido más del 50% de su valor y la inflación acumulada ha llegado al 45%. Sin embargo, el traspaso de estos aumentos al consumidor final solo fue del 13%. Según Galtaroça, esto significa que la cadena comercial ha absorbido gran parte del incremento en los costes operativos e impositivos.

El mercado brasileño sigue atrayendo a productores internacionales que buscan nuevos consumidores ante la desaceleración del consumo en Europa y otros mercados tradicionales. La firma del acuerdo entre Mercosur y la Unión Europea también ha impulsado este interés. Galtaroça subrayó que Brasil está ganando peso entre las bodegas internacionales debido a estos cambios y al atractivo que representa para quienes buscan diversificar sus destinos comerciales.

En cuanto al consumo interno, Brasil mantiene uno de los mayores potenciales de expansión mundial. El consumo medio anual es de unos 3 litros por adulto, muy lejos aún de países como Portugal, donde supera los 50 litros per cápita. Sin embargo, el vino sigue siendo un producto secundario para la mayoría de los brasileños. Cuando suben los precios de productos básicos como carne o arroz, muchos consumidores reducen su gasto en vino.

El análisis presentado muestra diferencias claras entre segmentos. Los vinos más económicos han sufrido una caída del 3% en ventas debido a la pérdida de poder adquisitivo. Por el contrario, las categorías premium y superpremium han mostrado mayor resistencia e incluso crecimiento. El segmento superpremium —cajas con precios superiores a US$100 en origen— creció alrededor del 15% en facturación durante 2025. Los vinos premium —entre US$50 y US$99,99— aumentaron cerca del 10%. Esta tendencia indica una preferencia creciente por productos de mayor calidad entre consumidores con mayor capacidad adquisitiva.

El fenómeno conocido como “efecto Chablis” ilustra esta tendencia: el famoso vino blanco francés fue uno de los que más incrementó sus ventas en Brasil el año pasado, contribuyendo a un aumento del 10% en las importaciones totales. A pesar de ello, Francia ocupa solo el séptimo lugar como proveedor por volumen. Chile lidera las exportaciones hacia Brasil, seguido por Argentina, Portugal, Italia y España.

El sector también observa con atención las reformas normativas que pueden modificar su funcionamiento. La reciente reforma fiscal aprobada en Brasil busca simplificar la estructura tributaria y reducir las diferencias fiscales entre estados. Esto podría facilitar una mayor homogeneidad en los precios finales para el consumidor.

Por otro lado, si se implementa el acuerdo comercial entre Mercosur y la Unión Europea en los próximos años, se prevé una reducción gradual de aranceles para vinos importados. Esto ampliaría la presencia de marcas extranjeras en Brasil e intensificaría la competencia interna.

Galtaroça considera que estas transformaciones pueden aumentar aún más la presión sobre los márgenes comerciales. Para él, el futuro crecimiento del sector dependerá menos del aumento rápido del volumen vendido y más de una profesionalización progresiva y formación continua tanto dentro de la cadena comercial como entre nuevos consumidores.

Según sus palabras, el mercado brasileño todavía es joven y está construyendo su propia cultura alrededor del vino. La consolidación dependerá tanto del equilibrio entre oferta y demanda como del desarrollo educativo y profesional dentro del sector.