

+ En este informe:

+ *El mercado de vinos en el Perú.*

+ *¿Cuáles son los principales proveedores de vino importado?*

+ *¿Podrá el vino convertirse en uno de los productos que más exporte el país?*

EL VINO: UN PLACER HECHO NEGOCIO

+
Cada día, la industria mundial del vino se consolida como un **negocio rentable** y prometedor. En el Perú, esta realidad no podía ser una excepción: el consumo de vino está pisándole los talones al consumo de la cerveza y las empresas exportadoras nacionales ya están haciendo famoso nuestro vino en el mercado mundial.

Hoy en día, este sector está viviendo uno de los mayores cambios en su historia: la oferta es cada vez más abundante, los consumidores más exigentes y, con la llegada de los vinos llamados del «Nuevo Mundo», o de América Latina, las presiones competitivas se hacen cada vez más intensas. Según el informe **MERCADO**



Informe elaborado por el Centro de Investigación y Estudios Económicos de Mercados (CIEEM) de CENTRUM Católica quien evalúa periódicamente los principales mercados a fin de facilitar información precisa y oportuna para la toma de decisiones empresariales. cieem@pucp.edu.pe



28,5

MILLONES DE
LITROS DE VINO SE
CONSUMIERON EN
EL 2007 EN EL PERÚ



GRACIAS A LA PROLIFERACIÓN DE NUEVAS MARCAS Y BAJOS PRECIOS (ESPECIALMENTE DE LA OFERTA IMPORTADA), EL CONSUMO DE VINO EN EL PERÚ YA NO ES EXCLUSIVO DE GENTE ADINERADA Y SE HA GENERALIZADO EN CASI TODOS LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS.



+ EL VINO TINTO ES EL QUE MÁS SE IMPORTA EN EL PERÚ. EN EL 2007 CONSTITUYÓ EL 72.5% DEL TOTAL IMPORTADO, SEGUIDO DE LOS VINOS BLANCOS (16.9%) Y ESPUMOSOS (9.3%).

DEL VINO IMPORTADO, elaborado por el Centro de Investigación y Estudios Económicos de Mercados (CIEEM) de CENTRUM Católica, el mercado de vinos en nuestro país registró un nuevo récord histórico al llegar a los 28.5 millones de litros (casi US\$110 millones) consumidos en el 2007, 1.4 veces el nivel obtenido cuatro años antes.

Gracias a la proliferación de nuevas marcas y bajos precios (especialmente de la oferta importada), su consumo ya no es exclusivo de gente adinerada y se ha generalizado en casi todos los niveles socioeconómicos. Según la última Encuesta Nacional de Hogares (ENAH - IV Trimestre 2007), el 30% de familias peruanas consumen vino, una cifra superada sólo por el gusto que los peruanos tienen por la cerveza. Las distintas preferencias y el aumento del poder adquisitivo de la población en esta última década son los motores que han impulsado el consumo de bebidas. Es más, cada peruano bebe por lo menos un litro de vino al año, según el informe del CIEEM de 2007, y es probable que esa cifra aumente: cada

vez hay más vinos de calidad y a bajo precio que tienen como punto a favor la tendencia a la baja del dólar, el mayor número de lugares de venta y la profundización de la apertura comercial.

Para este año, si consideramos la rebaja de los aranceles para los vinos importados, la competencia puede ser mayor y el reto de la industria nacional será uno sólo: continuar produciendo nuevas marcas de calidad, pero a precios accesibles a la población. Ante eso, no está de más preguntarse:



EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, EL MERCADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CRECIÓ EN PROMEDIO ANUAL EN 11.2%, IMPULSADO POR EL MAYOR PODER ADQUISITIVO Y POR LA MAYOR DIVERSIFICACIÓN DE MARCAS Y PRECIOS.

¿Podrá el vino convertirse, en algunos años, en uno de los productos que más exporte el Perú?

EL VINO QUE INGRESA AL PERÚ

Primero veamos el panorama de la competencia internacional. Este año, según pronostica el CIEEM, las importaciones de vinos y de espumantes en el Perú crecerán entre un 12% y 15%. Este crecimiento no es gratuito: se sabe, por ejemplo, que durante el 2007 los vinos argentinos acapararon con éxito casi toda la oferta, posicionándose como líderes y desplazando a un segundo lugar a los vinos chilenos: de cada diez vinos importados, cinco son argentinos y cuatro son de la tierra de Neruda.

Dentro de los tipos vino, ¿cuál es el que más se importa? Si estuviéramos en una carrera, los vinos tintos llevarían de lejos la mayor ventaja: en el 2007 constituyeron el 72.5% del total importado, seguido de los vinos blancos (16.9%) y espumosos (9.3%). En total: un aproximado de 829 marcas de 350 bodegas provenientes de 16 países. Más que

EL PERÚ EN EL MUNDO

¿Podrá convertirse el Perú en una potencia exportadora? Para empezar, hay buenos presagios, como el crecimiento de la producción de vinos: el año pasado, por ejemplo, se llegaron a producir 22.6 millones de litros, un aumento impulsado por el consumo interno y la mayor tecnificación de las bodegas. De esa cantidad, el 30.1% correspondió a los vinos industrializados de las bodegas de mayor reconocimiento y prestigio nacional, entre las que destacan Viña Tacama, Viñedos Taberbero, Santiago Queirolo, Bodegas Vista Alegre y Viña Ocucaje, entre otras. El restante 69.9% correspondió a la producción artesanal, informal y la destinada al autoconsumo.

Ahora bien, ésa no es la única buena noticia que podría cambiar el rostro de los más pesimistas. Desde el 2007, las exportaciones peruanas de vinos y espumantes vienen expandiéndose y, en los últimos cinco años, los envíos peruanos al extranjero han crecido a un ritmo promedio anual de 38.5%. Bodegas y Viñedos Taberbero se



¿PODRÁ CONVERTIRSE EL PERÚ EN UNA POTENCIA EXPORTADORA? PARA EMPEZAR, HAY BUENOS PRESAGIOS, COMO EL CRECIMIENTO QUE SE HA DADO EN LA PRODUCCIÓN DE VINOS: EL AÑO PASADO SE LLEGARON A PRODUCIR 22.6 MILLONES DE LITROS, UN AUMENTO IMPULSADO POR EL CONSUMO INTERNO Y LA MAYOR TECNIFICACIÓN DE LAS BODEGAS.

suficiente para abastecer el mercado nacional.

Si bien los países europeos siguen siendo los principales productores y comercializadores de vino, cifras estimadas del CIEEM de 2007 confirman que vienen perdiendo terreno frente al incremento productivo de países como Argentina, Chile, Australia, Estados Unidos y Sudáfrica. Factores de oferta como las desfavorables condiciones climáticas y el mayor costo relativo de mano de obra son los determinantes de la caída en la producción vitivinícola europea. Este efecto negativo sigue favoreciendo a la expansión de los países mencionados, los cuales incrementan su nivel productivo con la finalidad de llevarlos al mercado externo.

El avance de estos países, enmarcados dentro de la corriente de «Vinos del Nuevo Mundo», se ha acentuado en los dos últimos años, en los cuales se aprecia un mejor y mayor posicionamiento dentro del ranking mundial, llegando a desplazar en gran parte a los vinos tradicionales de Francia e Italia.

Hoy, la expansión se ha dado por la mayor variedad de sus vinos (además de su bajo precio) y vienen ingresando a segmentos económicos donde existía una marcada preferencia por «Vinos del Viejo Mundo». Es en esa expansión donde el vino peruano tiene inmensas posibilidades para competir en el mercado internacional.

ha mantenido como la principal exportadora, con una participación de 48.8% en el monto exportado en 2007, seguido de Santiago Queirolo y Viña Tacama.

Sin embargo, existe un problema: la oferta de exportación es incipiente. A excepción de Estados Unidos, los envíos hacia los demás países no son constantes y, si bien mantuvieron su senda expansiva, las exportaciones de vino aún son en volúmenes reducidos y representan el 0.9% del total producido. Por otro lado, si bien los volúmenes son pequeños, varios vinos peruanos han ganado premios internacionales, reflejando la calidad de nuestro producto.

En realidad, el mercado del vino en el Perú es favorable para invertir si se tiene en cuenta que el consumo continúa expandiéndose. Esto sucede especialmente en las regiones y los segmentos socioeconómicos menos atendidos hasta el momento, y si es que sabemos que, en los últimos cinco años, el mercado de bebidas alcohólicas creció un promedio anual de 11.2%, impulsado por el mayor poder adquisitivo y por la mayor diversificación de marcas y precios. Una excelente condición que nos preparará para conquistar, quizá en cuestión de algunos años, el refinado paladar del mercado internacional. ■