

# ¿Repunta el mercado interno de vino?

27/06/2024



El consumo de vino en Argentina atraviesa días complejos. Según el último informe del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), de enero a mayo de 2024 los despachos de [vino](#) a los distintos canales comerciales del mercado interno cayeron 3,5% respecto al mismo período de 2023. Sin embargo, el informe del Anticipo comercialización del mercado interno de vinos también arrojó datos positivos. **Si se compara mayo 2024 con abril 2024, la diferencia marca una tendencia muy positiva, con un crecimiento del 23,8%. Y si se hace foco en mayo de este año con el mismo mes de 2023, se registra una suba del 6,3%.**

Según el informe del INV en mayo de este año los vinos sin mención varietal bajaron 0,1% comparado mayo 2023, en este segmento: la comercialización de vinos blancos cayó 13%,

mientras el de color subió 7,4%. Entre los varietales en mayo del 2024 se comercializó 27,8% más que en el mismo mes del 2023. En este caso, el blanco trepó 84,4% y el de color 18,9%. El espumoso sigue en picada y se derrumbó un 50.8% respecto a mayo de 2023. En este segmento, el blanco cayó 53,3% y el de color -34%.

El INV determinó que en mayo del 2024 se vendieron al mercado interno 668.283 hectolitros de vino, mientras que en 2023 la cifra alcanzó los 628.854 hectolitros.

## Cuestión de envases

Una radiografía por envases demuestra que, en mayo 2023 versus mayo 2024, la venta de vino en [botella](#) creció un 2,5%. La botella de 651 a 750 centímetros cúbicos subió 3,5%; los que no tienen mención varietal (los más económicos) subieron 25,5% y los varietales 6,1%; el espumoso se derrumbó 55,9%.

Los botellones que van de 1000 a 1500 centímetros cúbicos cayeron 7,6% comparado mayo de este año con el anterior, la caída más fuerte fue en los envases sin mención varietal de -8,1% y con mención de -4,1%. **El Tetra Brik que había tenido una fuerte caída en abril, se recuperó y creció un 20,5% respecto a mayo del año pasado.** El vino en damajuana pasa por un momento crítico con una caída del 37,8%, respecto a mayo de 2023.



En mayo del 2024 se vendieron al mercado interno 668.283 hectolitros de vino.

Cuando se compara la comercialización interna de vinos de enero a mayo de este año, contra 2023, el panorama cambia y se nota una caída del 3,5%. Los que más caen son los espumosos que en estos primeros cinco meses del año se derrumbaron 35,9%. En el mismo período, los vinos sin mención varietal cayeron 4,4%; los blancos -5,5% y los de color -3,9%. Creció un 2,9% el consumo de vinos varietales entre enero y mayo 2024 versus 2023, el blanco creció 23,7% y el de color 0,3%.

**La venta de vinos en botella representó el 59,3% de lo vendido**, cayó 3,2% entre enero y mayo de este año comparado con 2023. En el mismo período, los vinos de 651 a 750 centímetros cúbicos bajaron 4,1%, los de 1000 a 1500 centímetros cúbicos disminuyeron un 7,9%, en especial los varietales que se derrumbaron 20% y los que no tienen mención varietal cayeron 6,8%.

El capítulo Tetra Brik representa el 37,4% del total de vino

vendido en el mercado interno y sufrió una baja del 0,4%, si se comparan los datos de enero a mayo del 2024 contra 2023. La damajuana se derrumbó 30.7%, en ese mismo período.



La comercialización en el mercado interno mejoro más de 6%en comparación con mayo 2023.

## ¿“V” de “vino»?

Como informa La Mañana de Neuquén, la estadística intermensual muestra una recuperación, pero claramente sería precipitado hablar de un rebote en forma de “V”. Más aún teniendo en cuenta que el consumo per cápita de vino en Argentina ha disminuido en 20 litros en 20 años, pasando de 33,7 litros a solamente 16,7 litros por persona.

**La estadística intermensual es alentadora y quizá se esté terminando la mala racha, pero lo cierto es que la caída en el consumo era la constante y desde el sector alertaban sobre el impacto de la recesión y la caída del poder adquisitivo.**

“La causa primera sin dudas es la caída en el poder adquisitivo del consumidor y además, influye en este momento la capacidad de sustituir una bebida por otra, más económica, en este sentido es clave remarcar que el vino tiene mucha competencia de bebidas que por ahí no tienen el control que tiene el vino, y actúan como bebidas sustitutas por precio y por dilución, estos son dos factores que inciden en la merma”, explicó Mauro Sosa, Director Ejecutivo del Centro de Bodegueros y Viñateros del Este, en declaraciones al diario mendocino Los Andes.

Fuente: [masp.lmneuquen.com](http://masp.lmneuquen.com) (Más Producción La Mañana de Neuquén).