



El Mercado de Vinos en Perú

FECHA : NOVIEMBRE / 2016

Oficina Comercial en Perú



Perú: maridaje perfecto, oportunidad para el vino chileno

El mercado actual de vinos en el Perú es de aproximadamente US\$ 144 millones, según indica la revista Semana Económica (<http://semanaeconomica.com/>). El consumo actual de vino en el Perú es de alrededor de 40 millones de litros anuales. Los factores que impulsan el sector son el dinamismo en el consumo, la expansión de canales de distribución, proliferación de marcas con amplios rangos de precios, la gastronomía y el turismo, y una menor protección arancelaria. En el 2015 las importaciones de vinos decrecieron un 16%.

Principales Países Proveedores

En el 2015 las importaciones de vino alcanzaron los US\$ 24,5 millones, donde el principal proveedor en valor CIF es Argentina (45%), seguido por Chile (31%) y España (15%), entre los principales competidores. El mercado peruano se encuentra dominado por productores locales, con el 80% de participación.

Exportaciones chilenas

Hasta noviembre de 2016 Chile ocupa el segundo lugar como proveedor de vinos de Perú, tanto en valor CIF (US\$ 6,9 millones) y en volumen (3.529.275,61 hectolitros). En el 2015 las importaciones de vino chileno en Perú alcanzaron los CIF US\$ 7,5 millones.

Situación arancelaria aplicable a Chile

Actualmente el arancel general a la importación de vinos en Perú es del 6%. En virtud del Tratado de Libre Comercio de Chile con Perú, Chile está libre de aranceles desde julio de 2013.

Análisis y comentarios

En lo que respecta al consumo, el 40% de los vinos (embotellados) importados que se consumen en el país son argentinos, aproximadamente 3,5 millones de litros el año 2013, compitiendo directamente con los vinos provenientes de Chile que representan el 37,3% del volumen importado (3,2 millones de litros); pero con precios relativamente menores. La barrera ingreso es alta para nuevos vinos de alta gama, por la fuerte competencia.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

| | Total Importaciones CIF US\$ 2015 | Crecimiento 2015 / 2014 |
|--------------|-----------------------------------|-------------------------|
| ARGENTINA | 11.030.737,62 | -15% |
| CHILE | 7.502.195,68 | -23% |
| ESPAÑA | 3.663.445,46 | -2% |
| ITALIA | 1.011.949,89 | -19% |
| FRANCIA | 644.086,23 | -17% |
| EEUU | 247.297,79 | 3% |
| ALEMANIA | 123.290,66 | -30% |
| OTROS | 219.224,58 | 7% |
| TOTAL | 24.442.227,91 | -16% |

Fuente: Aduanet

La distribución y el consumo de vinos en Perú

El consumo de vino per cápita es menor a 1,7 litros anuales, y 3 litros per cápita si consideramos solo a los mayores de 18 años de edad. El consumo de vinos se divide en: vinos nacionales (80%) y vinos importados (20%). El mayor consumo de vinos se da en el NSE (Nivel Socio Económico) A. La baja lealtad de marca representa una oportunidad para el ingreso de nuevas marcas ya que solo el 35% de las personas que consumen vinos son leales a la marca. El 70% de las ventas de vino de alta gama se generan entre junio y diciembre, temporada de celebraciones y festivales de vino. Los principales canales de distribución son supermercados, hoteles, restaurantes y bares, autoservicios, bodegas y licorerías. El ingreso al mercado peruano se da casi en exclusividad a través de las empresas importadoras, quienes se encargan de parte de la distribución del producto, así como las actividades de promoción y posicionamiento de marca ya que cuentan con la representación de la misma.

Participación de mercado de canales de venta de vino para el cliente final

| Canal | 2016 (%) |
|--------------------|----------|
| Supermercados | 50 % |
| HORECA | 19 % |
| Bodegas/Licorerías | 31 % |
| TOTAL | 100 % |

Fuente: Análisis del mercado del vino en países de Latinoamérica



■ Principales actores en la distribución

- El cliente final puede encontrar el producto en el canal moderno que se encuentra conglomerado en 3 grupos: Supermercados Peruanos S.A. (Grupo Interbank) con las marcas Plaza Vea y Vivanda, actual líder del mercado (36,3% market share), en segundo lugar el Grupo Cencosud, con las marcas Wong y Metro (35,7% market share), e Hipermercados Tottus del Grupo Falabella (26,5% market share). El ingreso al mercado peruano es a través de importadoras, quienes colocan el vino en el canal moderno y HORECA (hoteles, restaurantes y distribuidoras). El top empresa 2016 de importadoras de vinos en CIF US\$ son G W Yichang & CIA S.A (24%) Perufarma S.A (14%), Premium Brands (9%). El otro 53% se reparte entre otras 109 empresas con cuotas de mercado menores. Los vinos de baja gama representan el 65%, los de media gama el 25% y alta gama 10%. El mercado de vinos de lujo viene creciendo en un 20%. Rango de precios: por debajo de los 20 soles (US\$ 6,15), entre 20 y 50 soles (US\$ 15,38), y por encima de 50 soles (US\$ 15,38). Cabe destacar que el 85% de vinos en Perú están por debajo de los 100 soles (US\$ 30,77).

Principales importadoras de vino en Perú

| | Market share 2016 | Principales viñas | Web |
|-----------------------|-------------------|---|--|
| G W Yichang & CIA S.A | 24% | Viña Concha y Toro (Chile) | http://efactura.yichang.com.pe:9080/electronicinvoice/home |
| Perufarma S.A | 14% | Navarro Correas (Argentina) Moët & Chandon (Francia) | https://www.perufarma.com.pe/ http://www.premiumbrandspe.com/ |
| Premium Brands | 9% | Montes (Chile) | m/ |

Cabe mencionar la importancia del canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Catering), que agrupa gran cantidad y variedad de proveedores. Para más información de este canal ingresar al link

- <http://www.canalhoreca.pe/>
- <https://www.wong.com.pe/pe/supermercado/login.html>
- <http://www.metro.com.pe/catalogo.aspx>
- <https://www.vivanda.com.pe/>
- <http://www.plazavea.com.pe/>
- <http://www.tottus.com.pe/>

■ Principales actividades y ferias especializadas para el Vino

Ferias internacionales relevantes

- ExpoVino** – Organiza Wong (Cencosud) – del 29 de setiembre al 01 de octubre en el Círculo Militar de Chorrillos.
<https://www.wong.com.pe/expovino/>
- Alta Gama Winefest** – Organiza Almendáriz – 15 y 16 de julio en el Hotel Country Club
<http://www.almendariz.com.pe/noticias.html>

Actividades ProChile 2016 – Vinos

- Chilean Wine Tour** - Hotel Country Lima - agosto 2016.

■ Normativas aplicables y requisitos importación.

División de Registro Sanitario y Certificación Sanitaria (DIGESA).

<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28>

■ Conclusiones

La estrategia de penetración para el mercado peruano es a través de importadoras, y precio en función al valor percibido. Se recomienda acompañar la estrategia con acciones de promoción que permitan al consumidor adquirir una mayor cultura vitivinícola. El consumidor peruano se está sofisticando producto del éxito gastronómico en Perú. No está consumiendo más, sino que apunta a mayor calidad y mayor precio. La contracción del consumo se debió entre otras razones a la coyuntura electoral del año en curso.

Para más información sobre la categoría de VINOS en Perú o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Sandra Sayán al e-mail ssayan@prochile.gob.cl