

MERCADO: **PARAGUAY**

Exportaciones de vinos argentinos a PARAGUAY								
Ranking del destino para Argentina			8					
Año	FOB (U\$S)		Litros		Precio promedio		Participación en litros	
	Valor	Variación %	Volumen	Variación %	FOB (U\$S) por litro	Variación %	Granel	Fraccionado
2019	14,671,093		12,738,572		1.15		0.00%	100.00%
2020	12,598,150	-14.13%	14,947,492	17.34%	0.84	-26.82%	0.00%	100.00%
2021	17,694,901	40.46%	13,165,735	-11.92%	1.34	59.46%	0.00%	100.00%

NOTAS

- Paraguay mantiene una balanza comercial deficitaria en el mercado del vino, ya que las exportaciones son prácticamente inexistentes, por la poca producción nacional, y las importaciones son las que realmente satisfacen el consumo nacional de este producto.
- En cuanto al tamaño de mercado del sector se distinguen dos ámbitos diferenciados:
 - Mercado interior:
 - El cual depende básicamente de las importaciones, ya que la producción nacional es muy reducida y de calidad media-baja.
 - No es sencillo determinar el consumo nacional, estimado en 8,44 litros per cápita anuales, debido a la importación ilegal (contrabando) de productos. Vinos de otras regiones, particularmente argentinos, son traídos de forma ilícita a Paraguay satisfaciendo parte de la demanda interna. Esto hace que el vino de esta región sea muy competitivo y presente precios más bajos.
 - Sobre el total de ventas de bebidas alcohólicas en Paraguay, el vino tendría una incidencia del 30,1%, siendo la segunda bebida alcohólica más consumida en el país, por detrás de la cerveza (54,9%).
 - El principal factor que impulsa el comercio bilateral no registrado es el precio. Por lo tanto, la evolución cruzada del tipo de cambio del real, del peso y el guaraní, y los precios internos en cada país (inflación) determina el sentido de los flujos de contrabando entre estos países.
 - Mercado exterior: asociado este último al comercio en frontera y las reexportaciones.
 - Estaría comprendido principalmente por ciudadanos brasileños y argentinos, que viajan a las regiones de frontera, donde realizan compras aprovechando los precios menores del vino en Paraguay.
 - Este mercado viene recogido dentro del llamado Régimen de Turismo de Reexportación, sistema especial de pago de tributos para productos importados de países no limítrofes y destinados a la exportación.
- Importaciones:**

- En cuanto a las importaciones totales registradas en el país, alcanzaron los 42,7 millones de dólares en 2019, un 48% más que en 2015.
 - La subpartida más importante dentro del sector, en términos de valor sería vinos finos de mesa, la que ha registrado un mayor crecimiento ha sido vinos espumosos, con un aumento del 50% entre 2015 y 2019.
 - En relación con el origen de las importaciones, Chile y Argentina, son los principales actores del mercado del vino en Paraguay, con una cuota de mercado conjunta del 75,5%. No obstante, cabe destacar que Chile es el líder del mercado en valor de las importaciones mientras que Argentina es el líder en cuanto a volumen. Muy por detrás de estos dos países, se encuentran Brasil, Francia, España e Italia.
- **Consumo:**
 - Si bien a la hora de consumir bebidas alcohólicas, los paraguayos siguen prefiriendo la cerveza, el vino ha dejado de ser un producto minoritario y es consumido por amplios segmentos de la población, entre ellos los jóvenes de entre 30-45 años que viven en áreas urbanas.
 - Otros factores que han motivado la expansión del consumo del vino son, por una parte, el aumento de la clase media, y, por otra, el aumento de la oferta gastronómica y culinaria en Paraguay; que serían dos fenómenos que van de la mano.
 - En cuanto a hábitos de consumo, el paraguay posee predilección por el vino tinto, en especial el Malbec argentino.
 - En cuanto al consumidor de frontera, está compuesto principalmente por ciudadanos brasileños (también argentinos), y se localiza en los departamentos fronterizos. Este tipo de consumidor busca etiquetas que encontraría a un precio mayor en su mercado local, por lo que el gran aliciente es el precio.
- **Distribución:**
 - Con relación a la distribución, Paraguay destaca por mantener un canal corto controlado por una serie de empresas que ejercen de importador, distribuidor, mayorista y representante a la vez, y abastecen del producto a todo el país, ya sea supermercado, tienda especializada o canal horeca.
 - Por otra parte, los puntos de venta o retailers se encuentran muy atomizados. Encontramos los clásicos como los supermercados, tiendas de gama alta y “bodegas” (pequeños negocios minoristas vendedores de bebidas alcohólicas), que serían los más importantes para el sector.
 - Asimismo, destaca el crecimiento de establecimientos de conveniencia y tiendas especializadas. Los primeros son fruto de una proliferación de tiendas abiertas 24/7 en muchos puntos de la ciudad donde el consumidor compra productos en pequeñas cantidades. Los segundos son establecimientos donde, además de vender vino y bebidas alcohólicas exclusivamente, ofrecen cursos de catas de vinos, eventos y degustaciones.
 - El comercio electrónico en Paraguay como canal de distribución, representa un concepto bastante nuevo para los usuarios. En la actualidad los sitios web más importantes para la venta de vino serían los de grandes supermercados. También suelen ser utilizadas plataformas extranjeras. Cada vez son más las tiendas

especializadas y comercios de Paraguay que deciden adentrarse en el mundo del e-commerce.

- Asimismo, es importante tener en cuenta el auge de las redes sociales como canal de venta online, en especial Instagram, Facebook o WhatsApp. En Paraguay las redes sociales son utilizadas como medios para obtener información acerca de la calidad, precio y características de los productos que ofrecen las empresas. Por su parte, Facebook y WhatsApp son los canales favoritos de los usuarios para contactar y concretar compras.
- Para las marcas es fundamental entender al comprador paraguayo y sus motivaciones. En el caso del vino, se trata de un producto que acompaña a comidas y celebraciones, por tanto, se trata de una compra menos “impulsiva” que la de otras bebidas de uso cotidiano.
- Uno de los factores decisivos de compra para el público paraguayo sería el precio.
- El siguiente factor determinante es el sabor. En cuanto a los gustos, los preferidos son vinos muy frutales, con muy poca madera e incluso sobre-madurados. La mayoría de los paraguayos elige vino dulce o semidulce, en lugar de vino seco o semiseco.
- Por último, también inciden en la decisión de compra la variedad de uva y la procedencia. En cuanto a la variedad de uva, los consumidores paraguayos están familiarizados con las variedades de uva internacionales y más conocidas como Cabernet Sauvignon, Merlot, Malbec o Chardonnay. De entre ellas destaca, indiscutiblemente, el Malbec. Aunque cada vez se van consumiendo nuevas variedades de uva, procedentes de distintos países. Si atendemos al consumo en litros, la mayor parte del vino que se consume en Paraguay procede de Argentina y es de tipo Malbec en su mayoría.

Fuente: Elaboración **Observatorio Vitivinícola Argentino** en base a datos de:

- El Mercado del vino en Paraguay – Estudio ICEX