

MERCADO: **URUGUAY**

Exportaciones de vinos argentinos a URUGUAY								
Ranking del destino para Argentina			15					
Año	FOB (U\$S)		Litros		Precio promedio		Participación en litros	
	Valor	Variación %	Volumen	Variación %	FOB (U\$S) por litro	Variación %	Granel	Fraccionado
2019	6,646,273		1,879,434		3.54		0.00%	100.00%
2020	7,280,410	9.54%	2,430,718	29.33%	3	-15.30%	0.00%	100.00%
2021	11,007,055	51.19%	3,678,850	51.35%	2.99	-0.11%	0.00%	100.00%

NOTAS

- Uruguay constituye un mercado pequeño en términos de población (3,5 millones) y PIB (53.629 US\$ millones en 2020) aunque atractivo, porque se encuentra a la cabeza de América Latina en PIB pc (15.438 USD) e igualdad en la distribución de la renta. Se trata de un país productor y exportador de vino, con una gran cultura vitivinícola y consumo per cápita elevado de 26,4 litros/persona al año.
- Aunque el consumo de vino estaba descendiendo en Uruguay desde 2015, sus ventas repuntaron notablemente en el año 2020. El confinamiento de la población, las restricciones a la movilidad y limitaciones sobre el aforo/horarios de los establecimientos del canal Horeca impulsaron la demanda de vino. Las cadenas de supermercados y tiendas especializadas concentran aproximadamente el 90 % de las ventas de vino y su consumo se realiza fundamentalmente en el ámbito doméstico y familiar.
- En 2020 Argentina se mantuvo un año más como el principal origen del vino importado por Uruguay bajo el código TARIC 2204, con una cuota del 63 % en valor. Le siguieron Chile (25 %); Francia (6 %) y España (5 %).
- Ni el país de origen ni la D.O. son factores relevantes para el consumidor final en su decisión de compra.
- En Uruguay los canales de comercialización son cortos y 3 empresas concentran prácticamente el 50 % de las importaciones. La forma habitual de entrada en el mercado es mediante acuerdos de distribución exclusiva con un importador/distribuidor a 3 – 5 años. Las cadenas de supermercados también pueden ser relevantes.
- En línea con los demás países del MERCOSUR, Uruguay aplica a las importaciones de vino procedentes de la UE un Arancel Exterior Común elevado (20 %) así como diferentes tasas e impuestos directos/especiales que encarecen mucho el producto. Los vinos de Argentina (socio del MERCOSUR) y Chile (con un TLC en vigor con Uruguay desde 2008) tienen un tratamiento comercial más favorable.
- Importaciones**

- Las importaciones uruguayas de vino alcanzaron su punto más alto en 2018, sufriendo después una fuerte caída en términos de valor (-6,7 %) en 2019, que fue algo más moderada (-2,5 %) en 2020.
 - El efecto positivo que la pandemia tuvo en Uruguay sobre el consumo interno de vino benefició principalmente a los productores nacionales y, en segundo lugar, a las importaciones procedentes de Argentina, Francia y España. Más aún, si tenemos en cuenta que las importaciones uruguayas de vino chileno disminuyeron un 21,5 % en 2020, y que el 52 % de las importaciones procedentes de Francia se corresponden (champán y espumosos)
 - Respecto al tipo de vino importado, analizando las diferentes subpartidas del se constata un predominio claro, y cada vez mayor, de las importaciones de vinos finos de mesa (Vinos de Calidad Preferente o VCP) envasados en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. Las importaciones de vinos espumosos (incluyendo champán) acentuaron en 2020 el descenso iniciado en 2018, afectadas sin duda por un menor consumo asociado a celebraciones y restricciones presupuestarias de los hogares durante la pandemia.
 - Los importadores uruguayos de vino tienen diferentes perfiles, que incluyen: empresas especializadas únicamente en la distribución de bebidas alcohólicas; grandes importadores y cadenas de supermercados
- **Factores normativos:**
 - En 2015 se aprobó la Ley 19.360 que redujo a cero el límite de alcohol en sangre con el que estaba permitido conducir – el anterior límite era 0,3 g/litro en sangre. Esta medida impactó negativamente y de modo inmediato sobre el consumo de bebidas alcohólicas realizado en el canal Horeca.
 - Aunque en Uruguay no está prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas, ésta es bastante restrictiva y debe advertir contra los efectos del consumo excesivo de alcohol e informar de la prohibición de consumo de alcohol por menores. Además, la Ley 19.885 crea el Marco Regulatorio para el consumo problemático de bebidas alcohólicas (aprobada en diciembre de 2019) y prohíbe la organización de concursos o torneos que promuevan el consumo de bebidas alcohólicas. La edad legal mínima para el consumo y compra de alcohol es de 18 años.
- **Perfil consumidor:**
 - Según el estudio «Imagen y posicionamiento del vino uruguayo», realizado por la consultora Mercoplus Latin America para el INAVI, los consumidores uruguayos de vino son, sobre todo, hombres y mujeres que superan los 50 años y tienen un nivel socioeconómico elevado. Por el contrario, los jóvenes entre 20 y 35 años consumen más cerveza, aunque todos los grupos de edad son consumidores de vino.
 - Los aspectos más valorados por el consumidor uruguayo al seleccionar un vino son el sabor y el precio, relacionados directamente con la calidad del producto. Existe una preferencia hacia los vinos en botella.

- Existe una clara preferencia por vinos locales, seguidos a distancia de chilenos y argentinos.
- Entre los consumidores de vino más jóvenes el precio juega un papel más relevante aún, junto con la facilidad de apertura del envase – son más populares los formatos tetrabrik.
- El consumo de vino se realiza principalmente en los hogares y está asociado a eventos sociales.
- La frecuencia de compra suele ser semanal o quincenal para los mayores de 35 años, y mensual para los más jóvenes.
- En cuanto al lugar de compra, los supermercados y tiendas especializadas son los establecimientos preferidos – el 93,6 % de las ventas de vino se realizó en este canal en 2020.

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

- ICEX: El mercado del vino en Uruguay.