

## Bodegas apuntan a las clases más bajas para recuperar ventas

### Vinos

El consumo cayó 10% en lo que va del año. El 65% de la facturación viene de los vinos más baratos.

---

La complicada situación del sector vitivinícola, con una caída del 10% en el consumo interno y de casi el 12% en las exportaciones durante primer semestre, está haciendo que las bodegas vuelvan a enfocarse en el sector que les aporta el mayor volumen: el de las clases sociales de menores ingresos. El 82,5% de los litros que se consumen en el mercado doméstico corresponde a los segmentos socioeconómicos más bajos, que explican el 65% de la facturación.

En este sentido, gran parte del mercado se centra en los vinos de precio medio bajo, los llamados "finitos" y el tetra brik, que representan 8 de cada diez litros consumidos y 2 de cada 3 pesos vendidos. "La penetración de consumo del vino es similar en todas las clases sociales. Es decir que, como producto, está presente en casi todos hogares sin distinción", afirma el analista Guillermo Oliveto, titular de la consultora W.

Estas características del mercado fueron parte de una presentación encargada por la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), una institución pública no estatal que agrupa a numerosos jugadores de la actividad y que se encuentra en pleno desarrollo de su Plan Estratégico 2020. Este programa incluye innovaciones en productos, packaging, ocasiones de consumo y una mayor comunicación.

Esta acción de fomento a las ventas tienen su explicación: a pesar de los beneficios que los productores lograron en estos primeros meses del año tras la devaluación, los altos costos siguen limando la rentabilidad del sector en un contexto donde el consumo, por efecto de la inflación, también viene cayendo.

En parte, el objetivo de detener la baja del consumo per cápita en el mercado interno se logró: dejó de caer como lo venía haciendo hasta 2004, y se estabilizó en 25 litros anuales. Esto ubicó a la Argentina en uno de los 10 principales mercados del mundo.

En el país, se consume el 75% de los vinos que se producen y el resto es destinado a la exportación. El principal comprador es Estados Unidos. "Nuestro objetivo es

lograr una participación del 10% del volumen que generan todas las exportaciones mundiales en los próximos cuatro años", señaló Carlos Fiochetta, gerente general de COVIAR. Hoy, esa participación es de apenas el 3%, casi la mitad de lo que representan los vinos chilenos, por ejemplo.

Parte de la estrategia para ampliar el negocio, entonces, será "defender todas las gamas" del vino, para llegar con la comunicación a todos los segmentos, según el directivo.

Entre otros datos, la encuesta incluida en la investigación a cargo de Oliveto detalló que el 61% de los consumidores son hombres y el 41%, mujeres. Que el vino tinto sigue siendo el elegido por el consumidor argentino en un 88%. Que el 47% lo toma solo, mientras que el 29% lo diluye con hielo y el resto, con otras bebidas.

Fuente: [http://www.ieco.clarin.com/economia/Bodegas-apuntan-clases-recuperar-ventas\\_0\\_1625237612.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/Bodegas-apuntan-clases-recuperar-ventas_0_1625237612.html)