



Informe comercial elaborado por la  
Embajada de la República Argentina en  
Venezuela.

## Informe de mercado vitivinícola

10 de octubre de 2021



## Perfil del mercado vitivinícola venezolano

- **Posición arancelaria:** 220410 y 220421
- **Descripción del producto:** vinos tintos, blancos, rosados y espumantes.
- **Arancel aplicado a Argentina:** 0%
- **Arancel NMF a países sin acuerdo preferencial:** 20%
- **Tasa aduanera por fuera del arancel:** tasa por determinación del régimen aduanero 1%.
- **Impuestos internos:** la Ley de Impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas establece los impuestos y demás regulaciones sobre la publicidad de licores importados, los cuales difieren de los nacionales. A continuación link con mencionada ley:

[www.declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR\\_CONTENIDO\\_SENIAT/02NORMATIVA\\_LEGAL/2.4TRIBUTOS\\_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.html](http://www.declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/02NORMATIVA_LEGAL/2.4TRIBUTOS_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.html)

Se debe tomar en cuenta los impuestos locales al licor, exigibles por la aduana en el momento de la importación, así como de etiquetado. El mayor porcentaje del costo que se le añade al vino importado proviene de los impuestos al alcohol que deben pagarse al momento de ingresar al país, así como del IVA e impuestos locales.

- **Documentación exigida por Aduana:**
  1. Relación descriptiva de los bienes muebles corporales a importar.
  2. Factura comercial emitida a nombre del beneficiario encargado de la adquisición de los bienes muebles corporales.

- **Requisitos sanitarios:**

Se requiere de un Certificado Sanitario del país de origen, Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de salud venezolano, así como Certificado de Origen. A continuación link para consultar los requisitos de Registro Sanitario:

[www.sacs.gob.ve/site/images/requisitos/higiene\\_alimentos/ENVASES/REQUISITOS%20DE%20REGISTRO%20SANITARIO%20Y%20NOTIFICACIONES%20DE%20LICORES.pdf](http://www.sacs.gob.ve/site/images/requisitos/higiene_alimentos/ENVASES/REQUISITOS%20DE%20REGISTRO%20SANITARIO%20Y%20NOTIFICACIONES%20DE%20LICORES.pdf)

- **Requisitos técnicos:**

Para consultar la normativa interna, se encuentra disponible el siguiente link de la COVENIN:

[www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/3340-97.pdf](http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/3340-97.pdf)

- **Importadores:**

-IMPEVENE1417 - Alimentos Fusari

-IMPEVENE0897 - Alta cava

-IMPEVENE0999 - Automercado Panda

-IMPEVENE1004 - Cámara de Comercio e Industrias del Estado Aragua

-IMPEVENE0898 - Casa Oliveira

-IMPEVENE1485 - Celicor La Castellana

-IMPEVENE0995 - Central Madeirense Ipsfa Maracay

-IMPEVENE1002 - Centro Mercado Regional

-IMPEVENE0993 - Churrasqueria Brazil Du Venezuela

-IMPEVENE0998 - Comercializadora Kromi Market

-IMPEVENE0899 - Comercializadora Premium Brands

-IMPEVENE1202 - Corporación Askar, C.A

-IMPEVENE1187 - Dalagares  
-IMPEVENE0901 - Distribuidora Hormann Durr  
-IMPEVENE1201 - Divino Comercializadora  
-IMPEVENE1000 - El Hato Ejecutivo Don Bosco  
-IMPEVENE1460 - Enoteca 2000  
-IMPEVENE0910 - Enotria Sibarita  
-IMPEVENE0989 - Euromercado  
-IMPEVENE1496 - Forum  
-IMPEVENE1462 - Hotel Cct (Best Western)  
-IMPEVENE1189 - Iberoamericana De Licores (Ialca)  
-IMPEVENE1198 - Imalbeca  
-IMPEVENE1484 - Licoteca  
-IMPEVENE0902 - Maison Blanche  
-IMPEVENE0894 - Pedalco  
-IMPEVENE0895 - Productos del Sur  
-IMPEVENE0990 - Super Mercados San Diego  
-IMPEVENE1001 - Supermercado La Entrada  
-IMPEVENE0997 - Supermercado Tiberius

- **Canales de comercialización:** no existe un único canal de comercialización. Por un lado, existen varias importadoras que tienen entre sus catálogos a los vinos argentinos (Pedalco, Casa Oliveira, Imalbeca, Maison Blanche, Alta Cava, Productos del Sur, Ialca, Premium Brands, Fusari, Corporación Askar o Veneto América), las cuales proveen a supermercados, restaurantes y hoteles. Por otro lado, existen otros importadores que también actúan como puntos de venta al público al mismo tiempo, entre ellos varios supermercados y vinotecas de gran escala.
- **Principales centros de venta al público:** supermercados (Excelsior Gama y Forum, entre los principales), bodegones (gran proliferación en los últimos años), restaurantes, bares, vinotecas, licorerías y hoteles.
- **Recomendaciones para el exportador argentino:** contactar casas de distribución de vino en Venezuela o comercializadoras, ya que los vinos deben contar con registro sanitario y etiquetado realizado por éstas.
- **Niveles de precios:** naturalmente, los precios del vino dependen de la cepa, calidad y marca. Se pueden encontrar los vinos más económicos a partir de USD 2, pero un vino promedio tiene un costo de USD 5 a 10 dólares. A modo de ejemplo, la cadena de supermercados más grande de Venezuela, Excelsior Gama, tiene en venta el vino Linda Mora (de Finca las Moras) a un precio de venta al público de USD 4,5. Los vinos de Trapiche tienen un precio de USD 6 a USD 8, dependiendo la cepa. Otros vinos de mayor costo superan ampliamente los USD 15.

- **Ferias y exposiciones generales y especializadas:** en Venezuela se han llegado a editar guías de vinos, como la Guía Exceso de vinos, pionera en su género y que apareció por más diez años consecutivos desde 1999, y la Guía del vino Caracas, con cinco ediciones consecutivas. También eventos como el Salón Internacional de Gastronomía «El vino toma Caracas», con sus doce ediciones a cuestas, y «Sólo los mejores», muestra internacional de vinos premium, llevado a cabo en seis oportunidades, así como la constante actividad del Club Pomar y la Academia de Sommeliers de Venezuela, fundada en 2005, han sido claves para la promoción y el crecimiento de la cultura del vino en Venezuela.

# Informe de mercado vitivinícola (octubre 2021)

## 1. Resumen.

Desde 2017, las exportaciones vitivinícolas de Argentina a Venezuela han estado en aumento: pasaron de USD 0.7 millones en 2017 a **USD 2.2 millones en 2020**. Si bien tanto las importaciones totales como las que tienen como origen a Argentina no se encuentran en su punto más álgido, tampoco están en su punto más bajo: se evidencia una **moderada recuperación** de la curva de consumo y una **tendencia alcista en las importaciones** de vinos. Entre **2016 y 2020**, la **tasa de crecimiento anual** promedio de las importaciones **de vinos argentinos fue de 24%**, lo cual evidencia una inserción creciente en el mercado local.

La **producción local** de vinos venezolanos, pese a varios intentos de promoción, es muy **incipiente**, de modo que la demanda se cubre mayormente por importaciones. **Argentina** en esa provisión de vinos tiene un **lugar muy importante**: es el **2º proveedor representando más del 20%** de las importaciones totales de vinos. Actualmente, son muchas y de diversa calidad las bodegas argentinas presentes en el mercado local. Las principales **ventajas** con las cuales cuentan los **vinos argentinos** son la **ausencia de aranceles** y una **notoria reputación**.

Los estudios de campo indican que para Argentina se presentan **oportunidades** comerciales vitivinícolas para los tres **consumos** posibles: **1. de lujo con vinos de alto costo; 2. de calidad intermedia; 3. de consumo popular.**

## 2. Breve reseña histórica del sector vitivinícola venezolano.

### 2.1 La producción de vinos en Venezuela.

La **producción de vinos** en Venezuela es **muy incipiente**: está prácticamente circunscrita a fábricas artesanales de muy baja escala y calidad, a excepción de unas pocas empresas. Aunque cuenta con algunas regiones con condiciones climáticas para producir vinos -especialmente en el estado de Lara o Zulia-, esas producciones no alcanzan una escala importante.

En diferentes momentos de la historia, **Venezuela ha intentado incentivar la producción vitivinícola local**, pero nunca ha logrado alcanzar una producción relevante. De acuerdo a Bianco Dugarte et al (2001:32), “los primeros vinos comerciales empiezan a producirse en el país a mediados del siglo. Sin embargo, debido a la pobre adaptación de las variedades de uva a las condiciones climáticas, se comienzan a producir vinos a partir de mostos concentrados importados. En el año 1958, el gobierno decreta la protección de la industria nacional vinícola y para ello eleva considerablemente los aranceles de las bebidas alcohólicas importadas”. Sin embargo, esta medida **no logró un avance en el sector** y el uso de mosto concentrado importado se consolidó, sin evidenciar tampoco mejoras en la calidad. Recién en la década de 1980 con la disminución adquisitiva del bolívar frente al dólar se produce un estímulo para la creación de empresas dedicadas a la producción de vinos a partir de mostos naturales obtenidos en el país. Actualmente, son **sólo tres** las **empresas** con un **peso significativo** en el sector, las cuales producen tintos, blancos y rosados:

1. Instituto de la Uva de la Universidad Lisandro Alvarado en El Tocuyo: el centro ha estado trabajando en diferentes cepas criollas y tropicalizadas en sus núcleos de Tarabana y El Tocuyo, comercializando sus productos a pequeña escala en el Estado Lara. Actualmente, su presencia comercial se encuentra disminuida.
2. Bodegas “Pomar” en Carora, ubicadas en el estado Lara: en 1985 la Empresa Polar y la casa vinícola francesa Martell, en la zona de Altigracia (estado Lara), desarrollaron una joint venture cuyo nombre comercial es “Bodegas Pomar”, la cual cultiva variedades de uva francesas, españolas e italianas. Bodegas Pomar cosecha sus vinos en más de noventa hectáreas de viñedos propiedad de la marca, logrando insertar sus productos en todo el país. Es la única empresa productora de vinos con amplia presencia en los canales de comercialización del producto.
3. Centro de Desarrollo Vitícola Tropical y Vinícola del Zulia en el estado Zulia: ha llegado a producir 80 mil litros de vino, los cuales han servido como fuente de ingresos para el autofinanciamiento. En los últimos años, su comercialización se ha visto severamente afectada.

No obstante, como señalan Bianco Dugarte et al (2001:26), aunque Venezuela cuenta con las condiciones climáticas adecuadas para obtener vinos con altos estándares de calidad, para poder producir vinos estándar requerirá hacer obligatorio eficientes controles de calidad. Actualmente, **los análisis físico-químicos y las técnicas de producción** en Venezuela continúan siendo **muy rudimentarios**, de modo que la estandarización de sus

productos permanece como un desafío. No obstante, a futuro no puede descartarse el potencial de la producción local, ya que debido a su microclima tropical en algunas regiones de la geografía nacional, la producción permitiría obtener dos vendimias al año, lo cual le da una ventaja vis a vis de países con climas templados donde solo se obtiene una.

## 2.2 El consumo de vinos.

Como consecuencia de una producción vitivinícola local incipiente que no logra cubrir la demanda interna, **la mayor parte del vino consumido en Venezuela es importado, lo cual constituye una oportunidad significativa para la inserción de los vinos argentinos.** En este sentido, todos los productos del rubro alimentos y bebidas están signados por el déficit comercial estructural. Adicionalmente, Venezuela es una de las naciones con mayor índice de “Vulnerabilidad Alimentaria” en el continente con el 21,2 % de la población sin poder cubrir sus requerimientos básicos de alimentación, transformándose en un país importador neto con una balanza comercial de alimentos per cápita de -84 %” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA).

Según Vitoria (2015:35), “en las últimas dos décadas el vino se ha afianzado como una de las bebidas preferidas por los venezolanos. Más de veinte importadores muy dinámicos, nada desdeñables inversiones en mercadeo y publicidad, su notable presencia en los anaqueles de las grandes superficies y tiendas especializadas, así como la aparición de restaurantes gastronómicos que le prestan la atención debida, han convertido al vino en protagonista del sector gastronómico”. Según el autor, escritor y catador especializado en vino y spirits, con el paso de las décadas el vino se transformó en **uno de los productos estrella del consumo suntuario incentivado por la lógica importadora del rentismo petrolero.** En un mismo sentido, Bianco Dugarte et al (2001:32) señalan que el vino, progresivamente con el paso de los años, se transformó en una tradición en el consumo venezolano. Hoy en día, tampoco debe dejarse de tener en cuenta los vinos de consumo masivo, que actualmente de la mano de Fecovita, se encuentran presentes en el mercado venezolano y emergen como una bebida sustitutiva del ron y la cerveza, principales bebidas presentes en el consumo popular.

Actualmente, en sintonía con el extremadamente bajo nivel de la actividad económica, **las importaciones de vinos se encuentran en un flujo también bajo, aunque ya no en los mínimos históricos y denotando un aumento moderado en los últimos años.** Como señala Vitoria (2015: 38), “el negocio del vino y los licores en general, en Venezuela, crece al compás del péndulo de bonanza o crisis del negocio petrolero (y) hoy atraviesa una seria crisis”. En este entorno de severa contracción económica, las compras discrecionales como el alcohol se reducen drásticamente. No obstante, el mercado venezolano representa una gran oportunidad para el actual y potencial exportador de vinos, ya que el venezolano se caracteriza por ser un gran consumidor de bebidas alcohólicas. A pesar de que no existen datos oficiales acerca del consumo, el informe estadístico de 2017 de la Organización Mundial de Salud (OMS), indica que el **consumo per cápita de Venezuela** era de 7,1 Litros de **alcohol** por persona, por lo cual ha ocupado los **primeros lugares en el continente** durante varios años.

No obstante, es importante mencionar que en el consumo de bebidas alcohólicas predomina la cerveza y el whisky y que recién en los últimos años el consumo de vinos se incrementó considerablemente, posicionándose en el mercado venezolano como una **bebida alcohólica imprescindible en reuniones, celebraciones y demás ocasiones.** En este camino de consolidación del consumo de vino, la Argentina demostró ser un fuerte y estable competidor a través de la calidad de sus vinos, asegurando la fidelidad del venezolano. En pocas palabras, el consumidor mejora y crece en su afición y conocimiento sobre el vino, pero la inestabilidad de su economía no ha contribuido con su consolidación en el mercado.

Actualmente, se pueden detectar al menos **tres tipos de consumo según la calidad:** **1. Consumo de lujo:** las capas más altas de la sociedad acceden a vinos de diversas partes del mundo con costos extremadamente altos; **2. Consumo de calidad intermedia:** los vinos argentinos tienen una gran inserción en este segmento; **3. Consumo masivo/popular:** es un consumo creciente y sustitutivo del ron/cerveza, en el cual también los vinos argentinos han logrado insertarse.

## 3. Análisis de mercado

### 3.1 Evolución de las importaciones

Las **importaciones de vinos** en Venezuela, en sintonía con el desempeño general de las importaciones y la actividad económica, han tenido una **evolución volátil.** Lejos se encuentra el flujo importador en la actualidad de su pico en 2012 de más de USD 60 millones. No obstante, también evidencia una recuperación desde su punto más

bajo de en 2018 cuándo las importaciones fueron de tan sólo USD 3,6 millones. En pocas palabras, hoy las importaciones de vinos están en un punto medio bajo: en 2020 se importaron USD 10,8 millones, de los cuales Argentina explica más del 20%.

De las exportaciones totales de Argentina a Venezuela, el vino es el producto que ocupa el tercer lugar, con 5,24%. Su desempeño en los últimos años se destaca por tres razones:

1. Las importaciones venezolanas de vino desde el mundo están en alza (con una suba promedio de 15% entre 2016 y 2020).
2. Las exportaciones argentinas de vinos a Venezuela han crecido los últimos años (con una tasa anual de crecimiento promedio de 24%).
3. Argentina se beneficia de un arancel de 0% frente al 20% de arancel NMF.

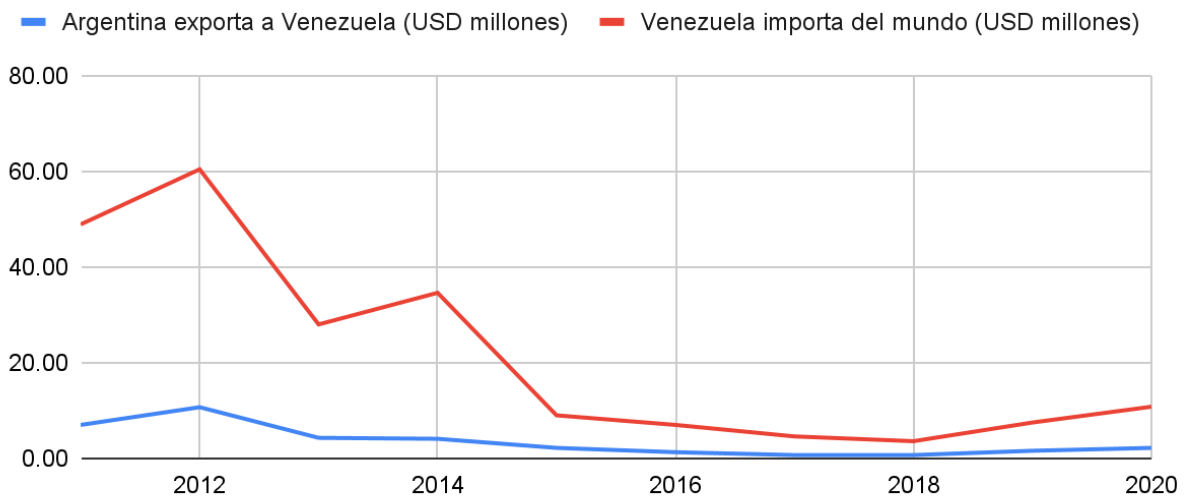
	Argentina exporta a Venezuela (USD millones)	Venezuela importa del mundo (USD millones)	Argentina exporta al mundo	Participac. de Argentina en importaciones de vinos de Venezuela (%)	Participac. de Venezuela en exportaciones argentinas de vinos (%)
2011	7.00	48.90	854	14.31%	0.82%
2012	10.70	60.40	929	17.72%	1.15%
2013	4.30	28.00	888	15.36%	0.48%
2014	4.10	34.60	842	11.85%	0.49%
2015	2.20	9.00	817	24.44%	0.27%
2016	1.30	7.00	817	18.57%	0.16%
2017	0.70	4.60	806	15.22%	0.09%
2018	0.70	3.60	829	19.44%	0.08%
2019	1.60	7.50	798	21.33%	0.20%
2020	2.20	10.80	780	20.37%	0.28%

En términos generales, la evolución de las importaciones de vinos argentinos está en sintonía con la tendencia de las importaciones totales de vinos. De este modo, el pico de importaciones de vinos argentinos (USD 10,7 millones) tiene su correlato en el pico de importaciones totales de vinos (USD 60,4 millones) en 2012. En un mismo sentido, el punto más bajo de compras de vinos a Argentina (USD 0,7 millones) tiene su correlato en el mínimo de importaciones totales en 2018 (USD 3,6 millones).

Sin embargo, cabe señalar que en los últimos años (2016-2020) las importaciones de vinos argentinos han crecido a una tasa anual promedio mayor a la tasa de importaciones totales de vinos: mientras que los vinos argentinos subieron al 24% anual, las importaciones vitivinícolas totales crecieron al 15% anual. Esto explica, en parte, que actualmente las importaciones totales estén en un nivel medio-bajo, mientras que las importaciones desde Argentina están en un punto medio-alto.



## Argentina exporta a Venezuela y Venezuela importa del mundo (USD millones)



Fuente: ITC Trade Map

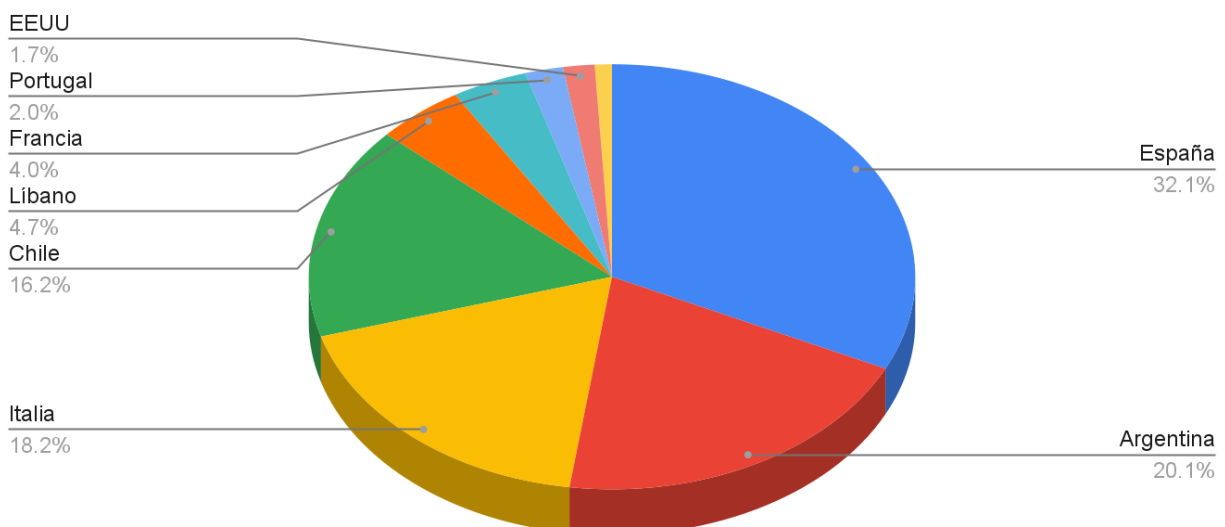
Respecto a los **vinos importados desde Argentina**, el signo distintivo es la **diversidad**: tanto blancos y tintos como rosados y espumantes, con un gran número de cepas y calidades. No obstante, lo que sí cabe destacar es que los **espumantes** tienen una **presencia menor**: sólo explican el 2,6% de las exportaciones vitivinícolas argentinas. Esto también se evidencia al comparar la tasa promedio de crecimiento anual de las importaciones vitivinícolas desde Argentina: en los espumantes, dicha tasa es negativa de -22%, mientras que el resto posee una tasa positiva de 24%.

### 3.2 Principales competidores

Cabe destacar que **Argentina** es un jugador de peso en el mercado vitivinícola local, representando **más del 20% de las importaciones**. Es el **segundo proveedor** de vinos, aventajado por España (32.1%) y seguido por Italia (18,2) y Chile (16,2%)

### Importaciones venezolanas de vino según origen (2020)

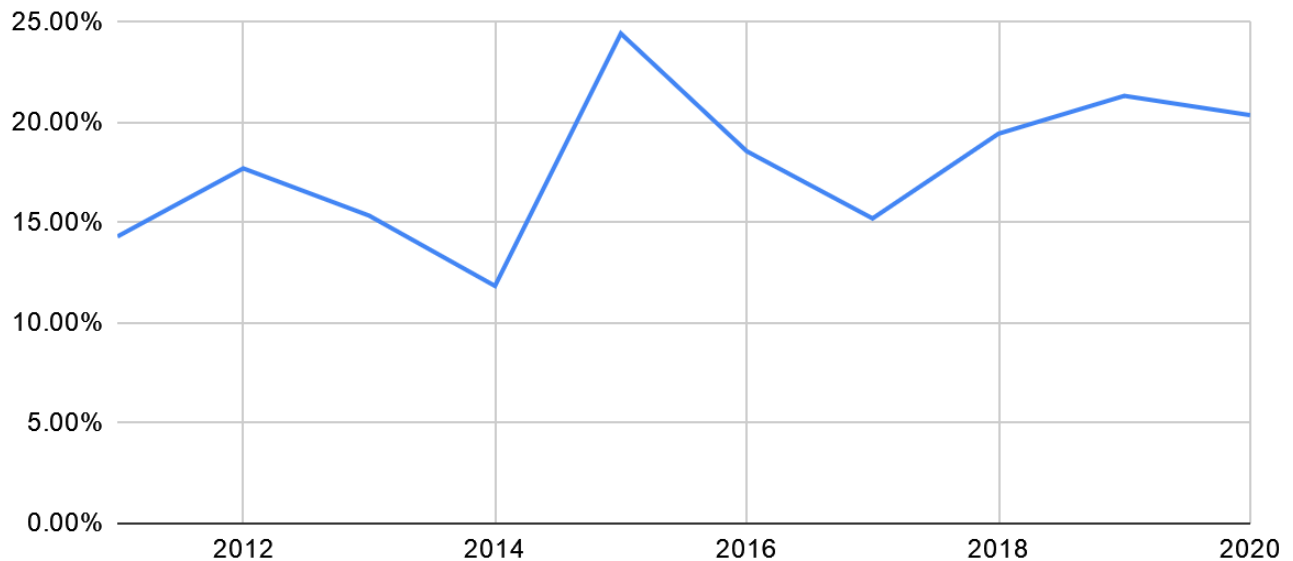
Fuente: ITC Trade Map





La participación de Argentina en las importaciones totales de vino ha oscilado desde un mínimo de 11,85% en 2014 a un máximo de 24,4% en 2015. Por ende, **la participación actual de 20.1% puede considerarse como un punto medio-alto.**

## Participac. de Argentina en importaciones de vinos de Venezuela (%)



Fuente: ITC Trade Map

Actualmente, los **vinos argentinos compiten con los españoles, italianos, chilenos, portugueses y franceses**, en dicho orden de importancia. Al respecto, dependiendo de la cepa y la calidad-costo del vino, el competidor puede diferir. No obstante, según relevamiento de mercado, salvo los vinos franceses, el resto de países también provee vinos de distinta calidad-cost. A continuación, se listan los vinos presentes según su origen:

- Espanoles:** Bodegas Aragonesas, Bodegas Altanza, Bodegas Robles, Bodegas Rodero, Bodegas Castro Martín, Codorníu, Freixenet, Juvé & Camps, Marqués de Monistrol, Segura Viudas, Vilarnau, González Byass, El Coto de Rioja, Delispain, Vicente Gandía Pla, Finca Valpiedra, Bodegas Garvey, Labastida, López Hermanos, Bodegas Luis Alegre, Bodegas Hidalgo, Marqués de Cáceres, Herederos de Marqués de Riscal, Mas d'en Gil, Bodegas Montevanos, Palacio de Otazu, Palacio de la Vega, Roda, Bodegas Terras Gauda, Miguel Torres, Bodegas Valduero, Tobelos, Quaderna Vía, Barón de Ley, Pago de los Capellanes, Bodegas Emilio Moro, Señorío de Bocos, René Barbier, Protos, El Vínculo y Tinto Pesquera.
- Italianos:** Asti Cinzano, Castello Banfi, Beni di Batasiolo, Barone Ricasoli, Azienda Vinícola Bosco Nestore, Cantina di Soave Cadis, Cascina Castle't, Gerardo Cesari, Citra, Luce Della Vite, Feudi di San Gregorio, Foss Marai, Villa Frattina, Braida, Il Feduccio, Prunotto, Mionetto, Marchesi de' Frescobaldi, Gianni Gagliardo, Antinori, Collavini, Carpené Malvolti, Tenuta Caparzo, Fazi Battaglia, Dino Illuminati, Il Feuduccio, La Procurte, Masi, Planeta, Alexander Bottega, Ricordi, Santa Margherita y Tenuta Santa Anna.
- Chilenos:** Viña San Pedro y Viña Concha, Viña Montes, Viña Los Vascos, Viña Emiliana, Anakena, Altaïr, Aresti, Arboleda, Bisquertt, Caliterra, Canepa, Casa Silva, Cono Sur, Cousiño Macul, Carta Vieja, Crucero De Martino, Echeverría, Errázuriz, Hugo Casanova, Casa Lapostolle, La Huerta, Loma Larga, Luis F. Edwards, Miguel Torres, Misiones de Rengo, Morandé, Ochotieras, Rosario, Santa Carolina, Santa Helena, Santa Inés, Santa Rita, Seña, Tabalí, Tarapacá, Terranoble, Tocornal, Undurraga, Valdivieso, Valle Andino o Vista Mar
- Portugueses:** Barros & Almeida, Quinta da Avelada, Sogrape Vinhos, Offley, Herdade do Esporao, Monte Velho, Oporto Gilbert's, Callabriga y Sandeman, Periquita y Terras Altas, Medeiros, Alentejo, Chryseia Douro-Niepoort, Quinta do Valado, Quinta do Vale Dona Maria y Cristiano Van Zeller.

5. **Franceses:** Druohin, Carbonnieux, Ruinart, Dominique Piron, Monmousseau, Delas, Cadillac, Le Sartre o Domaine Château de Mersault. Alnova, Georges Duboeuf, Sauvion y Robert Giraud, Calvet y Veuve, Clicquot, Moët et Chandon, Krug y Ruinart, Laurent Perrier y Barton & Guestier.

Por su parte, los **vinos argentinos presentes en el mercado venezolano**, de la mano de diferentes importadoras (Pedalco, Casa Oliveira, Imalbeca, Maison Blanche, Alta Cava, Productos del Sur, Ialca, Premium Brands, Fusari, Corporación Askar o Veneto América) son los siguientes: Altos Las Hormigas, Nieto Senetiner, Bodegas El Fin del Mundo, Chandon, Catena Zapata, Navarro Correas, Etchart, Finca Sopenia, Alta Vista, Familia Zuccardi, Santa Julia, Finca Flichman, Finca La Celia, Viña Cobos, Kaiken, Terrazas de los Andes, Bodegas Trapiche, Salentein, Doña Paula, El Origen, Finca La Celia, El Porvenir, Achával Ferrer, Viña Amalia, Valentín Bianchi, Bodegas López, Bodegas Santa Ana, Bodegas El Porvenir, Bodegas La Rural, Naira, Trivento, Lagarde, La Chamiza, La Riojana, Humberto Canale, Ventus, Dominio del Plata, Bodegas Lurton, Norton, Masi, Fincas Las Moras, bodegas de Fecovita (Toro y Estancia Mendoza), Bodega los Haroldos, Hereford (Bodega la Rosa).

#### 4. Diferenciales del vino argentino frente a otras opciones.

Los vinos argentinos cuentan diversas **ventajas** que lo ubican en una **situación más favorable** que el resto de vinos presentes en el mercado.

En primer lugar, las importaciones de vinos desde **Argentina tienen un arancel preferencial del 0%**, lo cual le otorga una competitividad mayor frente a las opciones europeas como Italia y España, principales competidores en el mercado, las cuales enfrentan un **arancel NMF del 20%**. **No obstante, Chile también se beneficia de dicho arancel preferencial** de 0%, de modo que los vinos argentinos compiten a la par de Chile sin contar con beneficios en términos arancelarios. Como señala Vitoria (2015:37), la inserción de vinos europeos enfrenta un tratamiento arancelario dispar: “mientras los vinos sudamericanos apenas pagan aranceles, los vinos europeos están sumergidos en la vorágine de altos aranceles cuya consecuencia es un elevado precio al consumidor final”.

Países proveedores de vinos a Venezuela	Arancel ad valorem aplicado
España	20%
Argentina	0%
Italia	20%
Chile	0%
Líbano	20%
Francia	20%
Portugal	20%
Estados Unidos	20%

En segundo lugar, los **vinos argentinos cuentan con una gran reputación** y se encuentran presentes tanto en supermercados como en restaurantes. En este sentido, y pese a competir de igual a igual en términos arancelarios con Chile, la reputación del vino argentino por su calidad es notoriamente superior a la chilena.

#### 5. Modalidades de pago

Cabe señalar que, si bien las sanciones internacionales al gobierno venezolano afectan el relacionamiento comercial directo, queda abierto el espacio a las importaciones del sector privado. Asimismo, la imposibilidad de utilizar los canales habituales de pago favorece al exportador extranjero toda vez que, al no poderse utilizar medios de pago como las cartas de crédito, **las exportaciones se realizan con pagos anticipados (100%)**, representando un menor riesgo para el exportador. El pago por anticipado también se vincula a los antecedentes de deudas no canceladas de empresas públicas y privadas venezolanas. De hecho, la deuda de empresas venezolanas con argentinas asciende a alrededor de USD 411 millones.

## 6. Últimas tendencias de mercado: relevamiento de estudio de campo

A partir de un estudio de campo y con conversaciones con actores involucrados en el mercado vitivinícola local, pueden señalarse varias tendencias del mercado en los últimos años que pueden resultar relevantes para la estrategia de una empresa exportadora:

-Históricamente, Venezuela fue un país en el cual las principales bebidas alcohólicas de consumo masivo han sido el ron, whisky y la cerveza, mientras que el vino ocupaba un lugar más lateral. Sin embargo, como se señaló a lo largo del informe, en los últimos años y después de amplio proceso de construcción del mercado local, el vino comenzó a ocupar un lugar más relevante. En este sentido, cabe destacar que en los últimos años se ha incrementado notablemente el consumo de vinos de bajo costo como producto de consumo popular que actuaría como posible sustituto de las tradicionales. En este sentido, en este año se han recibido consultas sobre empresas exportadoras de vinos de bajo costo, entre las cuales cabe destacar la cadena de Hipermercados Forum, con las cuales se coordinó una videollamada para facilitar los contactos de Fecovita.

-Luego de un relevamiento de restaurantes y hoteles, se observa una amplia presencia de vinos argentinos en sitios turísticos. Esto permite inducir que si existe una recuperación económica en términos de turismo interno y -eventualmente- internacional, dicha tendencia servirá como un estimulador para el consumo de vinos vinculados a establecimientos turísticos.

-Los vinos argentinos también encuentran inserción en el consumo de las clases más altas, con gran presencia en los denominados “bodegones”, los cuales son puntos de ventas de productos importados, un fenómeno en auge en el mercado local.

-La presencia de vinos argentinos en hoteles también puede ser un factor para el crecimiento de las exportaciones vitivinícolas argentinas en caso que la industria petrolera recupere sus capacidades productivas, ya que los equipos técnicos suelen alojarse en hoteles de categoría en el cual los vinos argentinos tienen mayor valor agregado.

-Asimismo, las estimaciones en relación al flujo importador prevén que la tendencia positiva se acentúe, de modo que resulta esperable que las exportaciones vitivinícolas argentinas acompañen el incremento de las importaciones totales, máxime teniendo en consideración que la tendencia general de las importaciones históricamente ha tenido su correlato con las importaciones de vinos desde Argentina.

## 7. Plan de acción

En el corriente año, las actividades de esta Representación han estado signadas por una **activa promoción del sector vitivinícola**. Por un lado, los vinos argentinos han sido promocionados en todas las actividades de índole cultural y político bajo la modalidad de “vino de honor” en el cierre de dichas actividades, y la receptividad que ha obtenido de parte de los asistentes ha sido notoria.

Por otro lado, esta Sede ha realizado varias actividades cuyo objeto fue exclusivamente la promoción de las exportaciones vitivinícolas. En primer lugar, se organizó una cata de vinos con chocolates venezolanos como maridaje, con el objetivo de fomentar un consumo combinado con un producto local masivo (chocolate) que funcione como catalizador del consumo de vino argentino. En segundo lugar, se realizó una cata de vinos en la misión comercial que realizó esta Representación en la ciudad de Lechería, estado Anzoátegui, uno de los puntos neurálgicos del turismo en Venezuela, con gran presencia del sector turístico, gastronómico y hotelero. Por último, está planificado realizar una actividad de promoción exclusivamente dedicada al sector, denominada como “Noche Argentina en el Marriott”, en la cual se harán presentaciones artísticas junto con una degustación de vinos en maridaje con una serie de platos que lanzará la cadena de hoteles Marriott para la ocasión. En este sentido, se han facilitado al sector de compras de Marriott los contactos de diferentes importadores de vinos argentinos, ya que en su catálogo sólo estaban incluidos diferentes presentaciones de Finca Las Moras, de modo que en el momento de lanzamiento de los nuevos platos en la “Noche Argentina” se podrá disfrutar de una mayor diversidad de vinos argentinos.

Asimismo, es importante señalar que gran parte de las consultas de empresas locales que recibe la Sección Económica-Comercial de esta Representación están relacionadas a empresas exportadoras de vinos. En este año se han recibido consultas de hoteles, supermercados, bodegones y vinotecas.

## 7. Fuentes

**-VILORIA, Vladimir (2015):** “El vaivén del vino en Venezuela”, Debates IESA, Volumen XX, Número I, enero-marzo 2015.

**-BIANCO DUGARTE, W. Hugo y MEDINA, A. Luisa (2001):** “Reseña histórica del vino en Venezuela y su control de calidad”, Revista De La Facultad De Farmacia Vol. 42, Facultad de Farmacia y Facultad de Ingeniería, Universidad de Los Andes.

**-ITC Trade Map**

**-ITC Market Access Map**

**-INDEC.**



Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina  
Venezuela.

[comercial\\_evene@mrecic.gov.ar](mailto:comercial_evene@mrecic.gov.ar)

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

