

Estudio Anual de Comercio Electrónico Industria Vitivinícola 2023

AVAL, AUDITORÍA Y CONTROL DE



INICIATIVA Y PRODUCCIÓN DE



APOYO INSTITUCIONAL DE



Un estudio con la **profesionalidad y espíritu colaborativo** que caracteriza a la industria



El estudio es avalado, auditado y monitoreado por el [Observatorio Vitivinícola Argentino](#), cuyo aporte de datos transversales de la industria permiten crear contextos de análisis coherentes y confiables.



La producción, procesamiento y aporte de datos de comercio electrónico, estará a cargo de [Combinatoria](#), la agencia ecommerce especializada en la industria vitivinícola, que en la actualidad concentra y gestiona el mayor número de canales digitales de bodegas.



El apoyo institucional de la [Cámara Argentina de Comercio Electrónico](#) es vital en este estudio aportando sus propios informes y estadísticas a la confección de este estudio específico del sector vitivinícola..

Pilares de este Estudio

La visión que nos mueve

Educación / Capital Humano

Profesionalizar la economía
digital de la industria
vitivinícola

Generación de Contenidos

Diseñar herramientas de
medición y crear contenidos
que mejoren las prácticas

Representatividad

Cultivar las relaciones
institucionales y con todos
los actores de la industria en
todos sus niveles

Fortalecimiento del ecosistema

Fomentar el desarrollo de la
oferta de vino y espumantes
e impulsar el crecimiento de
la demanda de los mismos.

Contenidos

Temas analizados en este estudio

01 Contexto económico y social 2023

Empresas participantes

02 FASE OFERTA

NÚMEROS DE LA INDUSTRIA

Facturación total

Órdenes de compra

En Cajas x 6 / Litros

Ticket promedio

Cantidad botellas por orden

DISTRIBUCIÓN DE MERCADO

Peso del canal online

Peso del canal desglosado

Bodegas con tienda propia

Bodegas con canal propio

Segmentación de volumen

INDICADORES ECOMMERCE

Tasa de conversión

Visitas registradas

Incidencia de la logística

Descuento promedio (%)

Ventas en cuotas (%)

03 FASE DEMANDA

MARCO GENERAL

Nuevos usuarios

Cotidianidad de compra

Ranking de categorías

Búsqueda de información

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Ventas por región

Comparativo por región

DISTRIBUCIÓN POR DISPOSITIVO

Ventas Mobile / PC (%)

Visitas Mobile / PC (%)

COMPOSICIÓN DE LA COMPRA

Nivel de recompra

% de venta por tipo

% de venta por línea

DISTRIBUCIÓN DEMOGRÁFICA

Distribución por género

Distribución por edad

04 CONCLUSIONES

RESUMEN DE TOTALES

Sobre ecommerce general

Sobre vinos en particular

Approach metodológico

Para realizar este estudio anual 2023

Se toma el informe completo de CACE 2023 como marco general de análisis del comercio electrónico en Argentina. Algunos indicadores seleccionados se comparten en este informe y son utilizados como punto de referencia para la comparación con la industria del vino. Según informa CACE en su estudio para 2023 sus estadísticas se basan en 277 encuestas realizadas a empresas socias para obtener datos de la Oferta y 1102 encuestas online a clientes para obtener datos de Demanda. El estudio de CACE contempla empresas de todos los rubros.

Como referencias del mercado vitivinícola se toma información del Observatorio Vitivinícola.

Los indicadores específicos de comercio electrónico de la industria del vino que se reflejan en este estudio 2023 se obtienen sobre una base de encuestas respondidas por 31 bodegas sobre su actividad online en Argentina durante 2023. A esa información se suma la actividad relevada de las principales vinotecas online y los principales marketplace para las categorías vinos y espumantes.

La base de información relevada para este informe es significativa siendo que son 31 encuestas sobre una base de 140 bodegas con actividad ecommerce real en Argentina durante 2023.

Además, para este estudio tiene sentido considerar que entre las encuestas con respuesta se encuentran 19 de las 25 principales bodegas con venta online en Argentina. Esas 19 bodegas sumadas representan el 80% del volumen total comercializado online por bodegas.

Approach metodológico

Definición de criterios mencionados a lo largo del informe

Total de litros con potencial ecommerce: en Argentina se consumieron 773.401.800 litros de vino durante 2023. Hablamos de vino fraccionado y comercializado en el mercado interno. Sin embargo, ese total contiene productos de segmentos muy diferentes como genéricos en tetrabrick y alta gama. Para este estudio, decidimos contemplar los litros en botella, lata y bag in box, descartando tetrabrick y damajuana. Esto se debe que los últimos representan un gran volumen (290.204.383 litros) con nula representación ecommerce. También excluimos la más baja gama de embotellados, que en muchos casos son genéricos sin mención de composición varietal y también con una mínima representación ecommerce.. El criterio exacto fue no contemplar los vinos con precio sugerido al público menor a 3000\$/litro a septiembre de 2024, lo que excluyó al 46% del vino en botella.

Bodegas con potencial de venta online: en Argentina existen 1164 establecimientos vitivinícolas registrados en 2023. Pero 903 son los que elaboran o fraccionan vino. Para el estudio, decidimos enfocarnos en los 625 que fraccionan y de ellos contemplar aquellos que producen 10.000 lts al año o más. El criterio responde al volumen de ventas necesario anualmente para costear una estructura, llevar adelante una estrategia ecommerce, invertir en pauta digital y ser rentable. Con dicho criterio las bodegas con potencial ecommerce es de 462 en 2023.

Bodegas con canal online propio: consideramos interesante para la industria identificar las bodegas que cuentan con e-commerce de aquellas que cuentan con canal online propio. Consideramos que una bodega tiene e-commerce si cuenta con una página con carro de compras. En cambio decimos que la bodega cuenta con canal online propio, cuando a su e-commerce le suma una estrategia activa tendiente a incrementar las ventas. Dicha estrategia incluye acciones comerciales, difusión, generación de base de datos propia con comunicación periódica e inversión en pauta digital. Suele incluir también equipo responsable para atender las operaciones de la tienda.

Approach metodológico

Definición de criterios mencionados a lo largo del informe

Bodegas con Tienda Online: Nos referimos a bodegas que cuentan con sitios web diseñados para vender productos online. Estos sitios ofrecen catálogos de productos con precios de venta y funciones para que el usuario pueda comprar online como carrito de compras, medios de pago y medios de envío.

Bodegas con Tienda Online Comercial: Nos referimos a bodegas que cuentan con tienda online (según la definición anterior) pero que realmente cuentan con actividad comercial gerenciada, incluyendo planificación, toma de decisiones, inversión, atención comercial y todas las actividades que definen un canal comercial activo. Por supuesto que también deben registrar órdenes de compra activamente. En el estadio actual de maduración del comercio electrónico en la industria del vino, consideramos útil hacer esta diferenciación entre Tienda Online y Tienda Online Comercial porque muchas bodegas cuentan con tiendas online de atención nula o mínima con resultados nulos o mínimos.

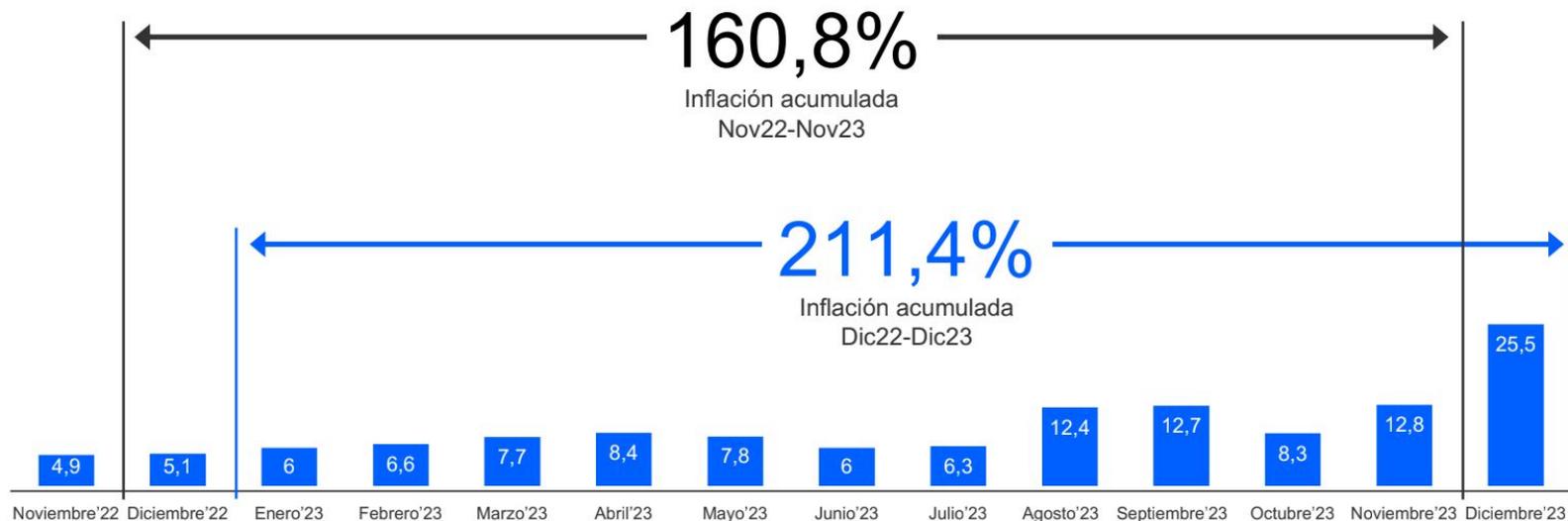
01

Contexto económico y social 2023

Contexto económico y social 2023

La tasa de inflación experimentó una variación interanual del 161% hasta Noviembre de 2023 y llegó al registro más alto en el último mes del año, acumulando un 211% interanual.

Datos en %



25 años cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Contexto económico y social 2023

Marcado por la alta inflación, elecciones y devaluación, el año 2023 significó un escenario desafiante para los argentinos, impactando en el poder adquisitivo de los consumidores.

Contexto Macroeconómico

Las medidas implementadas antes del ballottage contribuyeron a mantener el consumo en niveles relativamente estables para ese momento, e incluso favorecieron el consumo como una forma de resguardo frente a la inflación durante la segunda mitad del año.

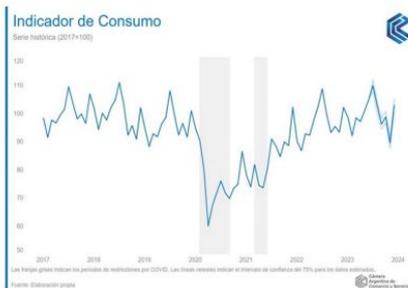
A pesar del notable incremento en los últimos meses del año, la inflación alcanzó su punto más alto en diciembre, cerrando el año 2023 con un 25,5%.



Consumo masivo

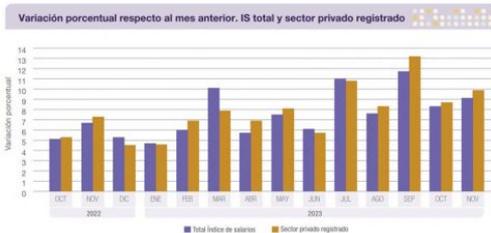
El Indicador de Consumo de la Cámara Argentina de Comercio experimentó en Diciembre una disminución del 2,4% respecto a Noviembre. Si bien tuvo un crecimiento acumulado del 3,3%, marcó el sexto mes consecutivo de caída, evidenciando pérdida de dinamismo.

El incremento a nivel interanual se atribuye a decisiones de gasto anticipadas, tanto para resguardar una debilitada capacidad de ahorro y nivel de vida, como también ante la expectativa de una devaluación durante los últimos meses del año.



Un salario que no logró vencer la inflación

La disminución en el consumo no solo se atribuye al constante aumento de la inflación, sino también al desfase entre los salarios e inflación. Según estimaciones basadas en datos del INDEC, la pérdida de poder adquisitivo es evidente. Para la mayoría de los trabajadores formales, la pérdida de poder adquisitivo al finalizar el año alcanzó el 30% en comparación con el promedio de 2017*. En el caso de los trabajadores informales, esta pérdida podría haber llegado al 57%.



25 años cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Contexto económico y social 2023

El Índice de Ventas Minoristas elaborado por la CAME registró una disminución anual del 13,7% en las ventas minoristas durante el mes de diciembre, culminando el 2023 con una reducción acumulada del 3,4%. De los 12 meses del año, 9 exhibieron una disminución en las ventas.

Índice de Ventas Minoristas

Variación interanual de ventas minoristas



25 años cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Perfil de las empresas entrevistadas

Empresas que participaron del estudio

Susana Balbo Wines
Bodega Norton
Familia Schroeder
Grupo Avinea
Colomé
Monteviejo
Piedra Negra
Rosell Boher
Domaine Bousquet
Trivento
Malma

Bodegas Bianchi
Luigi Bosca
Grupo Peñaflor
Rutini Wines
Viña Las Perdices
Finca Flichman
Escorihuela Gascón
Lagarde
Familia Rubino
Achaval Ferrer

Alta Vista
Del Fin del Mundo
Budeguer
Piattelli Vineyards
Penedo Borges
Piccolo Banfi
3 Sapas
Casarena
Solo Autores Wines
Bodega Cabrini

02

Fase Oferta



Los números de la industria

Facturación online de bodegas 2023

\$2.779.150.866

(Pesos dos mil setecientos setenta y nueve millones y ciento cincuenta mil ochocientos sesenta y seis)

Facturación online de bodegas en 2023

Suma de la facturación de las bodegas participantes. Los valores incluyen impuestos.

USD 8.005.244

Facturación online de bodegas 2023 representada en dólares

A los efectos del cálculo se valora el total de ventas de cada mes según su tipo de cambio oficial promedio.

0,035%

Sobre la facturación online total de Argentina en 2023

2023

\$7.829.000 millones

(Siete billones ochocientos veintinueve mil millones)

Facturación online total de Argentina en 2023

  Fuente: estudio anual 23 de CACE

Los números de la industria

Órdenes de compra online de bodegas 2023

82.085

(Ochenta y dos mil ochenta y cinco)

Órdenes de compra online de bodegas en 2023

Suma de las órdenes de compra de las bodegas participantes.

140.255

Cajas x 6

Órdenes de compra online de bodegas 2023 medidas en Cajas x 6

631.148

Litros

Órdenes de compra online de bodegas 2023 medidas en litros

0,035%

Sobre las órdenes de compra online totales de Argentina en 2023

2023

234 millones de órdenes de compra

Órdenes de compra online totales de Argentina en 2023

25 cace KANTAR Fuente: estudio anual 23 de CACE

Los números de la industria

Ticket promedio de compra online de bodegas 2023

\$38.429

(Pesos treinta y ocho mil cuatrocientos veintinueve)

Ticket promedio de compra online de bodegas en 2023

Mediana calculada sobre la base de bodegas participantes. Los valores incluyen impuestos.

10.25

Promedio de botellas por orden de compra

Sobre la base de órdenes de compra online de bodegas 2023 medidas en botellas

2023

En 2023 Alimentos y bebidas fue una de las categorías de mayor crecimiento en términos de cantidad de unidades vendidas

Fuente: estudio anual 23 de CACE

↑14,86%

Sobre el ticket promedio online de Argentina en 2023

2023

\$33.457

Ticket promedio online de Argentina en 2023

 **KANTAR** Fuente: estudio anual 23 de CACE

Distribución de mercado

Peso del canal online sobre total de ventas 2023

1,35%

Peso del canal online sobre total de ventas de la industria del vino en 2023

Base de cálculo: venta online de bodegas + venta online de vinotecas + venta online de marketplaces sobre total de ventas de la industria vitivinícola en el país con potencial ecommerce.

1,94%

Peso del canal online en bodegas

Sobre la base de las bodegas que respondieron esta pregunta.

252.039.978

Total litros de la industria

Total de litros en mercado interno con potencial de venta online



Fuente: estadísticas del Observatorio

↓ 90,36%

Sobre el peso promedio del canal online de Argentina en 2023

2023

14%

Peso promedio del canal online en total de ventas de Argentina en 2023



Fuente: estudio anual 23 de CACE

Distribución de mercado

Peso del canal online sobre total de ventas 2023 - Desglosado

1,35%

Peso del canal online sobre total de ventas de la industria del vino en 2023

Base de cálculo: venta online de bodegas + venta online de vinotecas + venta online de marketplaces sobre total de ventas de la industria vitivinícola en el país con potencial ecommerce.

0,25%

Peso del canal online en bodegas

Sobre la base del total de litros vendidos por bodegas sobre los litros con potencial ecommerce

0,74%

Peso del canal online marketplaces

Sobre la base de vino y espumante vendido en los principales marketplaces

0,36%

Peso del canal online en vinotecas

Sobre la base de vino y espumante vendido en las vinotecas online más relevantes

Distribución de mercado

Cantidad de bodegas con Tienda Online

30%

**Cantidad de bodegas con
Tienda Online en 2023**

Sobre la base de cantidad de bodegas
con potencial de venta online

140

Bodegas con Tienda Online

Sobre la base de las bodegas participantes +
relevamiento privado

462

**Bodegas con potencial de venta
online**

Observatorio
Vitivinícola
Argentino



Fuente: estadísticas del Observatorio

1.164

**Establecimientos vitivinícolas
registrados**

Observatorio
Vitivinícola
Argentino



Fuente: estadísticas del Observatorio

Distribución de mercado

Cantidad de bodegas con Tienda Online Comercial

8,7%

Cantidad de bodegas con Tienda Online Comercial en 2023

Sobre la base de cantidad de bodegas con potencial de venta online.
Para ser considerada tienda online comercial, el canal debe registrar gerencialmente comercial y órdenes de compra activamente.

40

Bodegas con Tienda Online Comercial

Sobre la base de las bodegas participantes +
relevamiento privado

462

Bodegas con potencial de venta online

Observatorio
Vitivinícola
Argentino



Fuente: estadísticas del Observatorio

1.164

Establecimientos vitivinícolas registrados

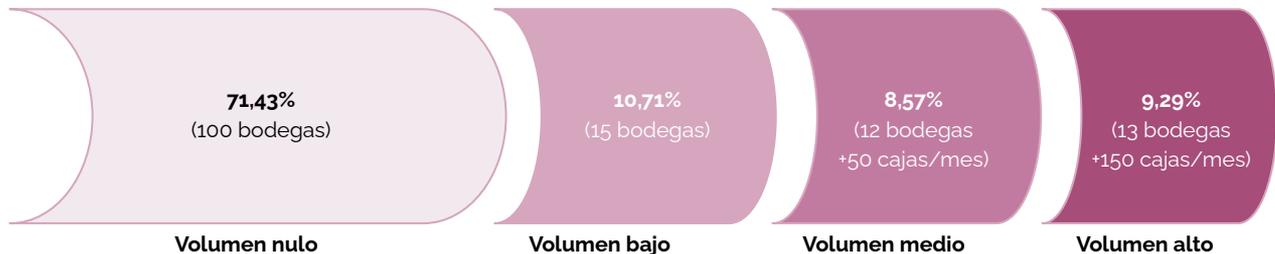
Observatorio
Vitivinícola
Argentino



Fuente: estadísticas del Observatorio

Distribución de mercado

Segmentación de volumen en ecommerce de bodegas 2023



140

Bodegas con Tienda Online

Sobre la base de las bodegas participantes + relevamiento privado

462

Bodegas con potencial de venta online

Observatorio Vitivinícola Argentino



Fuente: estadísticas del Observatorio

1.164

Establecimientos vitivinícolas registrados

Observatorio Vitivinícola Argentino



Fuente: estadísticas del Observatorio

Indicadores de Comercio Electrónico

Tasa de conversión online de bodegas 2023

1,20%

Tasa de conversión online
de bodegas en 2023

Sobre la base de las bodegas participantes.

0,03%

Tasa mínima relevada

0,88%

Tasa mediana calculada

4,80%

Tasa máxima relevada

↓ 6,25%

Sobre la tasa de
conversión promedio
de Argentina en 2023

2023

1,28%

Tasa de conversión
promedio de
Argentina en 2023

25cace KANTAR

Fuente: estudio anual 23 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Sesiones online registradas de bodegas 2023

7.007.383

Sesiones online de bodegas en 2023

Sobre la base de las bodegas participantes.

0,09%

Sobre las sesiones totales
de Argentina en 2023

2023

7.992 millones

Sesiones totales de
Argentina en 2023

  Fuente: estudio anual 23 de CACE

1,20%

Tasa de conversión online
de bodegas en 2023

2023

1,28%

Tasa de conversión
promedio de
Argentina en 2023

  Fuente: estudio anual 23 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Incidencia de costos logísticos en venta online de bodegas 2023

10,23%

Incidencia del costo logístico sobre la venta online de bodegas en 2023

Sobre la base de la facturación total de órdenes de compra de bodegas con impuestos.

94,45%

Costo asumido por la bodega

Porcentaje del costo logístico asumido por la bodega en modalidad Envío Gratis

5,55%

Costo asumido por el comprador

Porcentaje del costo logístico asumido por el comprador on line

Preferencias de Formas de Envío de los compradores en Argentina

- 60% | Envío a domicilio
- 30% | Retiro en punto de retiro
- 06% | Retiro en sucursal logística

25 años cace KANTAR Fuente: estudio anual 23 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Descuento promedio en venta online de bodegas 2023

23,0%

Descuento promedio en venta online de bodegas en 2023

Suma de los totales pagados sobre la suma de los precios sugeridos. Se contemplan descuentos obtenidos en forma directo o por cupón.

10.25

Promedio de botellas por orden de compra

Sobre la base de órdenes de compra online de bodegas 2023 medidas en botellas

2023

En 2023 Alimentos y bebidas fue una de las categorías de mayor crecimiento en términos de cantidad de unidades vendidas

Fuente: estudio anual 23 de CACE

\$38.429

Ticket promedio online en bodegas en 2023

\$33.457

Ticket promedio online de Argentina en 2023

 **KANTAR** Fuente: estudio anual 23 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Análisis de cuotas en venta online de bodegas 2023

41,00%

Porcentaje de órdenes de compra online concretadas en cuotas de bodegas en 2023

Sobre la base de las bodegas participantes que respondieron esta pregunta y estimaciones privadas.

90,28%

Órdenes de compra en 3 Cuotas

Sin diferenciar entre criterios de interés aplicados

8,34%

Órdenes de compra en 6 Cuotas

Sin diferenciar entre criterios de interés aplicados

Preferencias de Medios de Pago de los compradores en Argentina

- 62% | Tarjeta de crédito
- 47% | Tarjeta de débito
- 22% | Billetera electrónica
- 16% | Transferencia bancaria
- 06% | Efectivo en Pago Fácil / Rapi PAGO

25 años cace KANTAR Fuente: estudio anual 23 de CACE

03

Fase Demanda



Marco general del ecommerce argentino

Nuevos compradores online en 2023

Durante 2023 se registraron **1.419-784** de nuevos compradores online en Argentina

El **92%** de total la población activa (18 a 65 años) con conexión a internet compró al menos una vez en el año.

	Población de 18 a 65	Población con acceso a internet de 18 a 65 (90%*)	Compró alguna vez (%)	Compró alguna vez
2019	27.042.993	21.093.535	89%	18.773.246
2020	27.329.036	21.113.902	95%	20.058.206
2021	27.610.293	22.546.375	92%	20.742.665
2022	27.887.639	24.253.561	90%	21.828.205
2023	28.162.044	25.269.552	92%	23.247.989
Variación	+ 274.405	+ 1.015.991	+2pp	+ 1.419.784

25 años
cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Marco general del ecommerce argentino

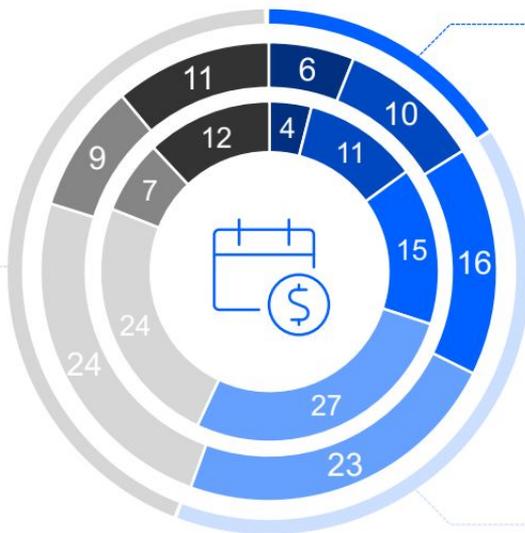
6 de cada 10 encuestados realizaron al menos una compra al mes

El **16%** de los usuarios compra al menos una vez por semana. Casi 4 millones de personas.

El **39%** de los usuarios compra al menos una vez al mes. Más de 9 millones de personas.

2023 2022

Neto Ocasional **45%**
2022 | 42% | 2023



16% Neto Cotidiano
2023 | 2022 | 15%

- Varias veces por semana
- 1 vez por semana
- Cada 15 días
- 1 vez por mes
- Cada 2-3 meses
- Cada 6 meses
- Menor frecuencia

39% Neto Regular
2023 | 2022 | 43%

25 años cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Marco general del ecommerce argentino

Ranking de las categorías más compradas

Dentro del total del ecommerce en Argentina, la industria del vino está reflejada en la categoría Alimentos y bebidas.

La categoría Alimentos y bebidas creció en 2023 respecto del año anterior pero perdió lugar frente a 2021.



25 años cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Marco general del ecommerce argentino

Búsqueda de información pre-compra

El 84% de las personas entre 18 y 65 años con conexión a internet decide su compra buscando información online

Luego, la compra se puede concretar online u offline, pero la búsqueda y decisión de compra es online.

84%

Buscó en alguna fuente online
(83% en 2022)

Promedio de menciones

2.59	2.28
2022	2023

Buscador de páginas web



59% | 2022



App / Sitio de Marketplace



39% | 2022



Redes sociales del fabricante / marca



27% | 2022



App / Sitio del fabricante / marca



25% | 2022



Redes sociales de Influencers



10% | 2022



Blogs online, revistas digitales



9% | 2022



25 años cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Distribución geográfica

Venta online de bodegas 2023 discriminadas por región

30,0%

Pcia. Buenos Aires

Provincia de Bs As sin CABA

24,0%

CABA

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

11,0%

Litoral

Corrientes, Entre Ríos, Misiones, Santa Fe

10,2%

Centro

Córdoba

9,6%

Patagonia

Chubut, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Tierra Del Fuego, La Pampa

9,4%

Cuyo

Mendoza, San Juan, San Luis

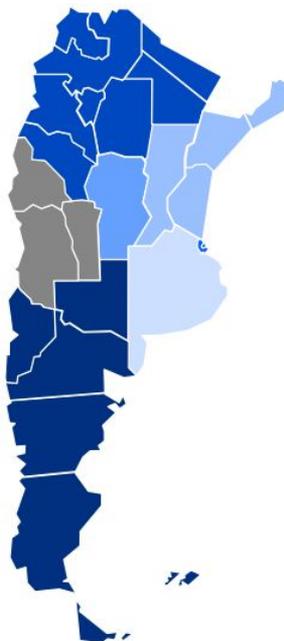
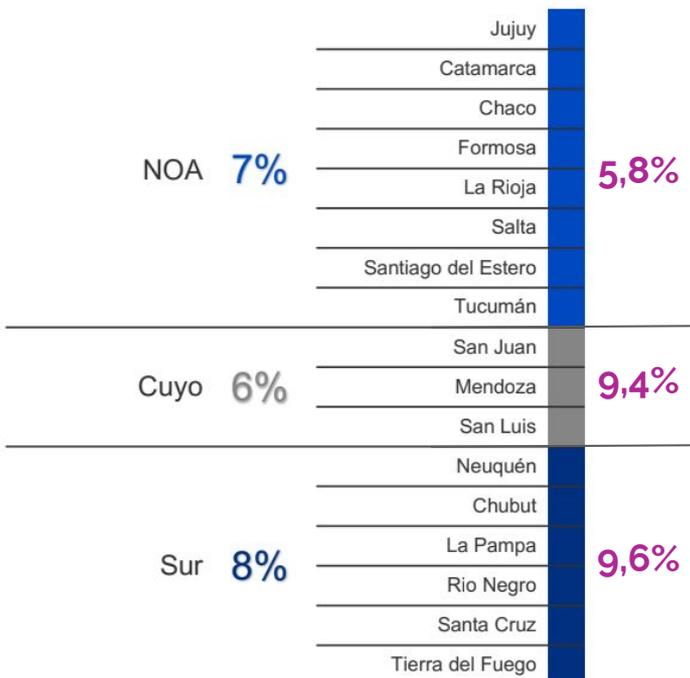
5,8%

Noroeste

Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero, Tucumán, Chaco, Formosa

Distribución geográfica

Venta online de bodegas 2023 - comparación por región



Referencias

- Venta online en Argentina
- Venta online de bodegas

25 años
cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Distribución demográfica

Distribución por género y edad

Género



76%

24%

Masculino

Femenino

Edad



2,4%

6,2%

24,5%

25,3%

21,7%

19,9%

18-24

25-34

35-44

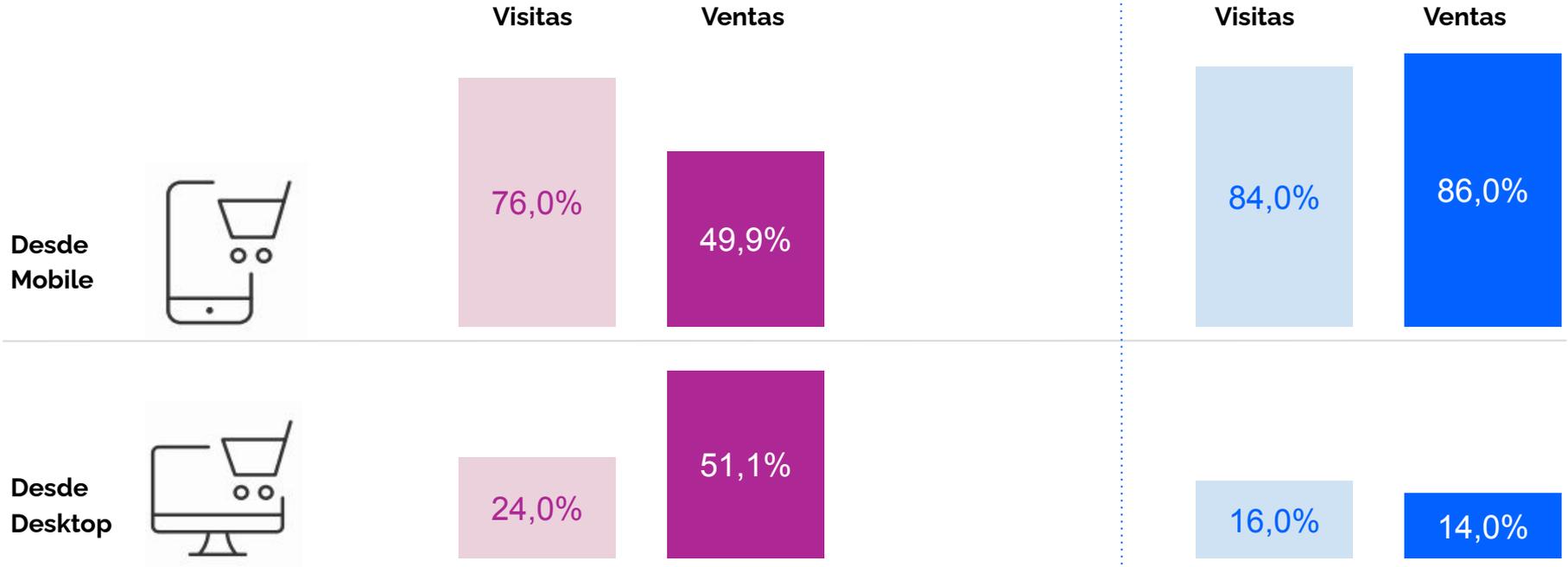
45-54

55-64

65 +

Distribución por dispositivo

Visitas y ventas online de bodegas 2023 según dispositivo



25 años **cace** KANTAR
Fuente: estudio anual 23 de CACE

Composición de la compra

Nivel de recompra online en bodegas 2023

67.04%

Porcentaje de órdenes de compra online provenientes de recompra en 2023

Órdenes realizadas por clientes que habían comprado previamente.

5,17

Cantidad promedio de compras al año hecha por cliente recurrente

Se calcula como el total de órdenes de compra del año hechas por clientes recurrentes / total de clientes recurrentes (sin discriminar año de adquisición)

3,03

Cantidad promedio de compras al año hecha por cliente

Se calcula como el total de órdenes de compra del año / total de clientes que compraron en el año

Recompra a nivel nacional

2023

60%

Volvieron a comprar en la misma tienda online

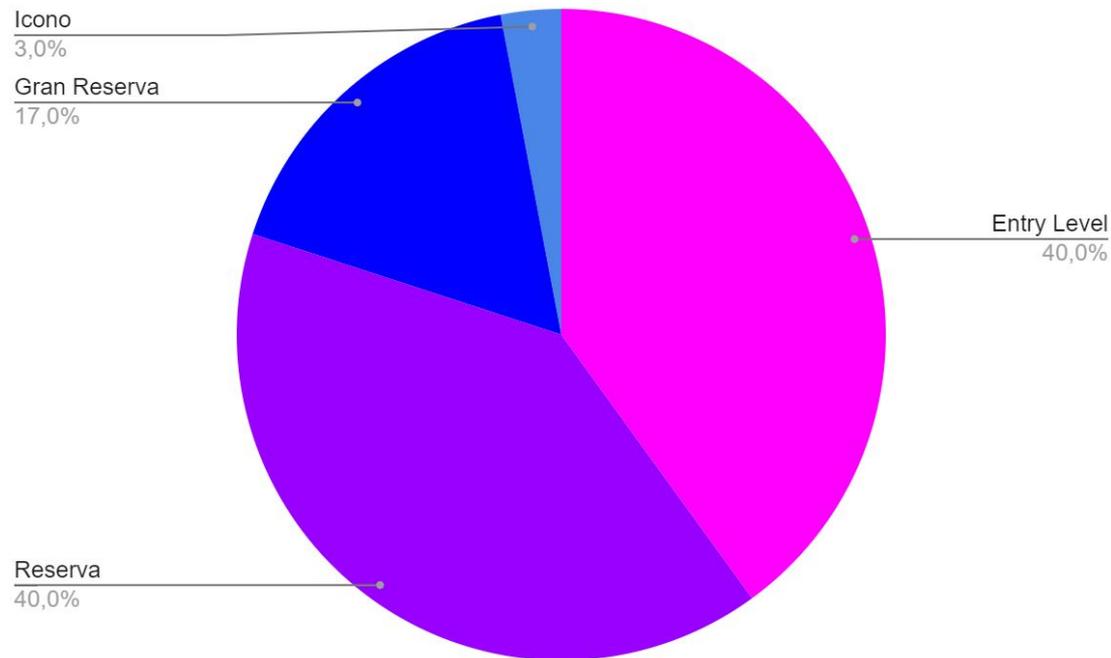
No implica que hubo recompra en el mismo año necesariamente.

25 años cace KANTAR

Fuente: estudio anual 23 de CACE

Composición de la compra

Distribución por línea en la compra online en bodegas 2023

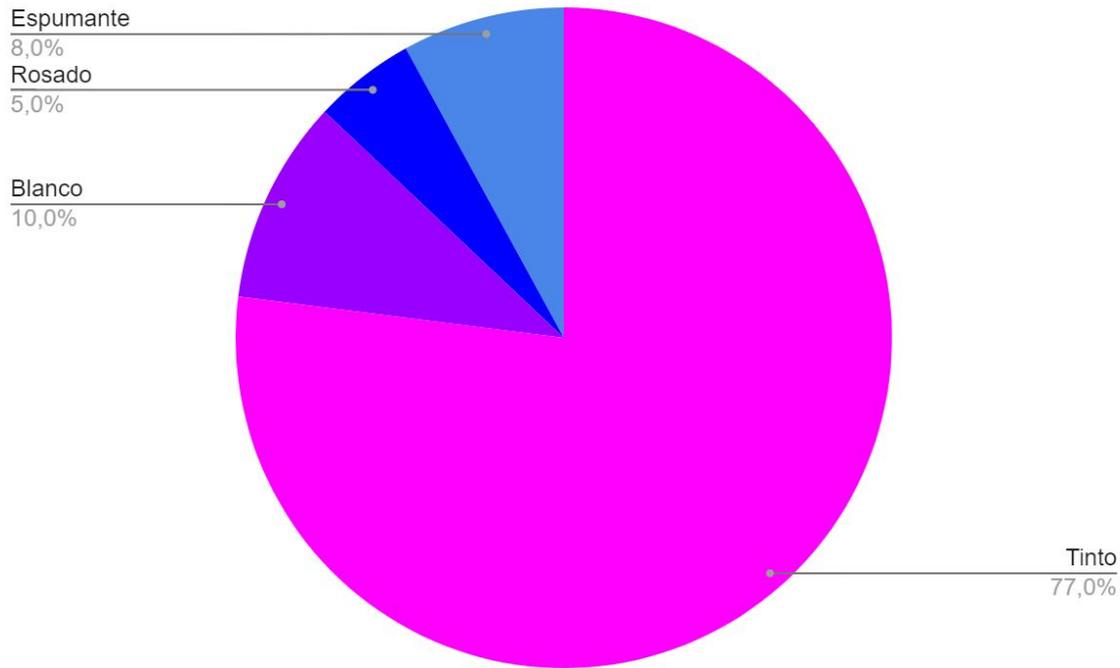


Distribución POR LÍNEA de producto en la compra online en bodegas 2023

Sobre la base de total de órdenes compra registradas de las bodegas participantes.

Composición de la compra

Distribución por tipo en la compra online en bodegas 2023



Distribución POR TIPO de producto en la compra online en bodegas 2023

Sobre la base de total de órdenes compra registradas de las bodegas participantes.

45%

Malbec

03

Conclusiones

Conclusiones

Sobre el comercio electrónico en general

El comercio electrónico continúa su expansión a pesar de los desafíos económicos presentados durante el 2023.

El ecommerce muestra señales de crecimiento y evolución continua. Se evidencian aumentos en el volumen de facturación, de cantidad de productos, de cantidad de órdenes de compra.

El canal online atrajo a nuevos compradores siendo una opción conveniente. Más de 1.400.000 nuevos compradores en 2023.

Se mantiene la frecuencia de compra cotidiana, con un leve aumento de aquellos que compran varias veces por semana.

La búsqueda online sigue acentuándose a la hora de buscar información y decidir la compra.

Se evidencian mejoras en la logística constante. Se reducen los plazos de entrega y aumenta el porcentaje de entregas.

Conclusiones

Sobre el comercio electrónico **del vino**

El ecommerce en la Argentina representa el 3% de las ventas del retail y el 14% en grandes marcas que se enfocan en este canal. En la industria del vino recién representa el 1,35%. Pero el crecimiento e interés es grande, por lo tanto el potencial es enorme.

En los próximos 5 años esperamos que la venta del vino por ecommerce se triplique para superar el 3% que representa la venta por ecommerce, desde el 1,35% actual. Dicha proyección se lograría con un 25% de crecimiento anual

El 77% del vino que se vende es tinto y específicamente el 45% es Malbec.

Existe un porcentaje importante (30%) de bodegas con tienda online, sin embargo todavía son pocas las que lo desarrollan como un canal comercial (8.7%).

El descuento promedio se ubica en 23%, la incidencia logística en poco más del 10%, se compran algo más de 10 botellas por pedido y el 41% de los pedidos se realizó con cuotas.

2 de cada 3 pedidos son realizados por compradores que habían comprado previamente, lo cual marca la importancia de la fidelización en este rubro.

Estudio Anual
Ecommerce
Vitivinícola 2023

Muchas Gracias