

Estudio Anual de Comercio Electrónico Industria Vitivinícola 2024

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 2024

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 2024

Se toma el informe completo de CACE 2024 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 2024 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 2024 se obtienen sobre una base de encuestas respondidas por 35 bodegas sobre su actividad online en Argentina durante 2024. 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 35 encuestas sobre una base de 165 bodegas con actividad ecommerce real en Argentina durante 2024.

Además, para este estudio tiene sentido considerar que entre las encuestas con respuesta se encuentran 18 de las 21 principales bodegas con venta online en Argentina. Esas 18 bodegas sumadas representan el 91% 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 766.331.700 litros de vino durante 2024. 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 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 4000\$/litro a septiembre de 2025, lo que dejó un universo de 255.550.450 litros de vino.

Bodegas con potencial de venta online: en Argentina existen 1236 establecimientos vitivinícolas registrados en 2024. Pero 874 son los que elaboran vino y 664 los que además de elaborar, fraccionan. Para el estudio, decidimos enfocarnos en los 664 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 465 en 2024.

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 todos 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 2024

Contexto económico y social 2024

En 2024, la inflación en Argentina mostró una tendencia a la baja mes a mes, culminando en una tasa interanual de 117,7%

Datos en %



cace
KANTAR

Fuente: Captura
del estudio
anual 24 de
CACE

Contexto económico y social 2024

Y si bien las ventas minoristas en PYMES culminaron el año con un 17,7% por encima de diciembre 2023, en todo 2024, las ventas tuvieron 10 meses de bajas interanuales.

Índice de Ventas Minoristas

Variación interanual de ventas minoristas



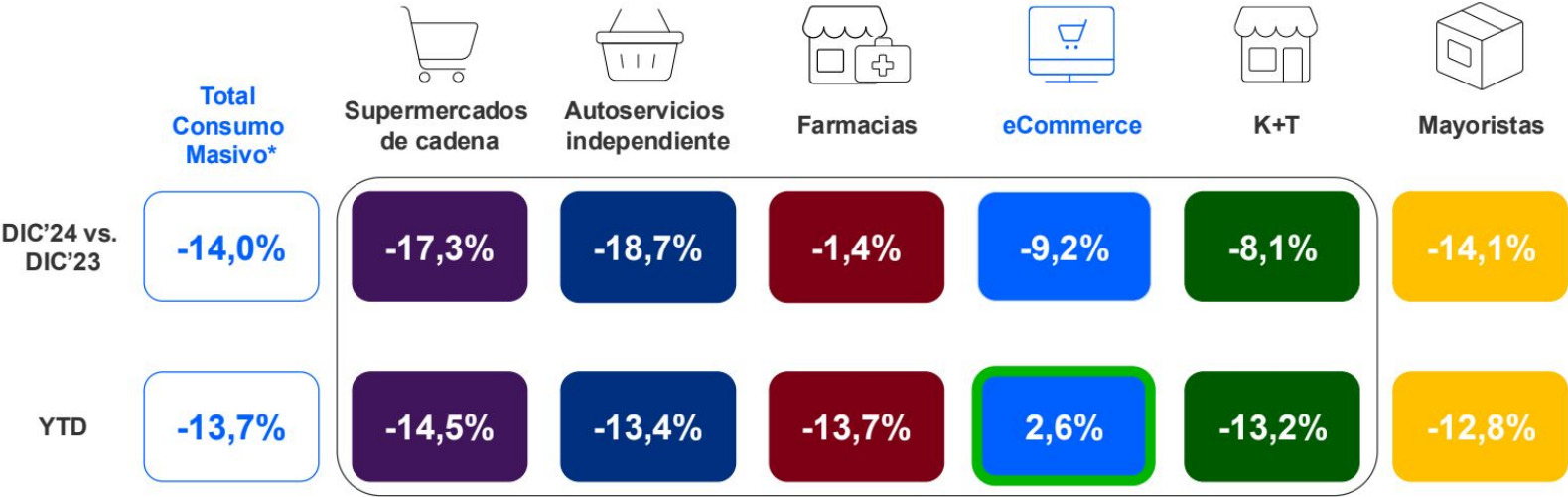
cace

KANTAR

Fuente: Captura
del estudio
anual 24 de
CACE

Contexto económico y social 2024

Pero en lo que respecta al consumo masivo, el eCommerce se mantiene como el único canal que crece a fines del 2024.



cace
KANTAR
Fuente: Captura del estudio anual 24 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
Escorihuela Gascón
Familia Rubino
Achaval Ferrer
Del Fin del Mundo
Budeguer
Penedo Borges
Piccolo Banfi

Molinos Río de la Plata
Codorniu Argentina
La Pascuala S.A.
Clos de los Siete
Grupo Vitivinícola de Tupungato SA
Karim Mussi Winemaker
Cimarron Wines SAS
Familia Falasco
Tierras Altas
Sin Fin
Bodega Familia Azcona
Bodega Diamandes

02

Fase Oferta

Los números de la industria

Facturación online de bodegas 2024

\$11.953.926.518

Facturación online de bodegas en 2024

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

0,054%

Sobre facturación ONLINE total de Argentina en 2024 relevada en

\$22.025.462 millones

cace KANTAR Fuente: estudio anual 24 de CACE

Referencias

 **+ 330%** aumentó la facturación respecto de 2023

 **+ 237%** aumento respecto de 2023 en base comparable

 **+ 244%** fue la inflación anual 2024

Expresado en dólares

USD 11.837.882

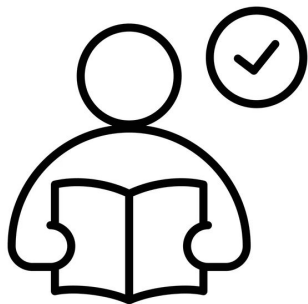
A los efectos del cálculo se valora el total de ventas de cada mes según su tipo de cambio oficial promedio.

 **+ 48%** en facturación

 **+ 15%** en base comparable

Los números de la industria

Facturación online de bodegas 2024



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # ¡Crecimiento importante total de la facturación por encima de la inflación y crecimiento en dólares!
- # 237% de aumento en base comparable (se refiere al aumento en las bodegas participantes en ambos estudios). Es algo menor a la inflación, pero superior a la inflación que experimentó el vino.
- # El ecommerce del vino creció más que el ecommerce general, por eso su participación pasó del 0,35 por mil al 0,56 por mil.

Los números de la industria

Órdenes de compra online de bodegas 2024

126.491

Órdenes de compra online de bodegas en 2024

Suma de las órdenes de compra de las bodegas participantes.

0,051%

Sobre las órdenes de compra ONLINE totales de Argentina en 2024.

246 millones de órdenes de compra.

cace **KANTAR** Fuente: estudio anual 24 de CACE

Referencias



+ **54%** aumento de órdenes de compra respecto de 2023



+ **12.5%** aumento respecto de 2023 en base comparable

237.908

Cajas x 6

Órdenes de compra online de bodegas 2024 medidas en Cajas x 6

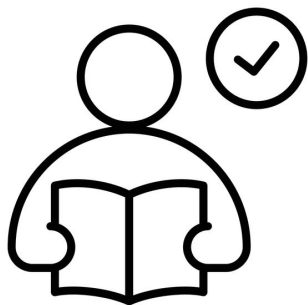
1.070.586

Litros

Órdenes de compra online de bodegas 2024 medidas en litros

Los números de la industria

Órdenes de compra online de bodegas 2024



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # Es importante deshojar el 54% de crecimiento porque incluye bodegas con ecommerce privado que no habían sido contempladas en el estudio anterior, generando una nueva base de comparación.
- # 12.5% de aumento en base comparable es un crecimiento más genuino y es un número espectacular, dado el decrecimiento del consumo en general..
- # El ecommerce del vino creció más que el ecommerce general, por eso su participación pasó del 0,35 por mil al 0,51 por mil.

Los números de la industria

Ticket promedio de compra online de bodegas 2024

\$94.504

**Ticket promedio de compra
online de bodegas en 2024**

Total de facturación sobre total de pedidos.

↑ 2,34%

Sobre el ticket promedio online de
Argentina en 2024.

\$92.341 Ticket promedio online

cace KANTAR Fuente: estudio anual 24 de CACE

Referencias



+ 146% aumento el
ticket de compra
respecto de 2023



+ 210% aumento
respecto de 2023 en
base comparable

11.28

**Promedio de botellas por
orden de compra**

Sobre la base de órdenes de compra
online de bodegas 2024 medidas en
botellas



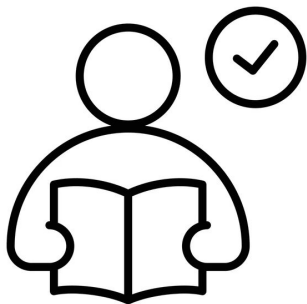
10.49 es el
promedio en base
comparable



10.25 fue el
promedio en 2023

Los números de la industria

Ticket promedio de compra online de bodegas 2024



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # El ticket promedio aumentó algo menos que la inflación anual, si se toma la base de bodegas comparable, refleja la inflación promedio que tuvo el vertical de vinos en 2024.
- # Si tomamos el universo completo de bodegas el crecimiento de ticket fue menor. Esto es así porque la bodegas con actividad privada que se incorporaron suelen tener mayores descuentos y ticket menor..
- # La cantidad de botellas por pedido en base comparable creció apenas, es absolutamente comparable a 2023, pasando de 10.25 a 10.49.
- # Este número crece hasta 11.28 con las nuevas bodegas, que venden mayor cantidad por pedido, al trabajar con tickets menores.

Distribución de mercado

Peso del canal online sobre total de ventas 2024

1,56%

Peso del canal online sobre total de ventas de la industria del vino en 2024

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.

1,70%

Peso del canal online en bodegas

Sobre la base de las bodegas que respondieron esta pregunta.

255.550.450

Total litros de la industria

Total de litros en mercado interno con potencial de venta online



Fuente: estadísticas del Observatorio

↓ 89,6%

Comparado con el peso del canal online en Argentina en 2024

15% Peso del canal online en Arg

cace **KANTAR** Fuente: estudio anual 24 de CACE

Distribución de mercado

Peso del canal online sobre total de ventas 2024 - Desglosado

1,56%

Peso del canal online sobre total de ventas de la industria del vino en 2024

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.

0,42%

Peso del canal online en bodegas

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

0,76%

Peso del canal online marketplaces

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

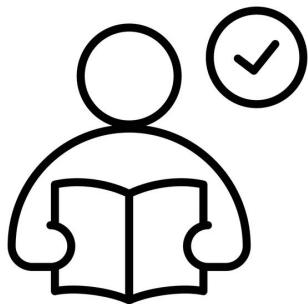
0,38%

Peso del canal online en vinotecas

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

Distribución de mercado

Peso del canal online sobre total de ventas 2024



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # Sobre una cantidad de litros vendidos muy similar entre 2023 y 2024, crece el peso de la venta online un 15%, superando el 1.56%.
- # En las bodegas participantes de la encuesta el ecommerce pesa el 1.7%.
- # Si en los próximos 4 años el ecommerce del vino, crece al 18% en vez de al 15%, superará el 3% de participación entre los canales de venta de vino.

Distribución de mercado

Cantidad de bodegas con Tienda Online

35%

**Cantidad de bodegas con
Tienda Online en 2024**

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

165

Bodegas con Tienda Online

Sobre la base de las bodegas participantes +
relevamiento privado

465

Bodegas con potencial de venta online



Fuente: estadísticas del Observatorio

1.236

**Establecimientos vitivinícolas
registrados**



Fuente: estadísticas del Observatorio

Distribución de mercado

Cantidad de bodegas con Tienda Online Comercial

12,3%

Cantidad de bodegas con Tienda Online Comercial en 2024

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.

57

Bodegas con Tienda Online Comercial

Sobre la base de las bodegas participantes +
relevamiento privado

465

Bodegas con potencial de venta online



Fuente: estadísticas del Observatorio

1.236

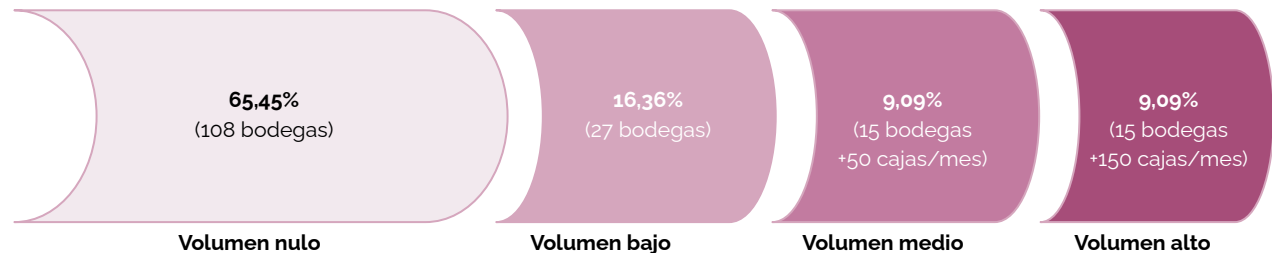
Establecimientos vitivinícolas registrados



Fuente: estadísticas del Observatorio

Distribución de mercado

Segmentación de volumen en ecommerce de bodegas 2024



165

Bodegas con Tienda Online

Sobre la base de las bodegas participantes +
relevamiento privado

465

Bodegas con potencial de venta online



Fuente: estadísticas del Observatorio

1.236

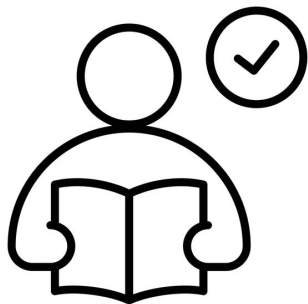
**Establecimientos vitivinícolas
registrados**



Fuente: estadísticas del Observatorio

Distribución de mercado

Peso del canal online sobre total de ventas 2024



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # Crecen las bodegas que incorporan el ecommerce: 165 vs 140.
- # Crecen las bodegas con volumen: 30 vs 25.
- # Crecen las bodegas con tratamiento del ecommerce como canal: 57 vs 40.

Indicadores de Comercio Electrónico

Tasa de conversión online de bodegas 2024

1,28%

**Tasa de conversión online
de bodegas en 2024**

Sobre la base de las bodegas participantes.

0,03%

Tasa mínima relevada

0,65%

Tasa mediana calculada

8,80%

Tasa máxima relevada

↑ 3,23%

Por encima de la tasa de conversión
promedio de Argentina en 2024.

1,24% Tasa de conversión prom.

cace KANTAR Fuente: estudio anual 24 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Sesiones online registradas de bodegas 2024

10.915.289

Sesiones online de bodegas en 2024

Sobre la base de las bodegas participantes.

0,14%

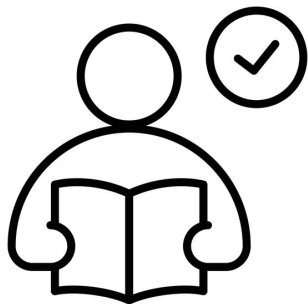
Es lo que representa sobre el total de
sesiones en Argentina 2024

8.014 millones de sesiones en Arg.

cace **KANTAR** Fuente: estudio anual 24 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Tasa de conversión y Sesiones 2024



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # La tasa de conversión promedio sigue siendo muy similar a la tasa de conversión del ecommerce en general y del año anterior en la industria del vino.
- # Si bien tenemos una tasa de conversión promedio de 1,28%, es importante ver que la mediana es mucho más baja: 0,65%. La tasa de conversión varía muchísimo entre los participantes.
- # Las sesiones crecieron más de un 50%, en parte por la incorporación de nuevas tiendas y en parte por la mayor adopción del ecommerce como canal comercial.

Indicadores de Comercio Electrónico

Incidencia de costos logísticos en venta online de bodegas 2024

15,41%

Incidencia del costo logístico sobre la venta online de bodegas en 2024

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

97,60%

Costo asumido por la bodega

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

2,40%

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

- 61% | Envío a domicilio
- 27% | Retiro en punto de retiro
- 5% | Retiro en sucursal logística

cace **KANTAR** Fuente: estudio anual 24 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Descuento promedio en venta online de bodegas 2024

20,44%

Descuento promedio en venta online de bodegas en 2024

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

11.28

Promedio de botellas por orden de compra

Sobre la base de órdenes de compra online de bodegas 2024 medidas en botellas

2024

En 2024 Alimentos y bebidas fue una de las categorías de mayor crecimiento en términos de cantidad de unidades vendidas

Fuente: estudio anual 24 de CACE

\$94.504

Ticket promedio online en bodegas en 2024

\$92.341

Ticket promedio online de Argentina en 2024

CACE KANTAR Fuente: estudio anual 24 de CACE

Indicadores de Comercio Electrónico

Análisis de cuotas en venta online de bodegas 2024

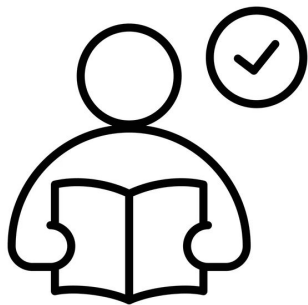
44,8%

**Porcentaje de órdenes de compra online
concretadas en cuotas de bodegas en 2024**

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

Indicadores de Comercio Electrónico

Logística, Descuentos y Cuotas



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # De estos tres importantes indicadores, notamos dos que se mantuvieron en valores similares: descuento promedio pasó de 23% a 20.44% y venta en cuotas de 41% a 44.8%.
- # La incidencia logística aumentó de manera importante y a tener en cuenta en los negocios online, pasando de 10,23% de incidencia a 15.41% de incidencia.

03

Fase Demanda

Marco general del ecommerce argentino

Nuevos compradores online en 2024

Durante 2024 se registraron **536.632** 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 (92%*)	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
2024	28.434.353	25.574.860	93%	23.784.620
Variación	+ 272.309	+ 305.308	+1pp	+ 536.631


KANTAR
Fuente: Captura del estudio anual 24 de CACE

Marco general del ecommerce argentino

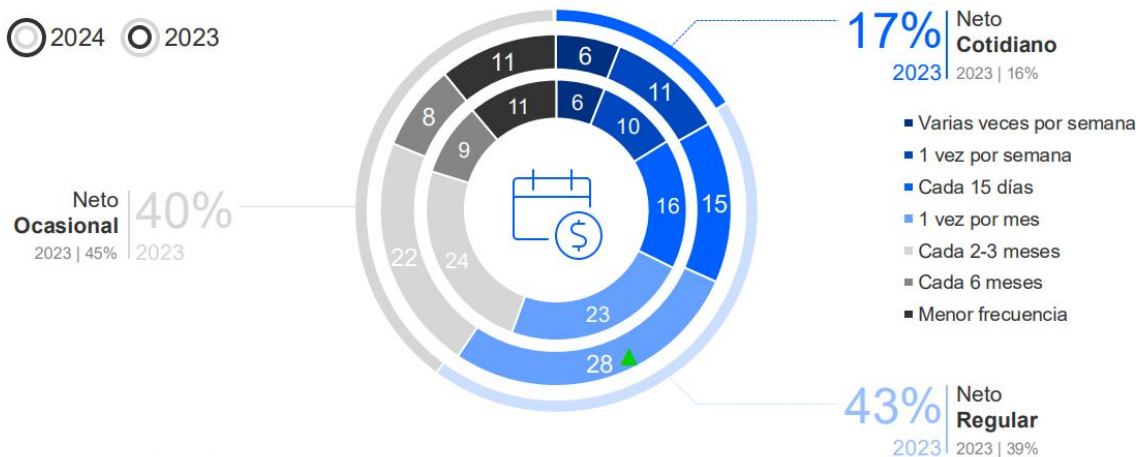
6 de cada 10 encuestados realizaron al menos una compra al mes

El **17%** de los usuarios compra al menos una vez por semana, superando los 4 millones de personas.

El **60%** de los usuarios compra al menos una vez al mes. Más de 14 millones de personas.

Durante el 2024, la frecuencia de compra se mantiene estable con 6 de cada 10 encuestados realizando al menos una compra online al mes.

La compra dentro del mes se consolida efecto de una disminución de los compradores ocasionales.



cace
KANTAR
Fuente: Captura del estudio anual 24 de CACE

Base 2024: 1100 casos/ Base 2023: 1102

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 retrocedió en los rubros con más transacciones.



cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 24 de CACE

Marco general del ecommerce argentino

Búsqueda de información pre-compra (datos 2023)

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)

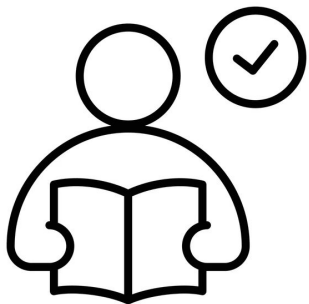
Promedio de menciones	
2.59	2.28
2022	2023



cace
KANTAR
Fuente: Captura del estudio anual 23 de CACE

Marco general del ecommerce argentino

Evolución de los indicadores de adopción de ecommerce



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # Desde hace varios años que el 90% de la población activa con conexión a internet realiza al menos una compra por internet al año. Un indicador muy sólido de la adopción del ecommerce en Argentina.
- # Crece la cantidad de usuarios regulares con al menos una compra mensual (de 55% a 60%)
- # Si bien no tenemos datos actualizados. Se mantiene hace varios años la importancia de las búsquedas de las compras online, antes de comprar offline.

Distribución geográfica

Venta online de bodegas 2024 discriminadas por región

32,9%

Pcia. Buenos Aires

Provincia de Bs As sin CABA

25,4%

CABA

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

9,1%

Litoral

Corrientes, Entre Ríos, Misiones, Santa Fe

8,6%

Centro

Córdoba

10,6%

Patagonia

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

10,1%

Cuyo

Mendoza, San Juan, San Luis

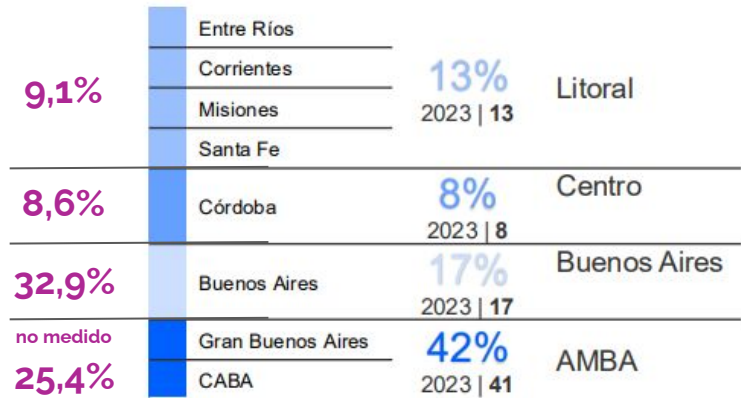
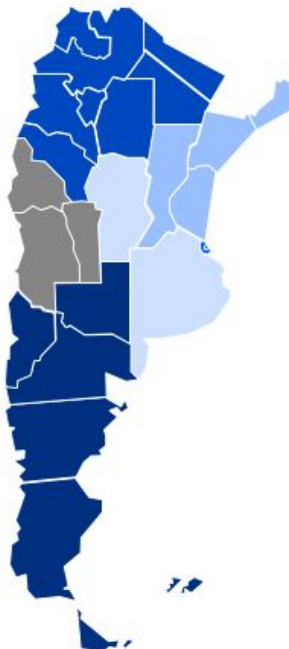
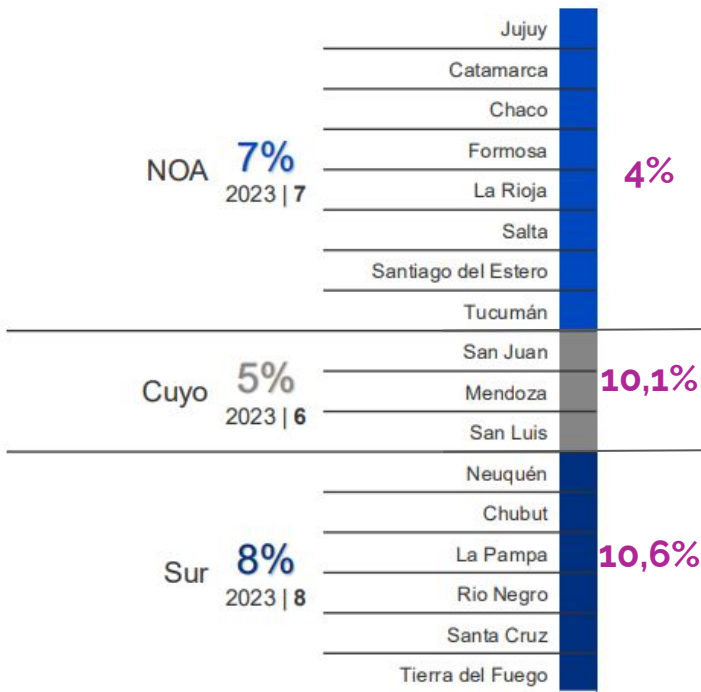
4,0%

Noroeste

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

Distribución geográfica

Venta online de bodegas 2024 - comparación por región



Referencias

- Venta online en Argentina
- Venta online de bodegas

cace

KANTAR

Fuente: Captura del estudio anual 24 de CACE

Distribución demográfica

Distribución por género y edad

Género



69%

31%

Masculino

Femenino

Edad



1,8%

11,9%

26,8%

28,7%

20,0%

11,0%

18-24

25-34

35-44

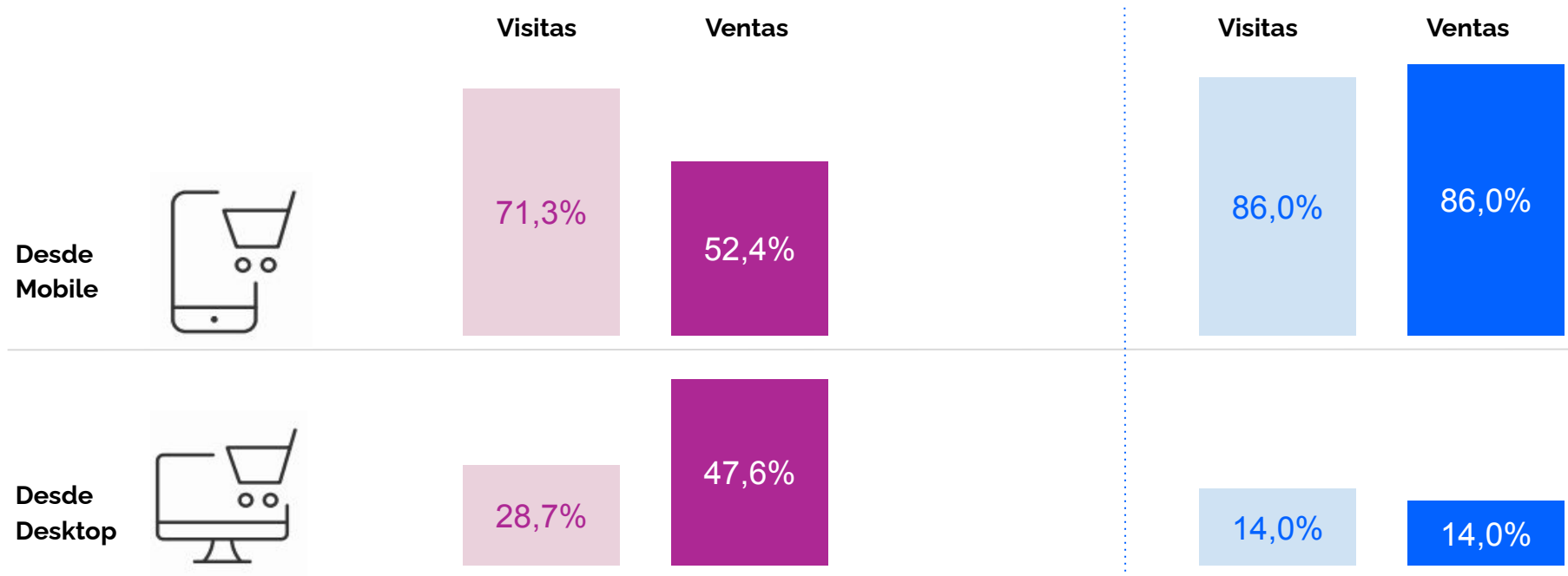
45-54

55-64

65 +

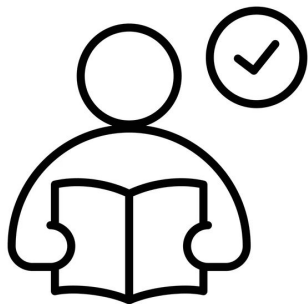
Distribución por dispositivo

Visitas y ventas online de bodegas 2024 según dispositivo



Distribución demográfica

Indicadores de región, género, edad y dispositivos



Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # Se mantienen bastante parecidos los valores demográficos a 2023, aunque se atenúan dos indicadores que salen de lo común: la incidencia de adultos mayores de 55 años y de hombres.
- # Los hombres siguen siendo los principales compradores pero pasaron de 76% a 69%.
- # Los mayores de 55 años representan el 31% de las ventas. Si bien el año pasado significaron el 41.6%, sigue siendo un número muy importante. Los mayores de 45 años se atribuyeron el 59.7% de las compras.

Composición de la compra

Nivel de recompra online en bodegas 2024

74.20%

Porcentaje de órdenes de compra online provenientes de clientes que recompran en 2024

Órdenes realizadas por clientes con más de una compra en 2024

2,71

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)

1,87

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

2024

60%

Volvieron a comprar en la misma tienda online

No implica que hubo recompra en el mismo año necesariamente.

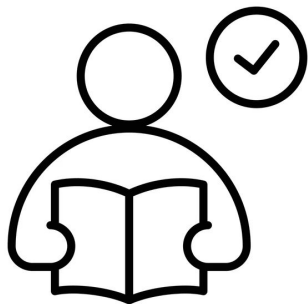
CACE

KANTAR

Fuente: estudio anual 24 de CACE

Composición de la compra

Nivel de recompra online en bodegas 2024



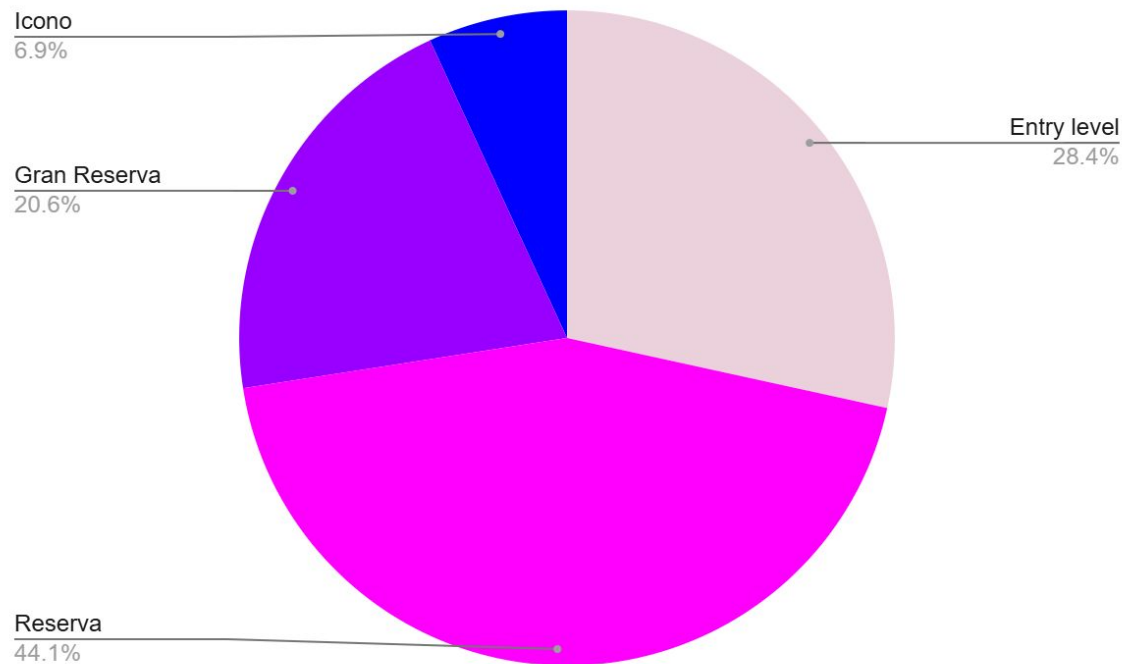
Tips para interpretar los datos de la placa anterior

Los tips sirven para rescatar reflexiones y comparaciones importantes al poner los números en su marco y perspectiva correcta.

- # 3 de cada 4 pedidos son realizados por clientes que compran más de una vez por año. Incrementando la importancia de la fidelización de clientes..
- # Comparado con el año pasado los clientes hicieron menos compras y se necesitaron muchos más clientes para tener la misma cantidad de pedidos. .
- # Es decir, que las bodegas llegaron a más clientes, fidelizaron en la misma proporción. Pero los clientes fidelizados hicieron menos compras en el año.

Composición de la compra

Distribución por línea en la compra online en bodegas 2024

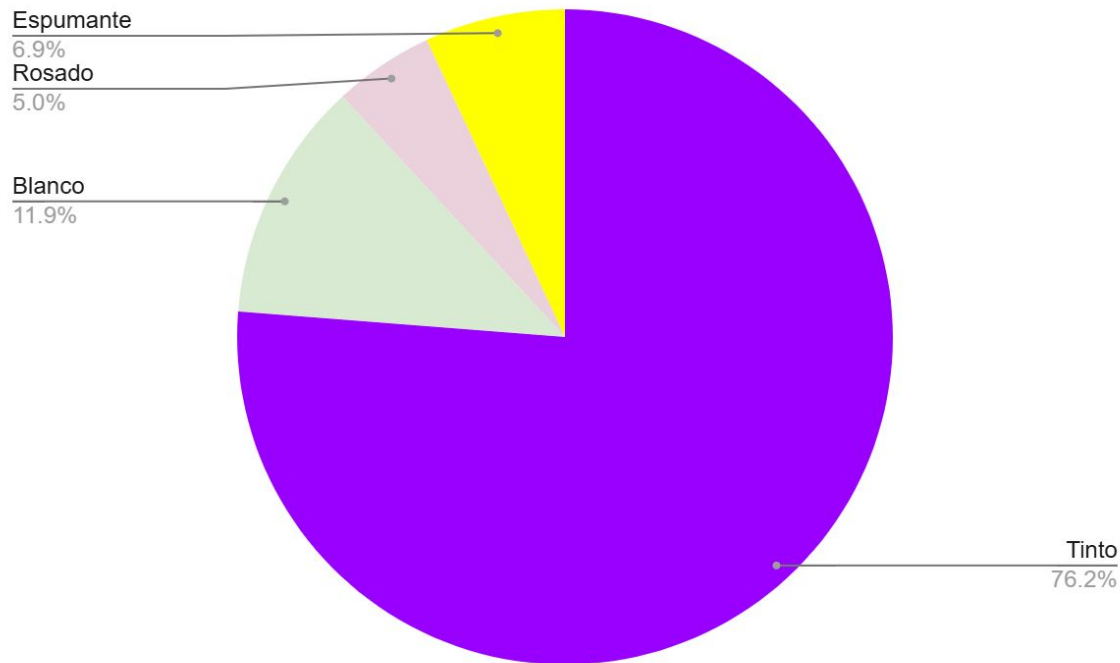


Distribución POR LÍNEA de producto en la compra online en bodegas 2024

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 2024



Distribución POR TIPO de producto en la compra online en bodegas 2024

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

42%

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 2024. Siendo el único canal comercial que creció durante ese año.

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 500.000 nuevos compradores en 2024.

Se incrementa la frecuencia de compra cotidiana, aumentando de 55% a 60% los que compran al menos una vez al mes.

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 18% en marcas que se enfocan en este canal. En la industria del vino recién representa el 1,56%. Esto significa un aumento de un 15% frente al año anterior, en un año dificultoso para el consumo.

Sigue siendo factible pensar que la venta del vino por ecommerce se duplique para superar el 3% que representa la venta por ecommerce, desde el 1,56% actual en los próximos 3 años. Dicha proyección se lograría con un 18% de crecimiento anual

El 76% del vino que se vende es tinto y específicamente el 42% es Malbec. Se observó un leve incremento del vino blanco (¿seguiremos la tendencia mundial?).

Existe un porcentaje importante (35%) de bodegas con tienda online, sin embargo todavía son pocas las que lo desarrollan como un canal comercial (12.3%).

El lado positivo es que ambos indicadores han crecido desde el año pasado.

El descuento promedio se ubica en 20.4%, la incidencia logística en poco más del 15%, se compran algo más de 11 botellas por pedido y casi el 45% de los pedidos se realizó con cuotas.

3 de cada 4 pedidos son realizados por compradores que habían comprado previamente, lo cual marca la importancia de la fidelización en este rubro. Sin embargo en 2024, los clientes fidelizados compraron menos.

Conclusiones

Sobre el comercio electrónico **del vino**

2024 fue un año de caída del consumo, sin embargo **el ecommerce creció. 54%**.

¿Como se explicó este crecimiento?

Por un lado por el **incremento de la oferta**, más tiendas online y más canales online

Por otro lado por el **incremento de 12.5% en las tiendas que ya tenían e-commerce.**

A su vez esas tiendas lograron crecer en función de **venderle a más clientes**, pero menos pedidos a cada uno

Más canales online y más clientes, explican el importante crecimiento en un contexto donde hubo un decrecimiento de compras y caída / estancamiento en canales tradicionales.

Estudio Anual
Ecommerce
Vitivinícola 2024

Muchas Gracias