



EL VINO ITALIANO en el mercado peruano

Lima, julio 2026

I Contexto socioeconómico

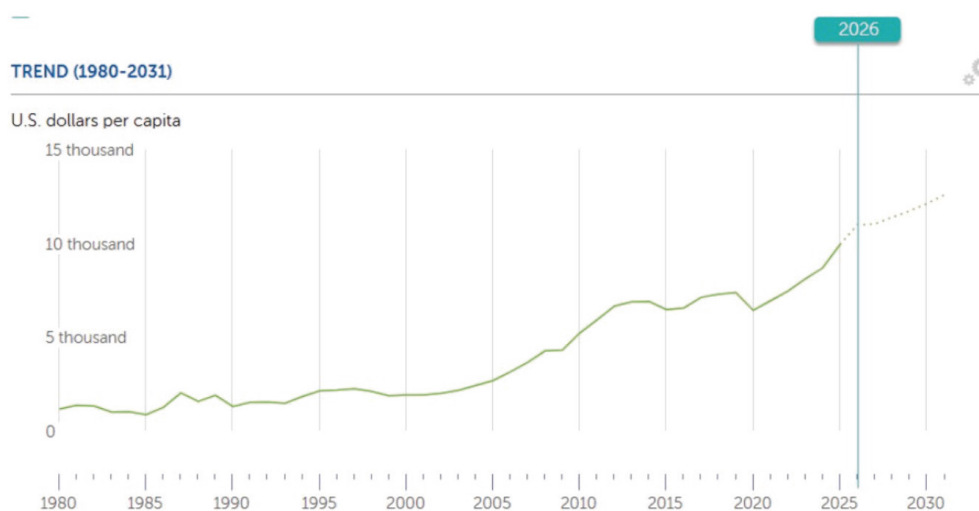
Para evaluar la dinámica del sector vitivinícola en Perú en 2026, es esencial analizar un contexto socioeconómico fuertemente polarizado. Con una población estimada que ronda los 35 millones de habitantes, el área metropolitana de Lima (que concentra más de un tercio de la población total) se confirma como el principal hub económico y comercial, catalizando una parte significativa de la demanda de productos importados y de gama prémium.

El poder adquisitivo nacional, extremadamente heterogéneo, se mapea localmente a través de cinco Niveles Socioeconómicos (NSE). Los segmentos A (clase alta) y B (clase media-alta), concentrados predominantemente en la capital, detentan la mayor capacidad de gasto y representan los públicos objetivo por excelencia, respectivamente, para los vinos de importación de alta gama (en particular europeos) en el canal Ho.Re.Ca. de prestigio, y para productos de importación con una competitiva relación calidad-precio. Por el contrario, el segmento C (clase media), aun constituyendo la columna vertebral del consumo urbano y mostrando una progresiva apertura hacia la cultura enológica, manifiesta una elevada sensibilidad al precio, orientándose hacia etiquetas nacionales o vinos de importación de gama más accesible. Finalmente, los segmentos D y E (clases populares), caracterizados por estrictas limitaciones de presupuesto, registran consumos de vino marginales, prefiriendo tradicionalmente la cerveza y los destilados locales como el Pisco.

I Crecimiento y evolución económica y social

El gráfico siguiente, tomado directamente de la base de datos del Fondo Monetario Internacional (FMI, World Economic Outlook – abril de 2026), muestra la evolución del PIB per cápita a precios corrientes (expresado en USD) de Perú desde 1980 hasta la actualidad, incluyendo las proyecciones oficiales hasta 2031.

Como se desprende del análisis histórico de los datos, el PIB per cápita peruano ha emprendido un camino de constante y robusta expansión a partir de principios de los años noventa. A pesar de haber registrado contracciones coyunturales —en particular la caída debida a la crisis pandémica de 2020 y la leve recesión técnica de 2023—, el indicador evidencia una sólida trayectoria de crecimiento a mediano y largo plazo. Bajo el impulso de la recuperación económica y de una renovada estabilidad financiera, el PIB per cápita nominal superó el umbral de los 9.900 USD en 2025, con proyecciones de crecimiento constantes para el resto de la década.





I Evolución de las preferencias de consumo

En los últimos años, Perú ha conocido un notable desarrollo económico, con un crecimiento medio anual del PIB próximo al 3%. Esta tendencia ha favorecido un progresivo fortalecimiento de los segmentos socioeconómicos B y C, generando, sobre todo en las áreas urbanas del país, una clase media en expansión que ha modificado profundamente las dinámicas de consumo a nivel nacional.

En línea con esta transformación, también el consumo de vino ha sufrido una evolución. Si en los años 90 y a principios de los 2000 el vino era patrimonio casi exclusivo de las familias pertenecientes a los segmentos A y B, que representan hoy cerca del 10% de los núcleos familiares peruanos, en los últimos tiempos el consumo ha empezado a expandirse también en el segmento C, que representa hoy cerca del 28% de los núcleos familiares peruanos. No obstante, para analizar un comportamiento de consumo es necesario considerar tanto la componente económica como la preferencial. Perú es de hecho un país con una tradición vinícola relativamente reciente, tanto en términos de producción como de consumo. Históricamente, las preferencias de los consumidores se han concentrado mayoritariamente en la cerveza y en el Pisco, destilado nacional por excelencia y profundamente ligado a la identidad cultural del país. En los últimos años, sin embargo, el vino ha ganado progresivamente espacio en los hábitos de consumo, acompañando la evolución de los gustos y la creciente apertura hacia nuevos tipos de producto.

I El Made in Italy en expansión

El informe Wine Monitor de Nomisma ha puesto el foco en 13 mercados emergentes clave —entre los que se encuentran Polonia, República Checa, México, Rumanía y Perú— que entre 2019 y 2025 registraron un crecimiento medio de las importaciones de vino del 7,1% anual. Se trata de escenarios dinámicos, caracterizados por economías en desarrollo, una creciente urbanización y una clase media en expansión, factores que favorecen una mayor demanda de productos con mayor valor añadido.

En este panorama, las exportaciones de vino Made in Italy avanzan a un ritmo claramente superior al crecimiento medio de las importaciones de vino en los mercados analizados, registrando un incremento medio del 11,4% anual y superando la histórica cuota de 405 millones de euros en 2025. Un resultado que evidencia el extraordinario posicionamiento y la apreciación de las etiquetas italianas en estas nuevas fronteras comerciales.

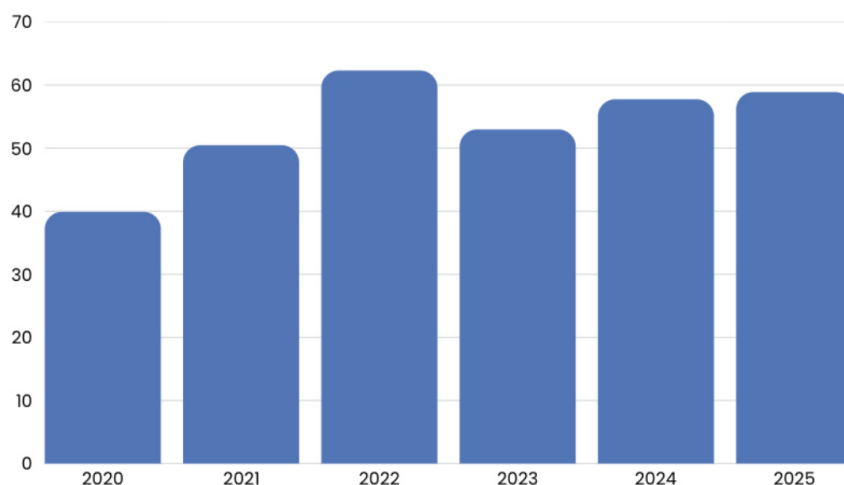
I Crecimiento de la demanda y cambio en la oferta

Aunque el vino no tiene la misma importancia cultural que el Pisco o la cerveza, en los últimos años ha registrado un crecimiento constante y una mayor popularidad en Perú, en particular entre los segmentos urbanos de la clase media y en el ámbito de la restauración de gama alta. Esta creciente popularidad está influyendo en un cambio también en el tipo de demanda de vino que se consume con más frecuencia. Mientras que en el pasado el mercado se caracterizaba más por vinos de producción local, pertenecientes a las gamas más económicas y a menudo caracterizados por un mayor contenido de azúcar, en los últimos años se ha asistido a un progresivo incremento de la importación de vinos extranjeros, procedentes principalmente de Argentina, Italia, Chile y España, con un mayor valor añadido. Paralelamente, la expansión de los canales de distribución ha hecho que el producto sea más accesible, tanto en términos de variedad como de disponibilidad, también gracias a la difusión del comercio electrónico.

Hoy en día, de hecho, es cada vez más frecuente encontrar vinos importados en plataformas digitales además de en los puntos de venta físicos tradicionales. Esta transformación refleja el interés creciente de la población peruana hacia el vino, contribuyendo a una dinámica de desarrollo que involucra a todo el sector vitivinícola.

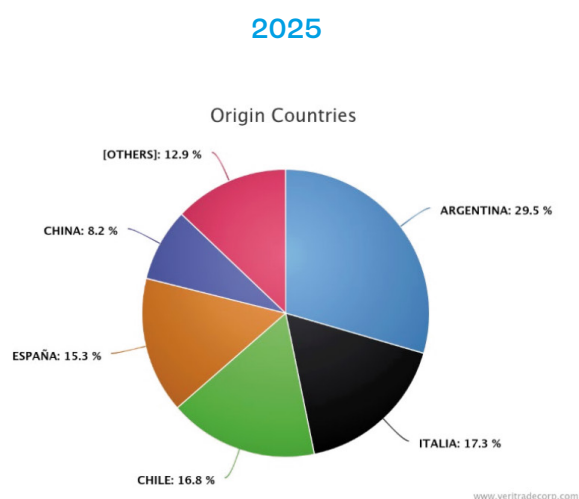
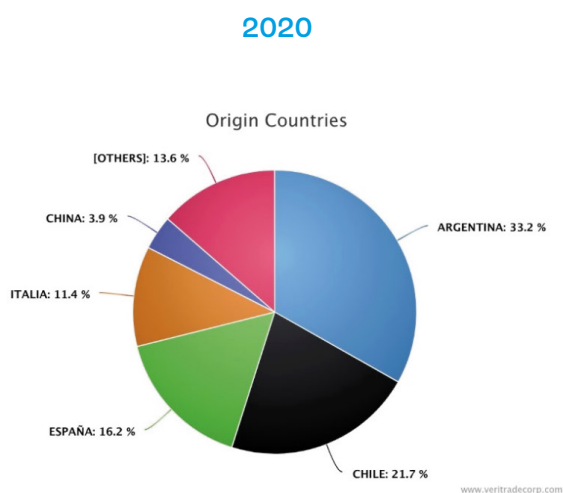
I Las importaciones de vino y el rol de Italia

El nivel de las importaciones de vino en Perú ha mostrado una tendencia en crecimiento respecto a los años anteriores. En 2020, el valor total de las importaciones tuvo una caída (año de la pandemia) a 39,91 millones de dólares; las importaciones volvieron a crecer en 2021, alcanzando 50,47 millones, y tocaron un pico en 2022 con 62,31 millones de dólares. En 2023 se situaron en 52,97 millones, mientras que en 2024 se registró un incremento significativo, llegando a 57,7 millones de dólares, lo que confirma una dinámica de recuperación y consolidación del mercado. En 2025 registraron nuevamente un incremento, alcanzando los 58,9 millones de dólares.



En este contexto, el vino italiano mantiene una posición consolidada en el mercado peruano, con un valor de las importaciones de 10,2 millones de dólares en 2025. Se confirma así el interés de los consumidores peruanos por el vino italiano, reconocido por su calidad, la amplia variedad de etiquetas y la fuerte presencia en la subcategoría de los espumosos, cada vez más apreciados en ocasiones de convivencia y en el sector de la restauración.

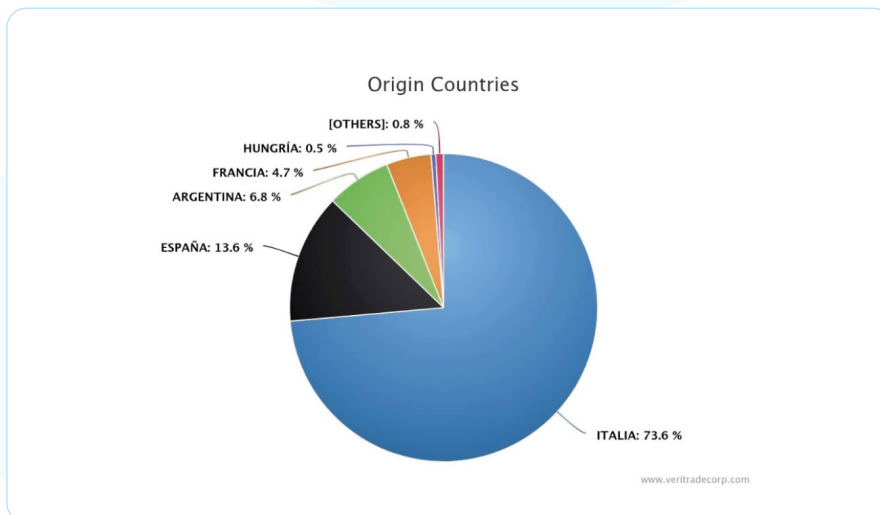
En 2020, Italia representaba el 11,4% del vino importado en Perú, situándose después de Argentina, Chile y España. Como se puede observar a partir de la comparación entre los gráficos de 2020 y 2025, Italia ha registrado un crecimiento significativo, alcanzando el 17,3% y superando a Chile y España, lo que confirma un interés creciente por parte del mercado peruano hacia la calidad y la variedad de los vinos italianos.



Entre 2020 y 2025, la cuota de Italia pasó del 11,4% al 17,3%, elevando al país del cuarto al segundo puesto entre los principales proveedores de vino de Perú.



Esta tendencia se refuerza aún más en el sector de los espumosos: en 2025, Italia domina nítidamente el mercado peruano, con una cuota del 73,6% de las importaciones. Un resultado que subraya la fuerte afirmación del producto italiano y su reconocimiento como símbolo de excelencia y tradición enológica.



En conclusión, el vino italiano desde hace tiempo tiene un papel relevante entre las importaciones de vino en Perú, alcanzando en los últimos años una posición particularmente significativa. Como se evidencia en los gráficos, dicha crecimiento se inserta en un mercado que, tras la contracción registrada en 2020, ha mostrado una tendencia global a la recuperación y al consolidamiento.

En el futuro próximo, factores como el incremento del turismo, las inversiones en tecnología para la producción vinícola del país y el creciente reconocimiento internacional de algunas bodegas peruanas podrían contribuir aún más al desarrollo del mercado vinícola peruano.

I Una mirada al futuro sobre el vino italiano

En Perú se observa un interesante cambio de rumbo: diversas bodegas tradicionalmente ligadas a la producción de Pisco están mostrando un creciente interés hacia la producción vinícola, apostando por la calidad y por la promoción del consumo local e internacional. La producción nacional de vino alcanzó de hecho los 21,9 millones de litros en 2025, registrando un crecimiento del 4,5% respecto al año anterior.

Los viñedos de la región de Ica se están consolidando como una de las principales realidades del sector vitivinícola peruano, contribuyendo a ampliar y diversificar la oferta y a acercar a un público cada vez más amplio a la cultura del vino. Ica representa de hecho uno de los principales polos productivos del país y concentra alrededor de un tercio de las empresas vinícolas formales de Perú.

La competencia de los vecinos chilenos y argentinos —fuertes gracias a precios competitivos y a un posicionamiento histórico— sigue siendo uno de los principales desafíos para nuestras bodegas. Sin embargo, la tendencia hacia la "premiumización" del consumo, sobre todo entre los consumidores urbanos, puede abrir interesantes espacios de crecimiento para los productos de gama media-alta.

En cuanto al aspecto fiscal, la tasación sobre las importaciones de vino en Perú está articulada actualmente en dos componentes principales:

- Impuesto Selectivo al Consumo (ISO): desde 2024, el vino está sujeto a un impuesto ad valorem del 30% sobre el precio de venta al público (se refiere a bebidas alcohólicas con una graduación alcohólica entre 12° y 20°).
- Impuesto General a las Ventas (IGV): una tasa del 18% sobre el valor añadido, que se ha mantenido invariable y que también se aplica al vino importado.

La gama media-alta de los consumidores peruanos, cada vez más atenta a la calidad y a la procedencia, reconoce el prestigio de las etiquetas italianas y está dispuesta a invertir en un producto percibido como excelente y elegante.

El vino italiano goza de una excelente reputación. En 2025, Italia se confirma como el segundo proveedor de vino de Perú, con importaciones que ascienden a cerca de 10,2 millones de dólares y una cuota del 17,3%, superando a Chile y España y situándose por detrás de Argentina. Mantiene asimismo una posición de absoluto relieve en el sector de los espumosos, con una cuota del 73,6% de las importaciones en 2025.

En síntesis, el mercado peruano se confirma dinámico y en evolución: la creciente atención a la calidad y el interés hacia vinos de diferente procedencia y estilo pueden ofrecer interesantes oportunidades de consolidación y crecimiento para las empresas italianas.



I Expo Italia Vino

Expo Italia Vino es organizada cada año por la Cámara de Comercio Italiana del Perú, junto con las instituciones italianas. El evento reúne a los importadores y distribuidores de vino italiano presentes en Perú. Asimismo, participan restaurantes y otras realidades que representan la cultura gastronómica italiana en Lima.

En 2025 se registraron más de 3.000 participantes, 43 stands (25 dedicados al vino, 7 a la gastronomía, 4 a los patrocinadores y 7 a productos y experiencias italianas), 370 etiquetas de vino y más de 167.000 USD de ventas.

Estos datos confirman el interés y el compromiso concreto hacia la expansión del vino italiano en el mercado peruano. Por lo tanto, se confirma que la eficacia de la Expo como instrumento de conexión entre la oferta y la demanda es central.

La próxima edición, Expo Italia Vino 2026, se celebrará del 19 al 21 de noviembre de 2026 en Casa Prado, en Miraflores, con el objetivo de reforzar aún más el papel de Italia en el panorama vinícola peruano.

Sitografía:

- I SUNAT (La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria)
<https://www.sunat.gob.pe/aduanas.html>
- I FONDO MONETARIO INTERNACIONAL
<https://www.imf.org/es/home>
- I NOMISMA
<https://www.nomisma.it/soluzioni/ricerca/osservatori-abbonamento/osservatorio-wine-monitor/>
- I VERITRADE
<https://business2.veritrade.com/en/>