

## EVOLUCION DEL CONSUMO DE VINO EN ESPAÑA

**E**l vino, uno de los productos más tradicionales en la dieta alimenticia de los españoles, ha experimentado en los últimos años una caída vertiginosa en su consumo, coincidente con un cambio en los hábitos culturales y alimentarios de nuestra sociedad.

Los datos son concluyentes: el consumo nacional de todo tipo de vinos se ha reducido en un 30% en tan sólo seis años, pasando de 46,6 litros por persona consumidos en 1987 a tan sólo 32,5 litros en 1992. Los españoles se gastaron en la compra de vinos en 1992 un total de 238.544 millones de pesetas, frente a los 252.659 millones de pesetas gastados en 1991, con un descenso del 6%. El consumo total en 1992 fue de 1.282 millones de litros, mientras que en 1987 alcanzaba los 1.813 millones de litros.

La caída del consumo se refleja, igualmente, en el porcentaje de participación del capítulo de vinos en la estructura global del gasto alimentario de los hogares españoles, donde ha pasado de representar el 2,2% sobre el valor total de las compras en 1987 al 1,6% en 1992.

Una tendencia que tan solo se rompe en el caso de las compras no domésticas –hostelería, restauración, etc.–, en cuya estructura general de gasto en alimentación los vinos han pasado de representar un 7% en 1987 a un 7,8% en 1992.

La evolución a la baja en el consumo no afecta, sin embargo, de modo general a los distintos productos que componen el sector de vinos, ya que el segmento de vinos "V.C.P.R.D." –Vinos de Calidad Producidos en una Región Determinada, de acuerdo con la terminología de la Comunidad Europea que se corresponde con las Denominaciones de Origen españolas– ha logrado en el período de tiempo analizado un crecimiento del 4%,



pasando de un consumo total de 245 millones de litros en 1987 a 255 millones de litros en 1992, aunque la cifra global de este último año se sitúa por debajo del "máximo histórico" de 280 millones de litros alcanzado en 1990.

Un proceso similar se ha producido con el segmento de "otros vinos" –donde se incluyen los olorosos, finos, dulces, vermouths y sangrías–, que mantienen un crecimiento lento pero constante del 6% entre 1987 y 1992. La otra cara de la moneda viene marcada por el incontenible proceso de reducción del

consumo de "vinos de mesa", que en 1992 fijó su mínimo histórico, con 889 millones de litros frente a 1.414 millones de litros consumidos en 1987, lo que representa un descenso del 37%.

Otro tanto sucede con el grupo de "espumosos, champagnes y cavas", ya que a pesar del incremento de consumo producido en 1992 en relación a 1991, con 56,4 millones de litros frente a 52,6 millones de litros, respectivamente, queda muy lejos del techo alcanzado en 1987, con 75 millones de litros, lo que significa una

caída en el consumo en los últimos seis años del 25%.

Un factor a tener en cuenta, al margen del descenso en el consumo total, es el cambio porcentual experimentado por cada uno de los productos en el conjunto de las compras totales del grupo de vinos. De tal forma, el segmento de "vinos de mesa" ha reducido su porcentaje de participación desde el 78% que representaba en 1987 hasta el 69% en 1992, mientras que los vinos "V.C.P.R.D." que pasan del 13,5% al 20% en las compras totales durante el mismo período de tiempo. Por su parte, los "espumosos, champagnes y cavas" mantienen el porcentaje entre el 4/4,3%, y el grupo de "otros vinos" crece desde el 4,5% de 1987 al 6,5% en 1992.

Un nuevo reparto de fuerzas que resulta significativo porque, en última instancia, viene a mostrar una cierta

tendencia a consumir menos pero de mayor calidad, factor que enlaza directamente con el cambio de tendencias generales alimentarias de los españoles.

### BEBER FUERA DEL HOGAR

Este cambio de hábitos alimentarios, que hunde sus raíces en factores culturales, sociales y económicos, ha alterado de forma fundamental el espacio sagrado donde se conformaba el núcleo principal y más importante del consumo de vinos: el hogar. En 1987, las compras de vino en los hogares españoles representaban el 58% del total del consumo, frente al 42% del sector de hostelería y restauración. Seis años después el peso de cada segmento se ha modificado en favor de la hostelería y la restauración que, con el 52% de las compras totales, supera el porcentaje

de los hogares, que se sitúa en el 48% del total del consumo.

En cifras absolutas, los hogares han pasado de un consumo de 1.047 millones de litros en 1987 a 604 millones de litros en 1992, lo que supone un descenso del 42%. Por su parte, el sector de hostelería y restauración tenía en 1987 un consumo de 747 millones de litros y en 1992 de 667 millones de litros, con una moderada caída del 11%. La lectura es bien significativa, los españoles han dejado de considerar el hogar como su centro habitual de consumo de vinos, reduciendo en un período de seis años sus compras a la mitad y trasladando una parte de su consumo a la hostelería y restauración, pero sin llegar en ningún caso a complementar o alcanzar los consumos por persona establecidos en 1987.

Esta nueva distribución del consumo varía según los tipos, ya que

CUADRO Nº 1

### EVOLUCION DEL CONSUMO TOTAL DE VINOS EN ESPAÑA (Millones de litros)

PRODUCTO	1987	1988	1989	1990	1991	1992
<b>VINOS V.C.P.R.D.</b>	<b>245,0</b>	<b>242,0</b>	<b>245,6</b>	<b>280,9</b>	<b>251,7</b>	<b>255,3</b>
Tintos	126,0	117,4	119,4	147,5	127,7	131,1
Rosados	51,6	56,7	57,4	53,3	57,9	58,7
Blancos	67,2	67,8	68,6	80,1	66,0	65,5
Envase <1 litro	238,0	235,6	243,4	277,0	248,3	252,3
Envase >1 litro	7,0	6,3	2,2	3,9	3,3	3,0
<b>VINOS DE MESA</b>	<b>1.414,6</b>	<b>1.210,2</b>	<b>1.128,7</b>	<b>1.047,9</b>	<b>970,5</b>	<b>889,0</b>
Tintos	807,1	699,6	594,7	560,4	514,8	438,9
Rosados	262,5	218,3	221,4	222,4	209,9	208,0
Blancos	344,9	292,3	312,5	265,0	245,6	242,0
Envase <1 litro	893,2	833,1	805,1	696,6	689,8	642,3
Envase >1 litro	521,4	377,0	323,6	351,3	280,6	246,6
<b>ESPUMOSOS Y CAVAS</b>	<b>75,5</b>	<b>74,9</b>	<b>65,6</b>	<b>61,6</b>	<b>52,6</b>	<b>56,4</b>
<b>OTROS VINOS</b>	<b>78,3</b>	<b>90,0</b>	<b>77,2</b>	<b>79,5</b>	<b>78,1</b>	<b>82,9</b>
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>1.813,5</b>	<b>1.617,3</b>	<b>1.517,7</b>	<b>1.470,1</b>	<b>1.353,0</b>	<b>1.283,7</b>

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

los vinos de calidad tienen cada vez menos importancia en los hogares, pues de los 6,5 litros consumidos por persona en 1992, tan sólo 1,3 litros corresponden a este sector, mientras que el resto se produce en el sector extra-doméstico. Sin embargo, los vinos de mesa, a pesar de los descensos, se compran preferentemente en los hogares, con 12,5 litros por persona sobre los 22,5 litros de consumo total. La proporción de espumosos, champagnes y cavas en hogares es aún mayor (61%) y sólo el 39% se compran en hostelería y restauración, sobre un consumo total por persona en 1992 de 1,4 litros. Las compras de otros vinos en los hogares representan el 31%, y el 69% restante corresponde a hostelería y restauración, para un consumo total por persona de 2,1 litros en 1992.

El sector de hostelería y restauración, en su conjunto, mantiene, a pesar de las caídas generalizadas de consumo, algunos elementos positivos que apuntan las nuevas tendencias de futuro en el consumo de vinos. En el período analizado, este sector ha incrementado en un 18% el consumo de vinos "V.C.P.R.D.", el segmento más alto de calidad, pasando de 176,2 millones de litros en 1987 a 207 millones de litros en 1992, así como el de "otros vinos",

CUADRO Nº 2

**EVOLUCION DE LAS COMPRAS TOTALES DE VINOS**  
(Consumo en hogares, hostelería y restauración) (Litros por persona)

1987	1988	1989	1990	1991	1992	%87/92
46,6	41,4	38,7	37,4	34,3	32,5	-30

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

con un incremento del 42%, alcanza un consumo de 57 millones de litros en 1992, frente a los 40 millones de litros consumidos en 1987.

Por el contrario, el sector de hostelería y restauración experimenta una caída muy importante en las compras de vinos de mesa, cercana al 25%, ya que en 1987 el consumo superaba el medio billón de litros, y en 1992 había descendido hasta 381 millones de litros. En cuanto a los "espumosos, champagnes y cavas", el descenso del consumo en ese mismo período fue del 17%, pasando de 26,3 millones de litros en 1987 a 21,8 millones de litros en 1992.

La evolución del consumo en el sector de hostelería y restauración ha originado una alteración en la representación que cada grupo mantenía en el total de las compras. De tal forma, los vinos de mesa han pasado de suponer un 67,5% del total en

1987 al 57% en 1992; los vinos de calidad han potenciado su presencia, subiendo desde el 23,5% de 1987 al 31% en 1992; el grupo de "espumosos, champagnes y cavas" se mantiene en un escaso 3,5%, mientras que, finalmente, el segmento de "otros vinos" sube de forma moderada, con un 8,5% en 1992 frente al 5,5% en 1987.

Por lo que respecta a la estructura del consumo en los hogares por tipos de vino, cabe destacar que los vinos de mesa han acumulado un descenso del 45% en solo seis años, puesto que en 1987 se alcanzó un récord histórico de 893 millones de litros, para bajar en 1992 por debajo del medio billón de litros. Por su parte, durante el mismo período, los vinos de calidad (V.C.P.R.D.) pasaron de 68 millones de litros consumidos en los hogares durante 1987 a tan sólo 47 millones de litros en 1992. En la misma línea se enmarca el retroceso de los "espumosos, champagnes y cavas" que pierden el 30% del consumo, y el segmento de otros vinos, con el 32%.

Los cambios producidos en el consumo de vinos en los hogares no modifica significativamente la importancia de cada grupo en el total de las compras. El segmento de vinos de mesa es el único que pierde peso, representando el 82,5% de las compras totales en 1992, frente al 85,5% de 1987. Esta pérdida porcentual se distribuye entre el resto de los grupos que incrementa ligeramente su representación. Los vinos de calidad pasan del 6,5% al 7,7%, los espumo-

CUADRO Nº 3

**EVOLUCION DEL GASTO TOTAL EN VINOS POR PERSONA**  
(Consumo en hogares, hostelería y restauración) (Pesetas/año)

PRODUCTO	1987	1988	1989	1990	1991	1992	%87/92
VINOS DE MESA	1.533	1.347	1.495	1.349	1.334	1.232	-19,5
VINOS V.C.P.R.D.	327	301	315	357	361	342	4,5
ESPUMOSOS Y CAVAS	505	550	566	543	557	540	7,0
OTROS VINOS	237	267	224	198	213	242	2,0
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>2.602</b>	<b>2.465</b>	<b>2.600</b>	<b>2.447</b>	<b>2.465</b>	<b>2.356</b>	<b>-9,5</b>

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

sos, champagnes y cavas del 4,5% al 5,5% y el grupo de otros vinos del 3,5% al 4,3%.

### VINOS DE MESA

Las compras totales de vinos de mesa durante 1992 fueron de 22,5 litros por persona, 2 litros menos que en 1991, debido al descenso producido tanto en el consumo en hogares como en el sector de hostelería y restauración.

El 55% del vino consumido en el hogar es tinto, un 21% rosado y el 24% restante es blanco; proporciones que varían en el sector de hostelería y restauración, donde el 43% del consumo es tinto, el 26% es rosado y el 31% es blanco. Las familias compran el 65% del vino de mesa envasado, porcentaje que se eleva al 82% en hostelería y restauración.

Las compras de vinos de mesa en hogares, durante 1992, ascendieron a 12,7 litros por persona, 1,4 litros menos que en 1991. En cuanto a la estructura regional del consumo de vinos mesa, los mayores consumidores siguen estando localizados en el Noroeste peninsular, con 21,6 litros por persona, un 70% superior a la media nacional (12,7 litros); seguidos de la zona Norte (17,6 litros) y



Castilla y León (13,4 litros). En el extremo opuesto destaca Canarias, con tan sólo 2,7 litros por persona, un 80% inferior a la media nacional; y Andalucía, con 9,8 litros.

El tamaño del hábitat parece influir también sobre el consumo de vinos de mesa, que es muy alto en las zonas rurales, fundamentalmente en los núcleos de 2.000 a 10.000 habitantes, que compran 14,8 litros por persona —un 12% más que la media nacional—, mientras que las

grandes áreas metropolitanas son los de menor consumo, con 11 litros por persona, un 10% inferior a la media nacional.

El gasto medio en vinos de mesa se situó, en 1992, en 1.232 pesetas por persona, inferior a 1991 en un 7,5% y en 20% respecto a 1987.

Las tiendas tradicionales venden el 33% del total de los vinos de mesa; los autoservicios y supermercados, el 35,6%; los hipermercados, el 9,6%; y los economatos y cooperativas, el 3,5%. Las características de este producto hacen posible que tenga gran importancia tanto el autoconsumo, con el 3,5%, como la compra directa al productor, con el 4,2% del total. Otras fórmulas no convencionales de venta, como los mercadillos o la venta ambulante, controlan una cuota del 4%.

### VINOS DE CALIDAD (V.C.P.R.D.)

El consumo total de vinos de calidad fue de 6,5 litros por persona en 1992, con un 3% de incremento sobre los 6,3 litros de 1991, provocado por el mayor consumo en el sector de hostelería y restauración, que

CUADRO Nº 4

### EVOLUCION DEL CONSUMO DE VINOS EN HOSTELERIA Y RESTAURACION (Millones de litros)

PRODUCTO	1987	1988	1989	1990	1991	1992
VINOS V.C.P.R.D.	176,2	186,2	199,2	223,8	202,1	207,1
VINOS DE MESA	504,2	491,5	480,0	475,7	411,0	381,4
ESPUMOSOS Y CAVAS	26,3	26,4	23,3	24,2	17,9	21,8
OTROS VINOS	40,0	43,6	49,4	55,3	54,9	56,9
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>746,7</b>	<b>747,9</b>	<b>751,9</b>	<b>779,0</b>	<b>685,9</b>	<b>667,2</b>

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

representa el 82% del total del consumo, mientras que los hogares solo significan el 18%.

Los hogares compraron, en 1992, 1,16 litros por persona, 0,4 litros menos que en 1991. El vino tinto supone el 60% de los vinos con Denominación de Origen en los hogares, mientras que el rosado supone un 23% y el blanco, un 17%. En comparación con los vinos de mesa, se bebe más proporción de tintos y rosados de calidad y un menor porcentaje de blancos.

Por su parte, en el sector de hostelería y restauración la relación de consumo es del 50% para vinos tintos, el 23% para rosados y el 27% para blancos. El vino envasado representa el 96% de las compras familiares y el 99,6% en el consumo fuera del hogar, el resto lo constituyen las compras directas a cosecheros y bodegas.

Las regiones del Norte —con 1,9 litros por persona— y el Noreste —con 1,8 litros por persona— son las mayo-

CUADRO Nº 5

**EVOLUCION DEL CONSUMO DE VINOS EN HOGARES**  
(Millones de litros)

PRODUCTO	1987	1988	1989	1990	1991	1992
VINOS V.C.P.R.D.	68,0	55,0	45,6	56,1	48,4	46,9
VINOS DE MESA	892,8	700,9	631,1	559,0	548,1	496,6
ESPUMOSOS Y CAVAS	48,7	47,9	41,7	37,0	36,3	34,3
OTROS VINOS	38,2	46,3	28,1	24,1	23,1	25,9
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>1.047,7</b>	<b>850,1</b>	<b>746,5</b>	<b>676,2</b>	<b>655,9</b>	<b>603,7</b>

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

res consumidoras de vinos de calidad en el hogar; mientras que Andalucía y Canarias, con 0,6 litros por persona, son las zonas de menor consumo.

El tamaño del hábitat marca también diferencias importantes en la adquisición de vinos con Denominación de Origen, ya que, al contrario de lo que ocurría con los

vinos de mesa, las zonas rurales son las de menor consumo, con 0,53 litros por persona, más de un 50% inferior a la media nacional; y las ciudades de 100.000 a 500.000 habitantes se dan los mayores consumos, con 1,82 litros por persona.

El gasto medio nacional para la compra de vinos de calidad en los hogares fue de 342 pesetas por persona en 1992, un 5,5% inferior a 1991. Las zonas Norte y Noreste —con 575 y 518 pesetas por persona, respectivamente— son las de mayor gasto; mientras que Canarias, con 189 pesetas, y Andalucía, con 194 pesetas por persona, son las de menor gasto.

La cuota de mercado de los vinos de calidad sigue aumentando en beneficio de los supermercados y autoservicios, que controlan el 51% de las ventas, seguidos de los hipermercados, con el 22,5%, y las tiendas tradicionales, con el 15%.

**VINOS ESPUMOSOS, CHAMPAGNES Y CAVAS**

Las compras totales de vinos espumosos, champagnes y cavas durante 1992 se incrementaron un 6,5% respecto a 1991, hasta situarse en 1,4 litros por persona, consumiéndose el 60% en los hogares y el 40% en hostelería y restauración, sector



donde se ha producido un aumento en las compras.

El consumo en los hogares ha sido de 0,8 litros por persona, levemente inferior a los 0,9 litros consumidos en 1991. A lo largo del año, las diferencias entre los distintos meses no son muy grandes, pero durante el mes de diciembre se producen el 50% del total de las compras, debido a las fiestas navideñas.

Las áreas metropolitanas —con 1,18 litros por persona— y la zona del Noreste —con 2,5 litros por persona— son las de mayor consumo, mientras que Canarias, con 0,08 litros por persona, y Andalucía, con 0,26 litros por persona, registran consumos insignificantes respecto a la media nacional.

En el análisis de las compras según el tamaño de las poblaciones destaca el consumo en las ciudades de más de 500.000 habitantes, con un 34% más que el conjunto de la media nacional, frente a las zonas rurales que consumen un 17% menos.

El consumo de vinos espumosos sigue concentrándose en determinadas fechas y es considerado como propio de las fiestas navideñas, acompañando a comidas o cenas en las que se celebran acontecimientos familiares o sociales de relieve, manteniendo la imagen de un producto destinado solamente a las grandes ocasiones y con un precio elevado. A pesar de la variedad de precios de un grupo tan heterogéneo parece evidente que su precio medio es superior al de los vinos con Denominación de Origen; en 1992 el precio medio de los espumosos fue de 595 pesetas por litro y duplica al de los vinos de calidad que registraron un precio medio de 288 pesetas por litro.

El gasto medio en 1992 fue de 540 pesetas por persona, lo que representa un descenso del 3% sobre las 557 pesetas por persona gastadas en 1991, destacando que casi el 60% del total del gasto se realiza en el mes de diciembre.



Las mayores compras de espumosos se realizan en autoservicios y supermercados, que tienen una cuota de mercado del 54%; les siguen las tiendas tradicionales con el 19% y los hipermercados con el 15%, porcentajes que en el caso de los dos primeros se incrementan durante el mes de diciembre, cuando se concentran la mayor parte de las compras.

#### OTROS VINOS

El consumo total de "otros vinos", entre los que se incluyen los olorosos, finos, dulces, vermouths y sangrías, fue en 1992 de 2,1 litros por persona, frente a 1,9 litros por persona en 1991, lo que significa un leve avance del 10%. Un 31% se consume en los hogares y el 69% restante en hostelería y restauración.

El consumo en hogares es tan solo de 0,6 litros por persona, siendo más alto en el Noreste y Andalucía, donde superan a la media nacional

con el 75% y el 21%, respectivamente, y mucho menor en Canarias, con 0,2 litros por persona, y Castilla y León, con 0,3 litros por persona.

Los consumidores españoles destinaron 242 pesetas por persona en la compra de este tipo de vinos durante 1992, mientras que en 1991 el gasto fue de 213 pesetas por persona, lo que representa un aumento del 12%. El precio medio de este grupo de vinos fue de 374 pesetas por litro, levemente superior al precio de 1991 cuya media fue de 370 pesetas por litro.

Los supermercados y autoservicios son los que poseen mayor cuota de mercado, con el 42,7% del total; seguidos de las tiendas tradicionales con el 26%, y los hipermercados con el 22,5%. Los economatos y cooperativas, con el 2,3%, y la compra directa al productor, con el 1,7%, cierran el reparto de un segmento de vinos que se encuentra en pleno proceso de crecimiento.

□