



Consumo de vino en España

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO. Universidad Complutense Madrid. vjmartin@ucm.es

RESUMEN

Este artículo estudia la demanda de vino en el mercado español durante el último ejercicio. A pesar de que se incluye alguna información sobre el sector extrado-méstico, la base fundamental de las estadísticas hace referencia al consumo en el hogar. Se han utilizado datos secundarios de reciente obtención y publicación, procedentes de investigaciones empíricas sobre comportamiento de gasto de los consumidores, realizadas para el Ministerio Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Además de cuantificar el volumen y el gasto para los diferentes tipos de vino, se presenta una aproximación a las desviaciones de la demanda conforme a los rasgos socioeconómicos de los hogares (clase social, presencia de niños, ocupación del encargado de comprar, edad, tamaño del hogar, hábitat de residencia y tipología de hogar).

PALABRAS CLAVE: *Vino, espumosos, consumo, hogares, restauración, cuota de distribución, perfil del consumidor.*

Durante las últimas décadas el mercado del vino ha estado caracterizado por una notable inestabilidad derivada, entre otros aspectos, de los desajustes entre la oferta y la demanda, la significatividad de las ayudas inyectadas desde algunas instituciones, la fuerte competencia en los mercados internacionales o la preferencia de los consumidores por los vinos de calidad.

En el mercado español, el consumo de vino ha ido minoriéndose de una forma progresiva (Martín, 2008). La reducción de la demanda de vino aparece vinculada a dos etapas distintas (del Rey, 2011). En un primer momento, se explica por un cambio en los hábitos de alimentación (menos comidas en casa, homogeneización de la alimentación rural y urbana, crecimiento de los servicios de restauración) que repercute especialmente a las ventas en los establecimientos de distribución comercial y se centra en los vinos sin denominación de origen. Posteriormente, en segundo lugar, se ha producido un descenso en el consumo que se desarrollaba en los establecimientos de restauración debido a la entrada en vigor del carnet por puntos, las normas antibaccho, la subida de precios y, adicionalmente, el empeoramiento de la coyuntura económica.



Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron cerca de 435,3 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron en torno a 1.026,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 9,4 litros de consumo y 22,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al vino envasado (7,9 litros por persona y año), seguido del vino a granel (0,9 litros per cápita), y de los espumosos, con 0,6 litros por persona al año. En términos de gasto, el vino envasado concentra casi el 83%, con un total de 18,5 euros por persona, el vino a granel presenta un porcentaje del 4% y un total de 0,9 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 13% del gasto con un total de 2,9 euros per cápita al año.

Respecto al precio medio, con notables disparidades, se observan los valores más elevados en espumosos (4,9 euros/litro), vinos de licor (4,2 euros/litro) y vinos tranquilos extranjeros (4,0 euros/litro). Por el contrario, los precios más reducidos se vinculan con el vino en cartón (0,8 euros/litro) y el vino blanco de mesa (0,9 euros/litro).

El cuadro nº 1 resume todas estas cifras para los diferentes tipos de vino en el mercado español durante 2012.

Tal y como se argumentaba anteriormente, la demanda de vino ha experimentado una reducción muy significativa con



respecto a las cifras de hace dos o tres décadas. El gráfico 1 recoge la evolución reciente (2007-2012) del consumo y del gasto en vino de los hogares españoles. Tras incrementos de gasto per cápita en 2008 y 2009, en los tres últimos años vuelve a minorarse la cantidad gastada por persona en vino hasta situarse en 22,3 euros. El volumen consumido ha ido descendiendo progresivamente desde 10,4 litros per cá-

CUADRO 1

Consumo y gasto en vino de los hogares españoles, 2012

	CONSUMO		GASTO		PRECIO MEDIO
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)	(Euros por litro)
TOTAL VINOS Y ESPUMOSOS	435,3	9,4	1.026,7	22,3	2,4
TOTAL VINOS	408,2	8,9	892,7	19,4	2,2
VINO GRANEL	42,8	0,9	41,4	0,9	1,0
VINO ENVASADO	365,3	7,9	851,3	18,5	2,3
VINO BOTELLA	252,8	5,5	759,2	16,5	3,0
VINO CARTON	85,1	1,8	66,0	1,4	0,8
VINO GARRAFA	68,5	1,5	65,1	1,4	1,0
OTROS VINOS	1,7	0,0	2,4	0,1	1,4
VINOS TRANQUILOS	135,7	2,9	482,8	10,5	3,6
NACIONAL	134,4	2,9	477,6	10,4	3,6
EXTRANJERO	1,3	0,0	5,2	0,1	4,0
TINTO	104,2	2,3	376,0	8,2	3,6
BLANCO	25,5	0,6	90,1	2,0	3,5
ROSADO	6,1	0,1	16,7	0,4	2,7
VINOS DE AGUJA	5,9	0,1	19,4	0,4	3,3
VINOS DE LICOR	25,9	0,6	109,0	2,4	4,2
VINO DE MESA	219,9	4,8	238,8	5,2	1,1
NACIONAL	167,6	3,6	178,6	3,9	1,1
EXTRANJERO	10,2	0,2	22,6	0,5	2,2
OTROS VINOS MESA	42,1	0,9	37,6	0,8	0,9
VINO DE MESA TINTO	122,3	2,7	139,8	3,0	1,1
VINO MESA BLANCO	75,6	1,6	67,2	1,5	0,9
VINO MESA ROSADO	22,0	0,5	31,8	0,7	1,4
VINO DE LA TIERRA	14,3	0,3	34,0	0,7	2,4
ESPUMOSOS	27,1	0,6	134,0	2,9	4,9

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2013).

pita hasta 9,5 litros per cápita aunque durante los últimos años se advierte una cierta estabilidad (la demanda de 2010, 2011 y 2012 es prácticamente similar).

El gráfico 2, tomando como referencia el año 2007 (índice 100), plantea la evolución que han experimentado los distintos tipos de vino durante los últimos años. La situación es dispar puesto que se observa un crecimiento notable en los vinos de la tierra, una cierta estabilidad en los vinos tranquilos y un apreciable descenso tanto en espumosos como en vinos de mesa.

Desde la perspectiva de la demanda extradoméstica, las tendencias reflejadas en algunos estudios –por ejemplo, Martín (2010) o del Rey (2011)– muestran una minoración en el consumo de vinos en los establecimientos de restauración.

El gráfico 3 y el gráfico 4 analizan dos variables para calibrar la evolución de la demanda de vino en los establecimientos de restauración:

- El gráfico 3 hace referencia a la incidencia del vino en las visitas a los locales horeca, es decir, el porcentaje de consumidores que introducen vino en sus consumiciones. En los distintos momentos considerados se observa una notable estabilidad oscilando entre 8,1% y 9,6% (como elemento de comparación puede apuntarse que la cerveza consigue una incidencia aproximada del 14% y que el café, con el valor máximo, llega al 26%).
- El gráfico 4 refleja la evolución durante distintos periodos de tiempo de las consumiciones de vino. Considerando que las consumiciones son constantes, se observan descensos generalizados (entre el -7,5% y el -8,6%) a excepción del último periodo considerado que coincide con el año 2012 donde se advierte una estabilidad de la demanda (0,8% de crecimiento). De forma complementaria, puede apuntarse que durante el año 2012 se contabilizaron 5 millones

GRÁFICO 1
Evolución del consumo y del gasto en vino, 2007-2012 (Hogares)

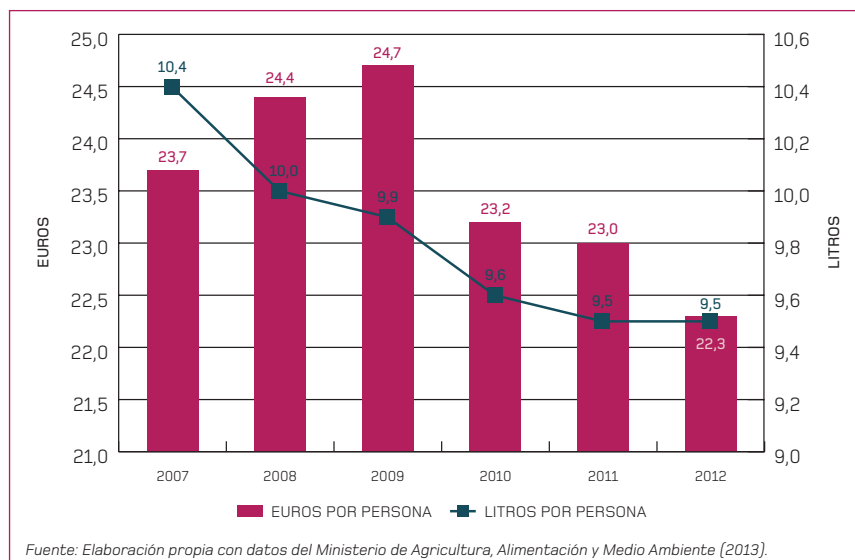
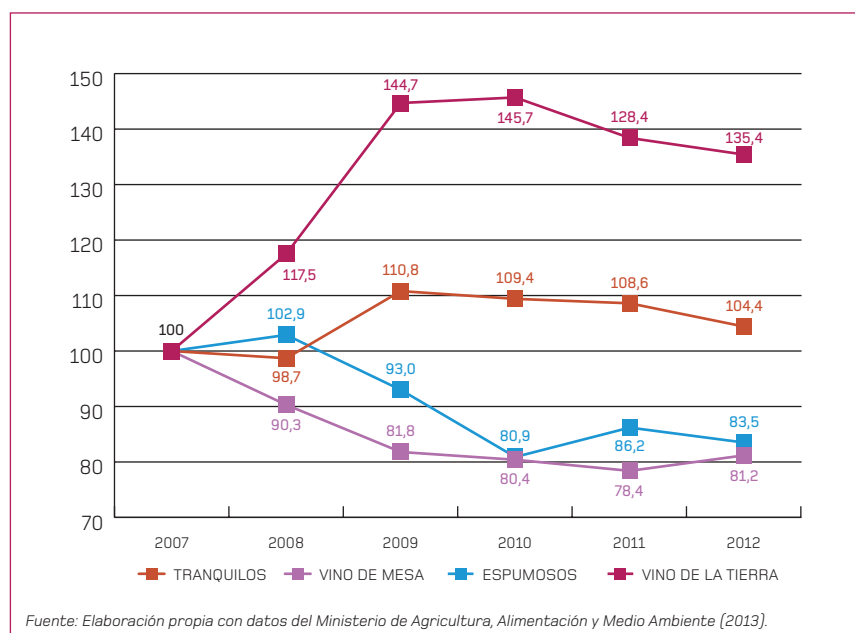


GRÁFICO 2
Evolución del consumo por tipos de vino (2007=100), 2007-2012 (Hogares)



más de consumiciones de vino que en el año anterior.

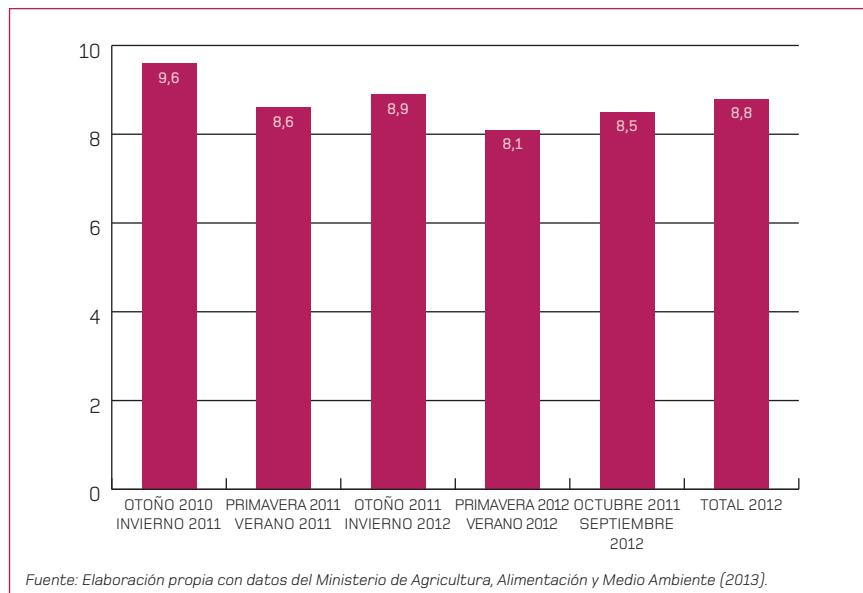
DIFERENCIAS SOCIALES Y TERRITORIALES

Por otra parte, la demanda de vino presenta notables particularidades

conforme a las características de los hogares. Entre los factores que repercuten este consumo pueden citarse la condición económica, la presencia de niños, la situación en el mercado laboral, la edad, el número de miembros de la unidad familiar, el tamaño del municipio de residencia, la tipología de hogar o la comunidad autónoma.

GRÁFICO 3

Incidencia HORECA: % de visitas que consumen vino



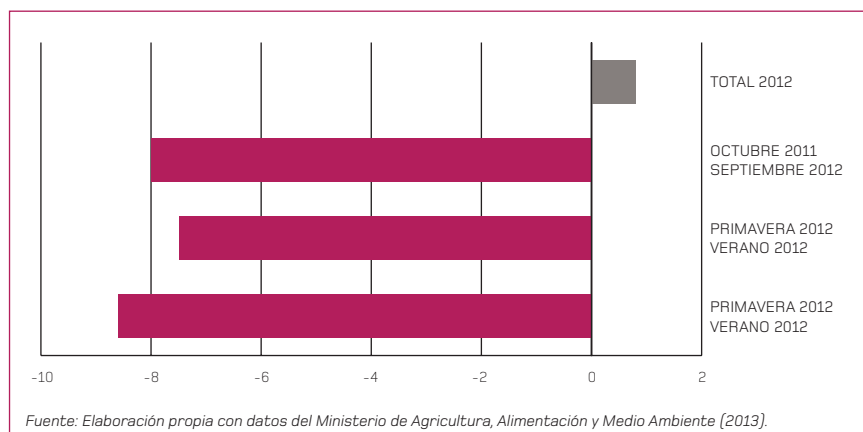
Así pues, atendiendo a la demanda de vino en el hogar durante el año 2012, aparecen distintas particularidades en términos per cápita:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de vinos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado, mientras que la demanda más



GRÁFICO 4

Evolución consumiciones de vino en HORECA (%)



reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.

- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vinos, mientras que los índices van disminuyendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes ciudades (por encima de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los nú-

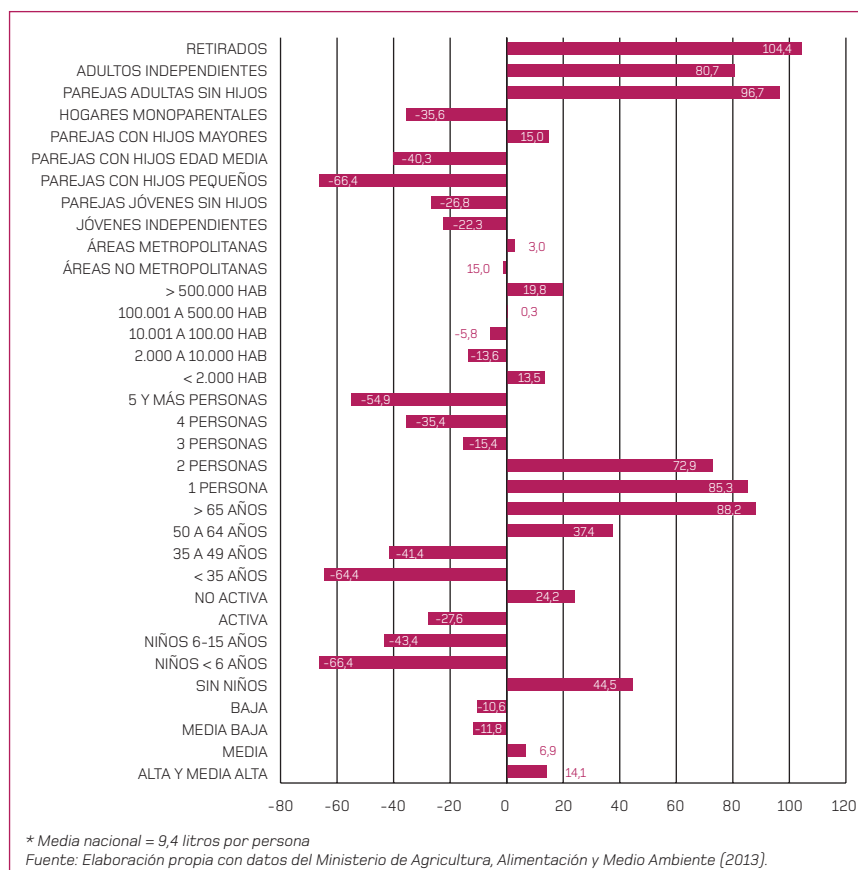
- cleos de población con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes.
- Atendiendo a las diferencias entre consumo rural y consumo urbano, se aprecia una mayor demanda relativa de vinos en áreas metropolitanas.
 - Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos, y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, parejas con hijos de edad media, en los hogares monoparentales, parejas jóvenes sin hijos, y jóvenes independientes.

A modo de resumen, el cuadro 2 identifica los principales perfiles de consumo de vinos en España conforme a las características de los hogares. La mayor demanda de vino se asocia a consumidores de clase alta y media alta, en hogares sin niños, con personas retiradas, hogares de tamaño reducido, con edades de 65 y más años, de grandes ciudades o áreas metropolitanas.

Por comunidades autónomas, la situación es dispar porque aparecen distintos contextos para cada área geo-

GRÁFICO 5

Desviaciones en el consumo de vino en los hogares con respecto a la media nacional (%)*



CUADRO 2

Perfil del consumo de vinos según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (LITROS POR PERSONA)				
	Consumo medio = 9,4 litros por persona				
CONDICIÓN ECONÓMICA DE LOS HOGARES	CLASE MEDIA 10,1	CLASE ALTA Y MEDIA ALTA 10,8			
CONFORMACIÓN DEL HOGAR (Presencia de niños en el hogar)	HOGARES SIN NIÑOS 13,7				
TIPOLOGÍA DEL HOGAR	PAREJAS CON HIJOS MAYORES 10,9	ADULTOS INDEPENDIENTES 17,1	PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS 18,6	RETIRADOS 19,3	
SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL	NO ACTIVA 11,7				
TAMAÑO DEL HOGAR	2 PERSONAS 16,3		1 PERSONA 17,5		
EDAD	50 A 64 AÑOS 13,0			MÁS DE 65 AÑOS 17,8	
HABITAT DE RESIDENCIA (Número de habitantes)	< 2.000 HAB 10,7	>500.000 HAB 11,3			
HABITAT DE RESIDENCIA (Tipo de áreas)	AREAS METROPOLITANAS 9,7				

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2013).

CUADRO 3

Consumo per cápita de vino en hogares por comunidades autónomas (litros)

	VINOS TRANQUILOS			VINOS DE MESA			ESPUMOSOS	OTROS VINOS	TOTAL
	Tinto	Blanco	Rosado	Tinto	Blanco	Rosado			
ANDALUCÍA	1,7	0,2	0,0	1,7	2,4	0,2	0,6	1,2	8,1
ARAGÓN	1,7	0,3	0,1	3,5	0,4	1,0	0,7	1,2	8,8
ASTURIAS	3,5	0,6	0,1	3,4	1,9	0,9	0,5	1,2	12,2
BALEARES	3,4	1,7	0,7	2,0	0,8	0,6	1,0	1,4	11,7
CANARIAS	2,6	0,7	0,1	1,0	1,5	0,2	0,4	0,8	7,2
CANTABRIA	2,3	0,7	0,1	4,1	1,8	0,5	0,3	1,7	11,5
CASTILLA Y LEÓN	1,7	0,4	0,3	3,3	1,1	0,6	0,4	1,3	9,0
CASTILLA-LA MANCHA	0,9	0,3	0,0	2,3	1,7	0,8	0,3	0,6	7,0
CATALUÑA	2,4	0,7	0,2	5,0	2,2	0,5	1,2	1,3	13,6
COMUNIDAD VALENCIANA	2,1	0,7	0,1	1,7	1,1	0,4	0,5	1,0	7,6
EXTREMADURA	1,3	0,5	0,0	1,1	1,3	0,3	0,3	0,5	5,3
GALICIA	2,9	0,7	0,0	3,8	2,2	0,4	0,2	0,9	11,1
MADRID	2,4	0,6	0,1	2,5	1,3	0,6	0,4	1,1	9,0
MURCIA	1,9	0,3	0,1	1,7	0,8	0,3	0,3	1,3	6,7
NAVARRA	2,9	0,6	0,5	1,8	0,6	0,3	0,4	0,8	7,9
PAIS VASCO	4,6	0,6	0,4	2,6	1,1	0,6	0,7	1,7	12,3
LA RIOJA	1,1	0,1	0,1	1,7	0,6	1,4	0,5	1,0	6,4
TOTAL ESPAÑA	2,3	0,6	0,1	2,7	1,6	0,5	0,6	1,1	9,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

gráfica conforme a la amplia tipología existente en vinos (véase cuadro 3). Cataluña, País Vasco y Baleares cuentan con los mayores consumos per cápita de vino mientras que, por el contrario, la demanda por persona más reducida se asocia a Extremadura, La Rioja y Castilla-La Mancha.

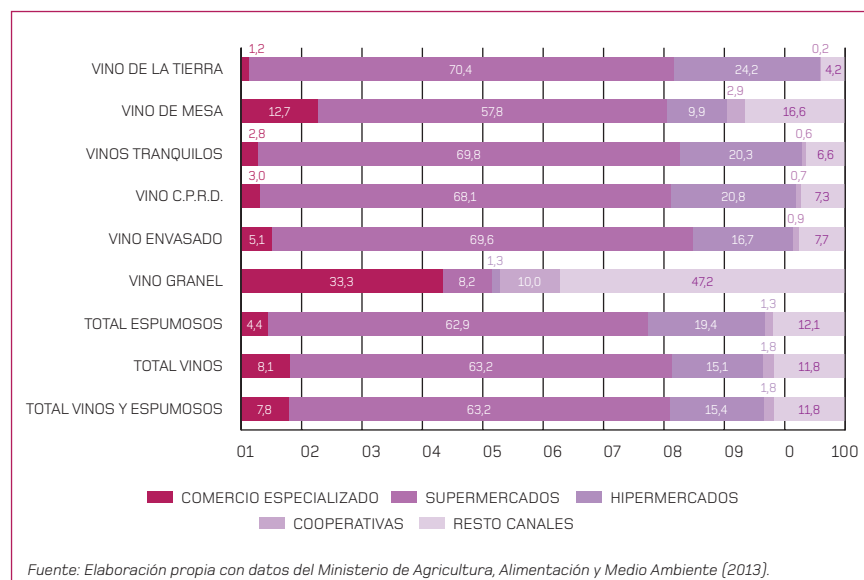
LUGAR DE COMPRA

Por último, en cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (63,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,4%.

establecimientos especializados representan el 7,8%, los economatos y cooperativas el 1,8%, y otras formas comerciales aglutinan el 11,8% restante. No obstante, la casuística en este caso es bastante heterogénea al considerar las distintas variedades de vino como muestra el gráfico 6 y bien puede ser objeto de un nuevo estudio.

GRÁFICO 6

Cuota de mercado en la comercialización de vino para hogares (%), 2012



Bibliografía

- DEL REY, R. (2011): "La distribución del vino en España", *Distribución y Consumo*, nº 120, p 60-68.
- MAGRAMA (2013): *Datos sobre el Consumo Alimentario en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/ultimos-datos/>
- MAPA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- MARTIN, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", *Distribución y Consumo*, nº 100, p 208-240.
- MARTIN, V.J. (2010): "Demanda de vino en España. Perfiles de consumo conforme a las características del consumidor", *Distribución y Consumo*, nº 114, p 40-53.
- MERCASA (2012): *Alimentación en España 2012. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.