



Demanda de vino en España

Perfiles de consumo conforme a las características del consumidor

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO
Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

En este artículo se examina la evolución del consumo de vino en España en los últimos años, así como las características de los consumidores que permiten aproximarnos a la determinación de los segmentos con mayor consumo. 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 de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. Los resultados permiten constatar la disminución del volumen total del consumo interno de vino en España. También se han establecido los perfiles de consumo de las tres categorías principales de vino: tranquilos (también denominados vinos con procedencia regional determinada, VCPRD), de mesa y espumosos y cavas que, aun cuando mantienen unos rasgos similares, presentan algunas particularidades para cada perfil.

PALABRAS CLAVE: Vino, espumosos, consumo, hogares, restauración, perfil del consumo.

El consumo de vino enlaza con la cultura gastronómica de España y con el paso de los años se ha convertido, sin lugar a dudas, en una de las bebidas más tradicionales y con mayor arraigo en nuestra dieta. Sin embargo, durante las últimas décadas el mercado del vino ha estado caracterizado por la inestabilidad como resultado, por ejemplo, de los desajustes entre la oferta y la demanda, los efectos de las ayudas inyectadas desde algunas instituciones, la fuerte competencia en los mercados mundiales o la decidida preferencia de los consumidores hacia los vinos de calidad.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE VINO

Durante la última década, el mercado del vino en España ha disminuido casi a la mitad (cuadro 1). En esos años el consumo interno de vino ha caído notablemente: en 2009 se consumía el 55,9% que en 1999. La mayor reducción ha tenido lugar en el consumo de los vinos de mesa –en 2009 el consumo de estos vinos fue de algo más de un tercio del total alcanzado en el año 1999–. Mientras, los espumosos se han mantenido con variaciones no muy elevadas hasta 2008, en que sólo alcanzaron el 90% de diez años antes. Al mismo tiempo, la partida de otros vinos ha duplicado su consumo (ha pasado de representar el 3,2% del consumo total en 1999 al 18% del mercado interno en 2009). Conviene añadir que la tendencia a la baja ha sido constante a lo largo de todo el periodo considerado, aunque se ha acusado notablemente en los dos últimos años (2008 y 2009).

La modificación de los hábitos de consumo de vino de los españoles se muestra en el gráfico 1 con la evolución del consumo por persona entre 1999 y 2009. El aumento de la población en el periodo ha permitido que el descenso del mercado interno de vino no haya sido tan acusado como la variación per cápita de los hábitos de consumo. Estos nuevos hábitos también se reflejan en el distinto



CUADRO 1

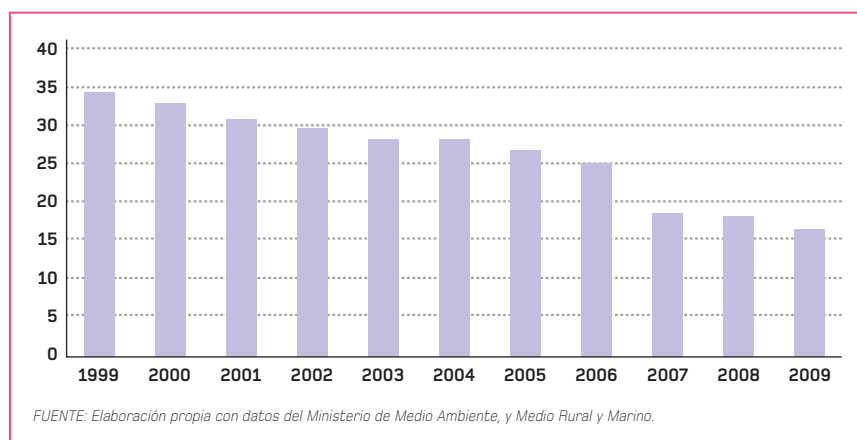
Evolución del consumo de vinos en España, 1999–2009. Millones de litros

	1999	2001	2003	2005	2007	2009
TOTAL VINOS	1.371,7	1.233,5	1.156,8	1.144,6	1.084,7	766,0
Vinos de mesa	983,8	828,1	770,6	687,5	647,3	380,2
Vinos tranquilos	306,2	317,7	305,1	375,3	354,5	292,8
Espumosos	50,1	53,5	46,5	47,9	47,9	39,0
Otros vinos	31,6	34,3	34,6	33,9	35,1	54,0

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

GRÁFICO 1

Evolución del consumo per cápita de vinos en España, 1999–2009. Litros



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Demanda de vino en España

CUADRO 2

Consumo y gasto en vino, 2009. Millones de litros/millones de euros

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL VINOS	432,8	1.039,0	324,5	1.270,2	8,9	20,6	766,2	2.329,8
Vinos de mesa	222,9	241,8	139,9	230,7	5,3	6,8	368,1	479,3
Vinos tranquilos	137,1	506,1	154,9	875,6	0,8	4,0	292,8	1385,7
Espumosos	28,1	153,3	10,6	73,5	0,4	1,5	39,1	228,3
Otros vinos	44,7	137,8	19,1	90,4	2,4	8,2	66,2	236,4

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

CUADRO 3

Consumo y gasto en vino de los hogares, 2009

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILL. LITROS)	PER CÁPITA (LITROS)	TOTAL (MILL. EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
TOTAL VINOS Y ESPUMOSOS	432,8	9,5	1.039,0	22,7
Total vinos	404,7	8,9	885,8	19,4
Vino granel	29,1	0,6	35,7	0,8
Vino envasado	375,6	8,2	850,1	18,6
Vino botella	277,4	6,1	774,0	16,9
Vino cartón	70,1	1,5	50,6	1,1
Vino garrafa	55,8	1,2	59,4	1,3
Otros vinos	1,3	—	1,8	—
Vinos tranquilos	137,1	3,0	506,1	11,1
Nacional	135,5	3,0	500,7	11,0
Extranjero	1,6	—	5,4	0,1
Tinto	105,6	2,3	398,7	8,7
Blanco	23,7	0,5	86,6	1,9
Rosado	7,8	0,2	20,9	0,5
Vinos de aguja	6,6	0,1	19,7	0,4
Vinos de licor	26,1	0,6	88,7	1,9
Vinos de mesa	222,9	4,9	241,8	5,3
Nacional	179,5	3,9	180,6	4,0
Extranjero	9,2	0,2	20,7	0,5
Otros vinos mesa	34,3	0,8	40,5	0,9
Vino de mesa tinto	131,6	2,9	149,9	3,3
Vino mesa blanco	66,6	1,5	60,2	1,3
Vino mesa rosado	24,7	0,5	31,7	0,7
Vinos de la tierra	10,7	0,2	24,5	0,5
Espumosos	28,1	0,6	153,3	3,4

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

comportamiento en la demanda de los diferentes tipos de vino: el vino de mesa es el que ha sufrido la práctica totalidad de la caída del consumo, mientras que los vinos tranquilos (también llamados vinos con procedencia regional determinada, VCPRD) mantienen su consumo en los

mismos niveles que en 1999 y tan sólo en 2009 presentan una disminución significativa de la cantidad consumida (posiblemente asociado al contexto económico).

De forma concreta para el año 2009, el consumo total de vino ascendió a algo

más de 766 millones de litros y supuso un gasto próximo a 2.330 millones de euros (cuadro 2). El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (56,5%), mientras que la restauración comercial supone el 42,3% y la restauración social y colectiva, el 1,2% restante. En

cuanto al gasto, el mayor porcentaje se registró en la restauración comercial (54,5%), mientras que en los hogares supuso el 44,6% y la restauración social y colectiva, el 0,9% restante.

CONSUMO DE VINO EN LOS HOGARES

Los hogares españoles, durante el año 2009, consumieron 432,8 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.039 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 9,5 litros de consumo y 22,7 euros de gasto (cuadro 3).

El consumo más notable se asocia al vino envasado (8,2 litros por persona y año), seguido del vino a granel y de los espumosos (0,6 litros per cápita en ambos casos). En términos de gasto, el vino envasado concentra el 81,8%, con un total de 19,4 euros por persona, el vino a gra-



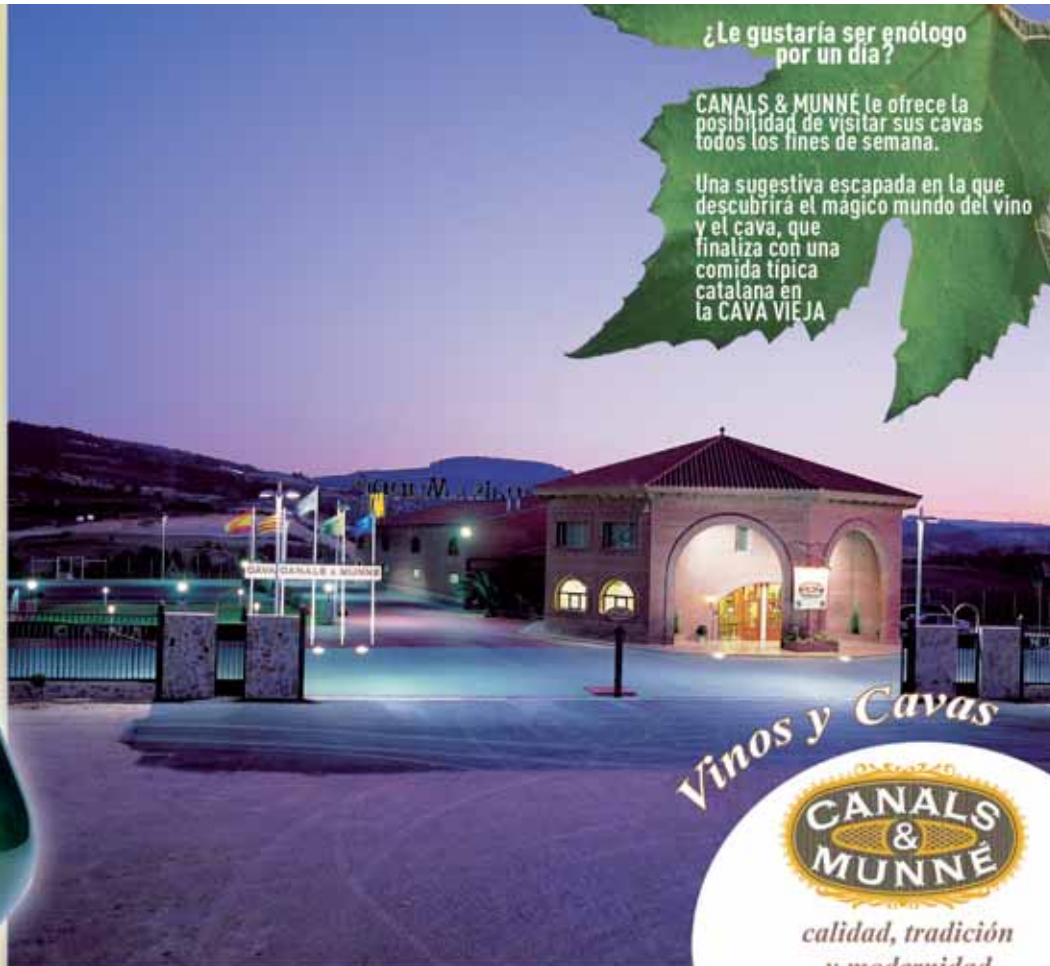
nel presenta un porcentaje del 3,4% y un total de 0,8 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 14,8% del gasto con un total de 3,4 euros per cápita al año.

Por variedades, el consumo de vino de mesa llega al 51,7% del total demanda-

do, mientras que los vinos con procedencia regional determinada alcanzan el 31,8%; los espumosos, vinos de licor, vinos de aguja y vinos de la tierra representan porcentajes menores (6,5%, 6,1%, 2,4% y 1,5%, respectivamente). En términos de gasto, las participaciones más sig-



BUSCAMOS DISTRIBUIDORES
Y COMERCIALES
en toda España



¿Le gustaría ser enólogo
por un día?

CANALS & MUNNÉ le ofrece la
posibilidad de visitar sus cavas
todos los fines de semana.

Una sugestiva escapada en la que
descubrirá el mágico mundo del vino
y el cava, que
finaliza con una
comida típica
catalana en
la CAVA VIEJA

Vinos y Cavas
CANALS & MUNNÉ

calidad, tradición
y modernidad

Tels.: 93 891 03 18/ 33 28 / 3327 - e-mail: info@canalsimunne.com web: www.canalsimunne.com

Placa Pau Casals Nº 6. 08770 - Sant Sadurni d'Anoia - Barcelona



tes el 33,9%, los hoteles el 9%, el consumo nocturno el 1,6% y la restauración organizada el 1,2% restante.

- Por áreas geográficas, el mayor volumen de vino se asocia al Norte-Centro (Álava, Burgos, Cantabria, Guipúzcoa, La Rioja, Navarra, Palencia y Vizcaya) y Levante (Alicante, Albacete, Castellón, Murcia y Valencia).
- El mayorista es la principal fuente de aprovisionamiento (consigue una cuota del 73,6%) seguido del cash & carry (participación del 15,5%), el fabricante supone el 8,3% y las otras formas comerciales alcanzan el 2,6% restante.

DIFERENCIAS EN EL CONSUMO DE VINO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR

Los datos anteriores sirven para cuantificar detalladamente la demanda de productos de la vinos en España. No obstante, el consumo de esta familia presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares. Entre los factores que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de vino 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. A continuación se reflejan distintas comparaciones para establecer las principales divergencias con el consumo medio en función de todas estas variables (cuadro 5).

nificativas se asocian a los vinos tranquilos (47,6%), vinos de mesa (22,8%) y espumosos (14,4%).

En cuanto al lugar de compra, los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (54,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 23,7% mientras que los establecimientos especializados representan el 7,4% y las otras formas comerciales aglutinan el 14,6% restante.

CONSUMO DE VINO FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2009, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 333,4 millones de litros de vino y gastaron cerca de 1.291 millones de euros en este producto (cuadro 4). En la demanda extrado-

méstica de vino, los vinos tranquilos representan un 52,4% del consumo y un 77,4% del gasto, mientras que los vinos sin denominación de origen alcanzan el 47,6% del consumo y el 22,6% del gasto. Por su parte, los espumosos y cavas suponen el 3,3% del consumo total de vino y el 5,8% del gasto.

En la restauración comercial, los vinos tranquilos representan un 53,2% del consumo, los vinos sin denominación de origen el 46,8% y los espumosos y cavas el 3,3%. Mientras, en la restauración colectiva y social, las participaciones para cada una de las variedades de vinos señaladas son del 25,6%, 74,4% y 2,8%, respectivamente.

Al mismo tiempo, en la demanda de vino realizada por la restauración comercial se advierten los tres aspectos siguientes:

- Los bares y cafeterías concentran el 54,3%, los restaurantes independien-

CUADRO 4

Consumo y gasto en vino de la restauración comercial y colectiva y social, 2009. Millones de litros/millones de euros

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL VINOS	324,5	1.270,2	8,9	20,6	333,4	1.290,8
Vinos tranquilos	154,9	875,6	0,8	4,0	155,7	879,6
Vinos de mesa	139,9	230,7	5,3	6,8	145,2	237,5
Espumosos y cavas	10,6	73,5	0,4	1,5	11,0	75,0
Otros vinos	19,1	90,4	2,4	8,3	21,5	98,7

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Prueba el sabor de Galicia



Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

LA PRIMERA DE GALICIA
DESDE 1932

CUADRO 5

Consumo per cápita de vino según las características de los hogares. Litros

	VINOS TRANQUILOS			VINOS DE MESA			ESPUMOSOS	OTROS VINOS	TOTAL
	TINTO	BLANCO	ROSADO	TINTO	BLANCO	ROSADO			
CONDICIÓN ECONÓMICA									
Alta y media alta	3,5	0,7	0,3	2,6	1,9	0,5	0,8	1,3	11,7
Media	2,5	0,5	0,1	2,7	1,1	0,6	0,6	1,2	9,2
Media baja	1,9	0,4	0,2	2,7	1,4	0,4	0,5	0,8	8,4
Baja	1,6	0,6	0,2	3,4	1,6	0,6	0,5	0,7	9,1
PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR									
Sin niños	3,4	0,8	0,3	4,2	2,0	0,7	0,9	1,5	13,7
Niños < 6 años	0,9	0,1	0,1	1,2	0,7	0,2	0,3	0,5	4,0
Niños de 6 a 15 años	1,4	0,3	0,1	1,7	1,1	0,4	0,3	0,5	5,7
SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL									
Activa	2,0	0,5	0,1	2,0	0,9	0,4	0,6	1,0	7,5
No activa	2,5	0,5	0,2	3,6	2,0	0,6	0,6	1,0	11,2
EDAD									
< 35 años	0,9	0,2	0,1	0,8	0,7	0,3	0,3	0,6	3,9
35 a 49 años	1,8	0,4	0,1	1,8	1,1	0,4	0,5	0,7	6,8
50 a 64 años	3,5	0,6	0,3	4,3	1,4	0,8	0,8	1,2	12,7
> 65 años	3,1	0,9	0,2	5,1	2,9	0,7	1,0	1,6	15,4
TAMAÑO DEL HOGAR									
1 persona	5,3	1,8	0,6	4,1	2,0	0,8	1,2	2,7	18,3
2 personas	3,7	0,8	0,3	4,6	2,2	1,0	1,1	1,6	15,4
3 personas	2,1	0,4	0,1	2,7	1,4	0,5	0,6	0,9	8,8
4 personas	1,5	0,3	0,1	1,8	1,0	0,4	0,3	0,5	5,9
5 y más personas	1,0	0,2	0,1	2,3	1,1	0,3	0,3	0,4	5,5
HÁBITAT DE RESIDENCIA									
< 2.000 habitantes	2,0	0,3	0,4	3,0	2,0	1,1	0,8	0,8	10,2
2.000-10.000 habitantes	1,6	0,6	0,1	3,0	1,8	0,4	0,5	0,6	8,5
10.001-100.000 habitantes	2,5	0,5	0,2	2,6	1,2	0,5	0,6	0,9	9,1
100.000-500.000 habitantes	2,5	0,6	0,2	2,9	1,4	0,5	0,6	1,4	9,9
> 500.000 habitantes	2,7	0,6	0,2	3,1	1,3	0,6	0,7	1,3	10,4
TIPOLOGÍA DE HOGAR									
Jóvenes independientes	2,8	0,6	0,3	1,7	0,9	0,7	1,0	1,9	10,0
Parejas jóvenes sin hijos	2,4	0,6	0,2	2,3	1,0	0,4	0,6	1,1	8,6
Parejas con hijos pequeños	0,9	0,1	0,1	1,2	0,7	0,2	0,3	0,5	4,0
Monoparentales	1,4	0,5	0,1	1,7	1,2	0,5	0,4	0,5	6,2
Parejas adultas sin hijos	4,8	0,9	0,3	5,8	1,8	1,2	1,0	1,6	17,4
Adultos independientes	7,9	3,1	1,1	5,4	1,9	0,5	1,5	2,8	24,4
Retirados	3,6	0,8	0,3	5,4	3,4	0,8	1,2	1,8	17,2

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Condición económica

En general, los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado de vino, mientras que los hogares de clase media baja tienen la demanda más reducida. De forma particular pueden destacarse los siguientes aspectos:

- Los hogares de clase alta tienen una

demanda superior a la media en casi todos los tipos de vino, destacando, por ejemplo la demanda de vino embotellado, los vinos tranquilos nacionales o los vinos de mesa extranjeros, mientras que, por el contrario, su consumo es inferior en los vinos envasados en cartón o el vino de mesa nacional.

– Los hogares de clase media cuentan con una demanda de vino ligeramente inferior al consumidor medio español, aunque destaca la menor participación del vino en garrafas y del vino de mesa nacional. Su consumo es más elevado en, por ejemplo, vinos extranjeros tanto tranquilos como de mesa.

ESENCIA



NOVEDAD
5,5%
ALCOHOL


ESENCIA
PANIZA

VIURA 5.5% VOL

PRODUCT FROM SPAIN


BODEGAS
VIRGEN
DEL AGUILA

- Los hogares de clase media baja no cuentan con ninguna variedad de vino que tenga un consumo por encima de la media y destaca su menor demanda en vinos en garrafa o extranjeros, ya sean de mesa o tranquilos.
- En los hogares de clase baja se aprecia un menor consumo relativo en vinos envasados, vinos tranquilos (nacionales y extranjeros) y vino de mesa extranjero. Sin embargo, se observa un consumo superior en vino en garrafa y vino de mesa nacional.

Presencia de niños en el hogar

En un primer momento puede apuntarse que los hogares sin niños demandan más volumen de vino, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años. De forma particular se observan los siguientes aspectos con respecto a esta variable:

- Los hogares sin niños tienen un consumo superior a la media en todas las variantes de vinos. Destaca, de manera especial, la demanda de vino a granel y en garrafa y, además, de vinos tranquilos nacionales.
- Los hogares con niños no cuentan con desviaciones positivas en el consumo de ningún tipo de vinos. Cuando los niños son menores de seis años, aparece una demanda menor a la media más significativa en los vinos a granel y en los vinos nacionales tanto tranquilos como de mesa.

Situación en el mercado de trabajo

Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de vino es superior; destaca que en casi todas las variedades de vinos este colectivo cuenta con una desviación positiva con respecto a la media (la excepción aparece en los vinos extranjeros, tanto de mesa como con denominación establecida). Por el contrario, cuando el encargado de comprar está



trabajando, el consumo de vino resulta sistemáticamente más reducido (por ejemplo, en vino a granel, en cartón o en garrafa y, además, en el vino de mesa nacional).

Edad

En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vino es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años. De forma particular aparecen las siguientes peculiaridades en el consumo de vino en función de la edad:

- Los menores de 35 años cuentan con desviaciones negativas en la demanda de casi todos los tipos de vinos (la única excepción aparece en los vinos tranquilos extranjeros). Las divergencias son especialmente significativas en el vino a granel y en garrafa y, además, en los vinos de mesa nacionales.
- Los mayores de 65 años consumen una cantidad notablemente superior (cerca de un 63% por encima de la

media) en vinos a granel, en garrafa y, además, en vinos de mesa nacionales. La demanda es inferior a la media tan sólo en los vinos tranquilos extranjeros.

Número de miembros del hogar

Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar. En este caso se observan las siguientes peculiaridades:

- Los hogares de una persona tienen una demanda superior a la media en todas las variedades de vinos y consumen, por ejemplo, más del doble en vino embotellado, vinos tranquilos nacionales y vinos de mesa extranjeros.
- Los hogares de tres personas son el punto de inflexión para establecer los consumos por encima y por debajo de la media. En este caso hay un consumo superior a los niveles medios, por ejemplo, en vino envasado en garrafa, mientras que los niveles de di-

vergencia negativos se asocian especialmente a vino en botella y vinos tranquilos extranjeros.

- Los hogares con cinco o más personas cuentan con desviaciones negativas en todos los vinos (son significativas en vino a granel, vino en garrafa y vinos tranquilos extranjeros).

Tamaño del municipio de residencia

Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de más de 500.000 habitantes cuentan con la mayor demanda per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes. En referencia a esta variable resulta posible extraer los siguientes aspectos:

- Los municipios más pequeños (con menos de 2.000 habitantes) tienen

un patrón de consumo que difiere positivamente de los valores medios. Por ejemplo, existe una demanda notablemente superior en vino de garrafa y en vino de mesa nacional, mientras que se tiende a un consumo menor tan solo en vino en botella y en los vinos tranquilos.

- En los municipios medios (de 10.001 a 100.000 habitantes) la casuística sobre demanda de vino es variada. Se parte de unos niveles de consumo inferiores a la media que se acentúan, por ejemplo, en los casos del vino a granel, del vino en garrafa o del vino de mesa nacional, mientras que, por el contrario, la demanda es superior en vino en botella o vino de mesa extranjero.
- Por último, en los grandes municipios (por encima del medio millón de habitantes) casi todos los vinos cuentan con una demanda con desviaciones

positivas respecto a la media (destaca el vino en garrafa y los vinos tranquilos extranjeros); las divergencias negativas se asocian, por ejemplo, al vino a granel y al vino de mesa extranjero.

Tipología de hogar

Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en los casos de los jóvenes independientes, adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y los hogares monoparentales. Otros aspectos que también se pueden destacar en cuanto a la demanda de vino en referencia a la conformación del hogar son los siguientes:

12 Uvas naturales SIN PEPITAS

+65% de rotación que el producto tradicional



Lavadas

Frescas

Calidad Premium

Sabor auténtico

Sin conservantes

Sin colorantes



¡Abrir y listas!



También disponible en la variedad Aledo

www.12uvas12deseos.com

Tel. 965 620 125 - info@uvasdoce.com

CUADRO 6

Consumo per cápita de vino por comunidades autónomas. Litros

	VINOS TRANQUILOS			VINOS DE MESA			ESPUMOSOS	OTROS VINOS	TOTAL
	TINTO	BLANCO	ROSADO	TINTO	BLANCO	ROSADO			
Andalucía	1,8	0,2	0,1	1,7	1,8	0,3	0,4	1,0	7,3
Aragón	1,4	0,3	0,1	3,2	0,5	0,6	0,9	2,0	9,0
Asturias	4,4	0,6	0,1	2,7	2,2	0,8	0,4	2,0	13,2
Baleares	4,0	1,9	1,2	3,1	0,8	0,5	1,4	2,1	15,0
Canarias	2,9	0,7	0,0	1,3	1,4	0,1	0,4	1,4	8,2
Cantabria	3,3	0,4	0,6	10,2	1,3	0,5	0,5	0,9	17,7
Castilla y León	2,2	0,3	0,3	4,2	1,0	1,2	0,4	0,6	10,2
Castilla-La Mancha	0,9	0,3	0,0	2,9	1,7	0,9	0,5	0,0	7,2
Cataluña	2,5	0,9	0,2	4,7	1,7	0,7	1,4	1,0	13,1
Comunidad Valenciana	2,3	0,6	0,1	1,7	1,3	0,4	0,7	1,1	8,2
Extremadura	0,6	0,3	0,0	1,6	2,1	0,5	0,2	0,4	5,7
Galicia	2,9	0,7	0,1	4,1	1,9	0,2	0,3	0,6	10,8
Madrid	2,3	0,5	0,1	2,3	1,3	0,6	0,4	0,8	8,3
Murcia	1,7	0,2	0,2	1,7	0,7	0,3	0,4	1,1	6,3
Navarra	2,1	0,2	0,2	1,9	0,5	0,6	0,6	1,2	7,3
País Vasco	3,9	0,3	0,3	3,6	0,7	1,0	0,6	1,3	11,7
La Rioja	0,8	0,1	0,1	2,3	0,3	1,8	0,3	0,7	6,4
TOTAL ESPAÑA	2,3	0,5	0,2	2,9	1,5	0,5	0,6	1,0	9,5

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

- Para los jóvenes independientes las principales desviaciones positivas en la demanda de vino se asocian a vino envasado y a vinos extranjeros tanto de mesa como tranquilos, mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en vinos a granel, vinos en garrafa y vinos de mesa nacionales.
- Para las parejas jóvenes sin hijos las principales desviaciones positivas en la demanda de vino se vinculan a vinos extranjeros tanto de mesa como tranquilos, mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en vinos a granel y en garrafa.
- Para las parejas con hijos pequeños no aparece ninguna desviación positiva en la demanda de vino, mientras que el menor consumo respecto a la media se observa especialmente en vino a granel, en garrafa y, además, en vinos tranquilos nacionales.
- Para los hogares monoparentales no aparecen desviaciones positivas en la demanda de vinos, mientras que el menor consumo respecto a la media



se observa en vino a granel y vinos tranquilos extranjeros.

- Para las parejas adultas sin hijos las principales desviaciones positivas en la demanda de vino se asocian al vino a granel y en garrafa y, además, a los vinos tranquilos nacionales (en todos los casos se duplican los niveles medios). Al mismo tiempo no se advierten desviaciones negativas en ninguna variedad de vino.
- Para los adultos independientes las principales desviaciones positivas en la demanda de vino están en el vino en botella y en el vino de mesa extranjero, mientras que no aparece ninguna desviación negativa respecto a la media.
- Por último, para los retirados las principales desviaciones positivas en la demanda de vino se observan en vino a granel, vino en garrafa y en vino de mesa nacional, mientras que el menor consumo respecto a la media se asocia únicamente a los vinos tranquilos extranjeros.



¡¡¡sumérgete en un mundo de sensaciones!!!

www.garveycaramel.com



NUEVA RUMASA

DIVISIÓN DE BODEGAS Y BEBIDAS

Comunidad autónoma

Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Baleares y Asturias cuentan con los mayores consumos per cápita de vino, mientras que, por el contrario, la

demanda por persona más reducida se asocia a Extremadura y Murcia. La casuística en este caso es bastante heterogénea al considerar las distintas variedades de vino como muestra el cuadro 6 y bien puede ser objeto de un nuevo estudio.

CONCLUSIONES: PERFILES DEL CONSUMO DE VINO EN ESPAÑA


Tal y como se ha analizado en este trabajo, el consumo de vino en España está afectado a la baja por una profunda

CUADRO 7

Perfil del consumo de *vinos tranquilos* según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (LITROS POR PERSONA)
Consumo medio POR HOGAR: 3,0 litros por persona	
Condición económica de los hogares	Clase alta y media alta: 4,4
Conformación del hogar (presencia de niños en el hogar)	Hogares sin niños: 4,4
Tipología del hogar	Jóvenes independientes: 3,7 Retirados: 4,7 Parejas adultas sin hijos: 6,0 Adultos independientes: 12,2
Situación en el mercado laboral	No activa: 3,3
Tamaño del hogar	2 personas: 4,8 1 persona: 7,7
Edad	Más de 65 años: 4,2 50 a 64 años: 4,4
Hábitat de residencia (número de habitantes)	10.001 a 100.000: 3,1 100.001 a 500.000: 3,3 > 500.000 hab.: 3,5
Hábitat de residencia (tipo de áreas)	Áreas metropolitanas: 3,1

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.



CUADRO 8

Perfil del consumo de *vinos de mesa* según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (LITROS POR PERSONA)
Consumo medio POR HOGAR: 4,9 litros por persona	
Condición económica de los hogares	Clase alta y media alta: 5,1 Clase baja: 5,6
Conformación del hogar (presencia de niños en el hogar)	Hogares sin niños: 6,9
Tipología del hogar	Adultos independientes: 7,8 Parejas adultas sin hijos: 8,8 Retirados: 9,6
Situación en el mercado laboral	No activa: 6,3
Tamaño del hogar	1 persona: 6,8 2 persona: 7,9
Edad	50 a 64 años: 6,4 Más de 65 años: 8,7
Hábitat de residencia (número de habitantes)	> 500.000 hab.: 5,1 2.000 a 10.000 hab.: 5,2 > 20.000 hab.: 6,2
Hábitat de residencia (tipo de áreas)	Áreas no metropolitanas: 5,0


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.



CUADRO 9

Perfil del consumo de espumosos y cavas según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (LITROS POR PERSONA)
Consumo medio POR HOGAR: 0,6 litros por persona	
Condición económica de los hogares	Clase alta y media alta: 0,8
Conformación del hogar (presencia de niños en el hogar)	Hogares sin niños: 0,9
Tipología del hogar	Jóvenes independientes: 1,0 Parejas adultas sin hijos: 1,0 Retirados: 1,2 Adultos independientes: 1,5
Situación en el mercado laboral	—
Tamaño del hogar	2 personas: 1,1 1 persona: 1,2
Edad	50 a 64 años: 0,8 Más de 65 años: 1,0
Hábitat de residencia (número de habitantes)	> 500.000 hab.: 0,7 > 2.000 hab.: 0,8
Hábitat de residencia (tipo de áreas)	Áreas metropolitanas: 0,7



FUENTE: Elaboración propia con datos del ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

transformación de los hábitos de consumo que ha hecho que en poco más de diez años el mercado interno se reduzca prácticamente a la mitad. Esta minoración la ha sufrido casi en su totalidad el vino de mesa, mientras que los vinos tranquilos parecen haberse visto poco afectados por los cambios de hábitos de consumo.

A modo de conclusiones, en los cuadros 7, 8 y 9 se ofrecen los perfiles de consumo de vino en España, para 2009 y en litros por persona, según las características de los hogares.

Perfil de consumo de los vinos tranquilos

En cuanto a los vinos tranquilos, o VCPRD, el segmento que muestra un mayor consumo son los adultos independientes (12,2 litros), que cuadruplica el consumo medio de estos vinos, seguido aunque a gran distancia por los hogares unipersonales (7,7 litros) y las parejas adultas sin hijos (6 litros). Así pues, parece que el consumo de vinos tranquilos es típico de personas adultas sin responsabilidades familiares. El resto

de variables consideradas discriminan poco significativamente el consumo de estos vino y, en todo caso, apuntan hacia la tipificación que se acaba de hacer (cuadro 7).

Perfil de consumo de los vinos de mesa

El perfil de consumo de los vinos de mesa muestra también que cuanto menores son las responsabilidades familiares directas, mayor es el consumo. En este caso, la variable edad adquiere un poder más determinante en el consumo, como parece mostrarlo la mayor demanda de los retirados (9,6 litros), que casi duplica la media, y de los mayores de 65 años (8,7 litros). El tipo de hábitat no muestra relaciones claras con el mayor o menor volumen de consumo de vino de mesa. La condición económica del hogar, contra lo que cabría esperar, tampoco muestra un poder discriminante del volumen consumido significativo, aunque se comporta en el sentido esperado: el consumo de los vinos de mesa, de menor coste unitario, es mayor entre las clases de menor nivel de renta.

Perfil de consumo de los vinos espumosos y cavas

El perfil de consumo de espumosos y cavas mantiene el dibujo trazado anteriormente, acusándose una mayor demanda entre los adultos independientes, los retirados y las personas que viven solas o en pareja. Como se vio anteriormente, el rasgo característico del consumo de espumosos y cavas tal vez sea el vínculo con la costa mediterránea (fundamentalmente de Cataluña y Baleares y, en menor medida, de la Comunidad Valenciana). ■

BIBLIOGRAFÍA

- MAPA (varios años): *Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- MARM (2010): *Consumo Alimentario en España*, Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino e Instituto Cerdá, Madrid. www.marm.es
- MARTÍN, 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.
- MERCASA (2010): *Alimentación en España 2010. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.



el sabor del paraíso



En Lleida, el Edén de las frutas, un paraíso rico en agua, de fríos inviernos, nieblas persistentes y calurosos veranos, crece la Pera Edenia. El Consejo Regulador de la DOP Pera de Lleida selecciona las mejores peras de las variedades Conference, Blanquilla y Limonera que se distinguen del resto por su mayor contenido en azúcares y por su aroma y sabor característicos.

www.edenia.net www.peradelleida.es

Top Quality Fruits, S.L.
Av. Tortosa, 2 oficina 10. 25005 LLEIDA
T. +34 973 101 097 F. +34 973 220 437

M CG MASSIP COMUNICACIÓ GRÀFICA



FINANZIAMENTO URBANO DEL SERVIZIO REGIONALE PER LA RIFORMA STRUTTURALE
EUROPA INVERTEI EN LES ZONES RURALS

Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Alimentació i Acció Rural