



# Análisis del consumo de vino en España: hogares y extradoméstico

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO. Universidad Complutense de Madrid.

## RESUMEN

*Este artículo estudia el consumo de vino en el mercado español. Se incluye información de la demanda tanto en el hogar como en la esfera extradoméstica. 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, Pesca y Alimentación. Al mismo tiempo, se sigue la base metodológica de sistematización de la información del Anuario Alimentación en España 2019, editado por Mercasa. Por tanto, 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 distintos rasgos socioeconómicos (clase social, presencia de niños, edad o hábitat de residencia, entre otros) tanto en el hogar como en la vertiente extradoméstica.*

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

**D**urante 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, los cambios en la coyuntura económica, el desarrollo de nuevas vías de comercialización directa, la fuerte competencia en los mercados internacionales o la preferencia de los consumidores por nuevas variedades de vinos.

En el mercado español, el consumo de vino ha ido minorándose de una forma progresiva (Martín, 2010). La variación de

la demanda de vino aparece vinculada a distintas etapas (del Rey, 2011), (del Rey, 2016), (Martín, 2013). En un primer momento, se explica por un cambio en los hábitos de alimentación con una mayor presencia del consumo extradoméstico. Posteriormente, se produce un descenso en el consumo que se desarrollaba principalmente en los establecimientos de restauración vinculado básicamente al empeoramiento de la coyuntura económica). Recientemente, se observa una estabilización en el mercado interno tanto en el consumo de los hogares como en la demanda extradoméstica que coincide con una mayor internacionalización del sector del vino (tanto en exportaciones como en importaciones).

Con las cifras del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA, 2019) y la metodología del *Anuario Alimentación en España 2019* (Mercasa, 2019), se puede cuantificar que, durante el año

2018, los hogares españoles consumieron 381,1 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.114,2 millones de euros en estos productos (en términos per cápita, se llegó a 8,3 litros de consumo y 24,3 euros de gasto).

En la vertiente extradoméstica (que no incluye la demanda de turistas), el consumo de vino y derivados llegó a 202,6 millones de litros, que suponen 6,0 litros per cápita al año, mientras que el gasto total ascendió a 1.404,6 millones de euros, que significan 41,9 euros de gasto per cápita.

En definitiva, durante el último ejercicio se puede estimar para esta familia de bebidas un consumo total de 583,7 millones de litros y un gasto total de 2.518,7 millones de euros (en términos per cápita, el resultado es de 14,3 litros y 66,2 euros).

Sobre esta base, este trabajo detalla ambas vertientes del mercado del vino

en España ofreciendo un desglose detallado para las distintas variedades de producto que componen esta familia de bebidas y analizando las diferencias de demanda conforme a las características de los hogares.

### CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES. SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 381,1 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.114,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 8,3 litros de consumo y 24,3 euros de gasto (MAPA, 2019).

En el hogar, el consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,5 litros por persona y año), seguido de los vinos tranquilos (3,0 litros per cápita), y de



# Denominación de origen

Elige Calidad, elige etiquetas de seguridad



Real Casa de la Moneda  
Fábrica Nacional de Moneda y Timbre

Departamento de Ventas  
Tel.: 91 566 65 64 - [www.fnmt.es](http://www.fnmt.es)



los espumosos, con 0,5 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 53,1%, con un total de 12,9 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 18,9% y un total de 4,6 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 11,1% del gasto con un total de 2,7 euros per cápita al año.

El cuadro 1 ofrece un detalle minucioso para los distintos tipos de vino ofreciendo un desglose del consumo y del gasto tanto en cifras totales como en datos per cápita.

Por otra parte, parece oportuno repasar la evolución reciente de la demanda de vino durante los últimos ejercicios para poder comparar con los datos del año 2018. Así pues, durante los últimos cinco años, el consumo de vinos ha descendido 0,6 litros por persona aunque el gasto ha aumentado 1,4 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2016 (9,1 litros), al igual que el mayor gasto (24,9 euros por consumidor). El gráfico 1 detalla esta evolución de la demanda del vino en los hogares españoles.

El gráfico 2 amplía el estudio para distintos tipos de vino. En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido distinta para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de vinos con DO/IGP ha aumentado pero, por el contrario, en espumosos y vinos sin DO/IGP se ha producido una reducción.

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA DE VINO POR TIPOLOGÍA DE HOGARES

Como se apuntaba anteriormente, la demanda media de vino en el hogar alcanzó los 8,3 litros per cápita durante el año 2018. No obstante, el consumo de vinos presenta distintas particularidades de acuerdo a la conformación de los hogares. Así, el gráfico 3 cuantifica las desviaciones con respecto a la media atendiendo a distintas variables socioeconómicas que sirven para clasificar a los hogares

CUADRO 1

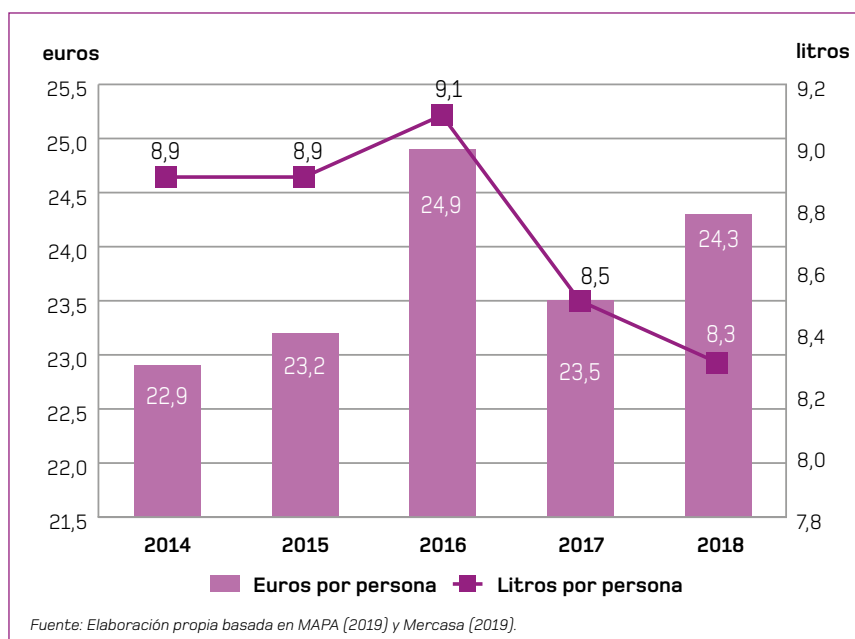
### Consumo y gasto en vino de los hogares, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
<b>TOTAL VINOS Y DERIVADOS</b>	381,1	8,3	1.114,2	24,3
<b>VINOS TRANQUILOS</b>	136,9	3,0	588,7	12,9
<b>NACIONAL</b>	135,9	3,0	584,9	12,8
<b>EXTRANJERO</b>	1,0	0,0	3,8	0,1
<b>TINTO</b>	100,2	2,2	438,5	9,6
<b>BLANCO</b>	30,5	0,7	130,8	2,9
<b>ROSADO</b>	6,1	0,1	19,3	0,4
<b>ESPUMOSOS</b>	23,8	0,5	125,6	2,7
<b>VINOS DE AGUJA</b>	5,0	0,1	14,8	0,3
<b>VINO SIN DO / IGP</b>	158,9	3,5	209,2	4,6
<b>NACIONAL</b>	137,3	3,0	181,4	4,0
<b>EXTRANJERO</b>	2,6	0,1	8,2	0,2
<b>OTROS VINOS</b>	19,1	0,4	20,2	0,4
<b>VINO TINTO</b>	86,7	1,9	115,1	2,5
<b>VINO BLANCO</b>	62,5	1,4	79,5	1,7
<b>VINO ROSADO</b>	9,7	0,2	14,5	0,3
<b>VINO CON IGP</b>	22,5	0,5	52,5	1,1
<b>OTROS VINOS SIN DO / IGP</b>	2,3	0,0	11,3	0,2

Fuente: Elaboración propia basada en MAPA (2019) y Mercasa (2019).

GRÁFICO 1

### Evolución del consumo y del gasto de los hogares en vino, 2014-2018



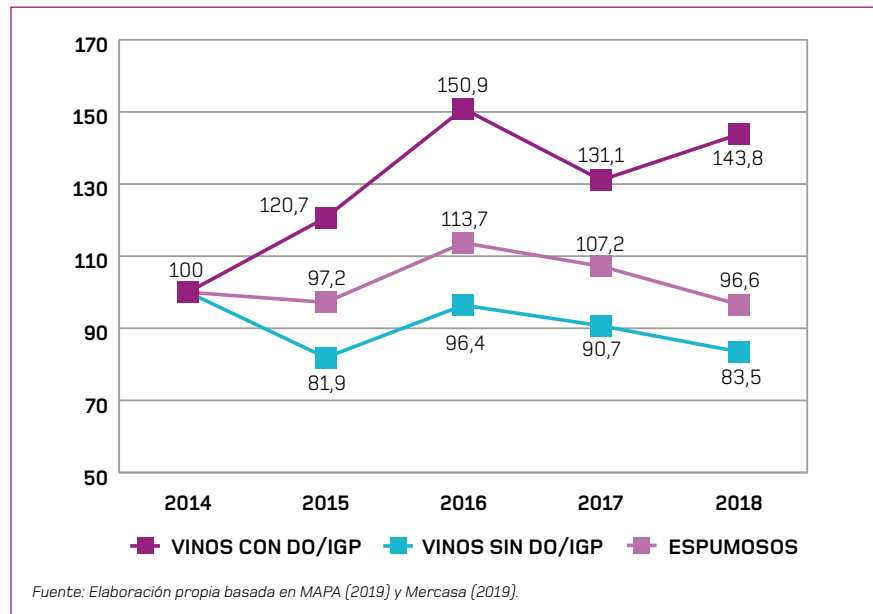
Fuente: Elaboración propia basada en MAPA (2019) y Mercasa (2019).

consumidores. Las conclusiones más relevantes son las siguientes:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado de vino (22,3%), mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido (-12,2%).
- Los hogares con niños de 6 a 16 años consumen más cantidad de vinos (0,2%), mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años (-70,7%).
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de vinos es superior (27,0%).
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado (92,0%), mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares

GRÁFICO 2

**Evolución del consumo de los hogares por tipos de vino (2014=100), 2014-2018**



## ¿ QUIERE DISFRUTAR COMO NUNCA ? ENTRE EN EL MUNDO DE CANALS & MUNNE

Un mundo lleno de sabores, sensaciones, de felicidad, alegría, de ilusión y un sin fin de placeres que convierten cualquier momento del día en algo único, excepcional, despertando los mejores sentimientos.

Con CANALS & MUNNÉ cada día es una fiesta.

### VINOS QUE DESPIERTAN LOS SENTIDOS

Blancos, Tintos y Rosados. Elegantes, bien estructurados, que satisfacen por su equilibrio y plenitud. Muy agradables. Todo un placer para los sentidos.

### CAVAS QUE ENAMORAN, CAPACES DE EMOCIONAR. ¡GUAU QUE CAVAS!

Gran Duc, 1915 by C&M, Reserva de l'Avi, ADN Canals, Rosé Lola, Insignia Gran Reserva, Insuperable, Dionysus brut nature ecológico. 8 Cavas Reserva y Gran Reserva con reconocidos premios nacionales e internacionales.

### GRAN DUC, TU PRÓXIMA AVENTURA

El cava estrella de la bodega. Un cava artesanal que nunca defrauda. 60 meses en bodega. De añadas excepcionales y la experiencia de varias generaciones. Brut Nature Gran Reserva Especial. Se presenta con elegante estuche individual.

### VISITA ENOLÓGICA GUIADA Y COMENTADA

Que le permitirá descubrir más de 100 años de historia con Degustación de un cava Reserva y Gran Reserva, con Pica-Pica, Comida típica catalana en el Gran Centro de Ocio pudiendo disfrutar de sus famosas Calçotadas, Xatonadas, Cargoladas, Menú Marinero, Menú de Setas, y/o paquete Excursión al País del Cava. Una propuesta diferente para cada estación del año

### DIONYSUS CAVA ECOLÓGICO

Un cava respetuoso con la tierra, el medioambiente, más saludable y con máximos niveles de calidad. Su producción orgánica ha sido certificada y garantizada por CCPAE. Un cava socialmente responsable.

**¡NO SE LA PIERDA. ÚNASE A LA FIESTA DE CANALS & MUNNÉ.  
NO SE ARREPENTIRÁ!**

CANALS & MUNNÉ LAS MEJORES BURBUJAS DE ESTAS NAVIDADES

[www.canalsimunne.com](http://www.canalsimunne.com)

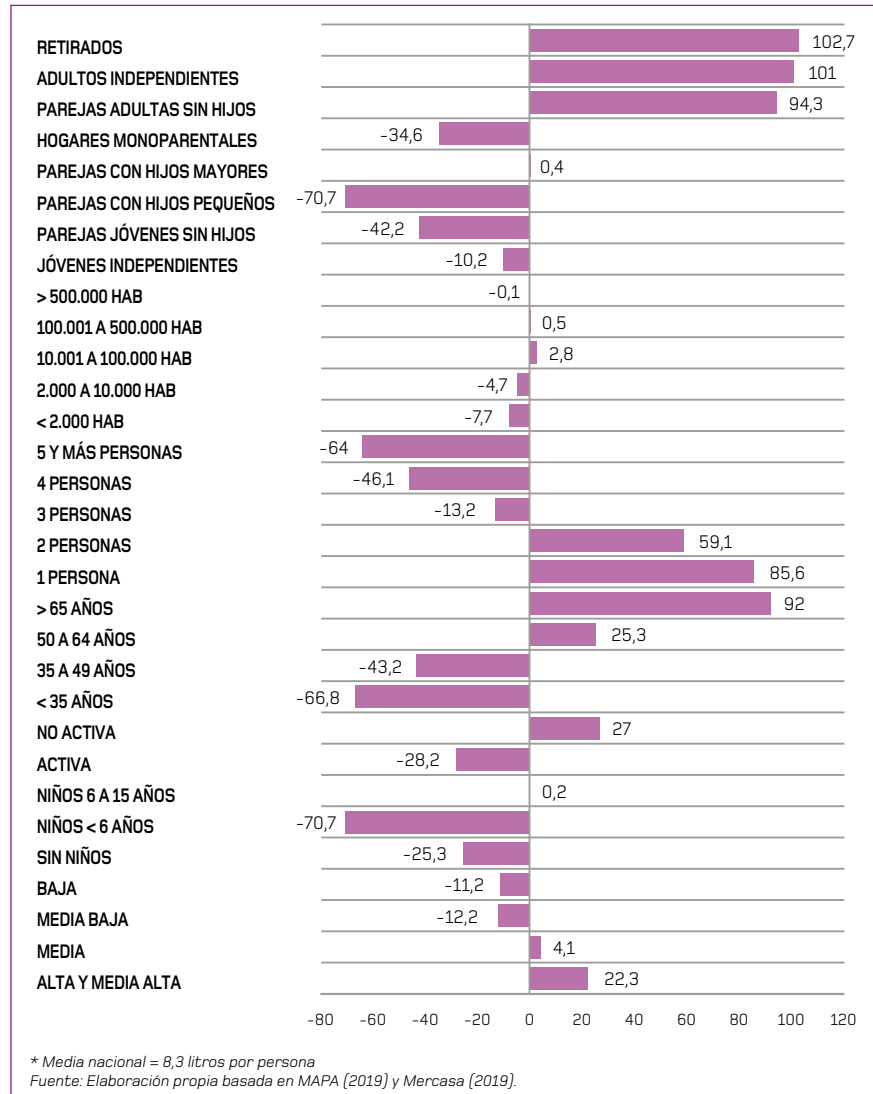


res donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años (-66,8%).

- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino (85,6%), mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de vinos (2,8%), mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes (-7,7%).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos (94,3%), adultos independientes (101,0%), parejas con hijos mayores (0,4%) y retirados (102,7%), mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños (-70,7%), los jóvenes independientes (-10,2%), las parejas jóvenes sin hijos (-42,2%), y en los hogares monoparentales (-34,6%).
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Asturias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Navarra y Extremadura. El cuadro 2 sirve de resumen para co-

GRÁFICO 3

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



CUADRO 2

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

	VINOS CON DOP	VINOS CON IGP	VINOS SIN DOP/IGP	ESPUMOSOS Y CAVAS
CATALUÑA	5,4	0,7	5,2	1,2
ARAGON	3,2	0,2	2,3	0,5
BALEARES	8,2	0,6	2,7	0,7
C. VALENCIANA	3,6	0,2	2,6	0,6
REGIÓN DE MURCIA	2,4	0,5	3,2	0,3
ANDALUCIA	3,3	0,5	3,2	0,4
COMUNIDAD DE MADRID	3,8	0,4	2,7	0,4
CASTILLA-LA MANCHA	1,7	0,5	3,8	0,2
EXTREMADURA	1,6	0,5	3,4	0,3
CASTILLA Y LEON	2,3	0,5	4,2	0,4
GALICIA	3,9	0,4	5,3	0,2
ASTURIAS	5,6	0,6	4,9	0,4
CANTABRIA	5,8	0,9	1,5	0,5
PAIS VASCO	4,8	0,6	2,9	0,7
LA RIOJA	2,1	0,1	2,6	0,4
NAVARRA	3,2	0,1	1,8	0,4
CANARIAS	4,7	0,9	1,8	0,2
<b>MEDIA ESPAÑA</b>	<b>3,9</b>	<b>0,5</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>

Fuente: Elaboración propia basada en MAPA (2019) y Mercasa (2019).

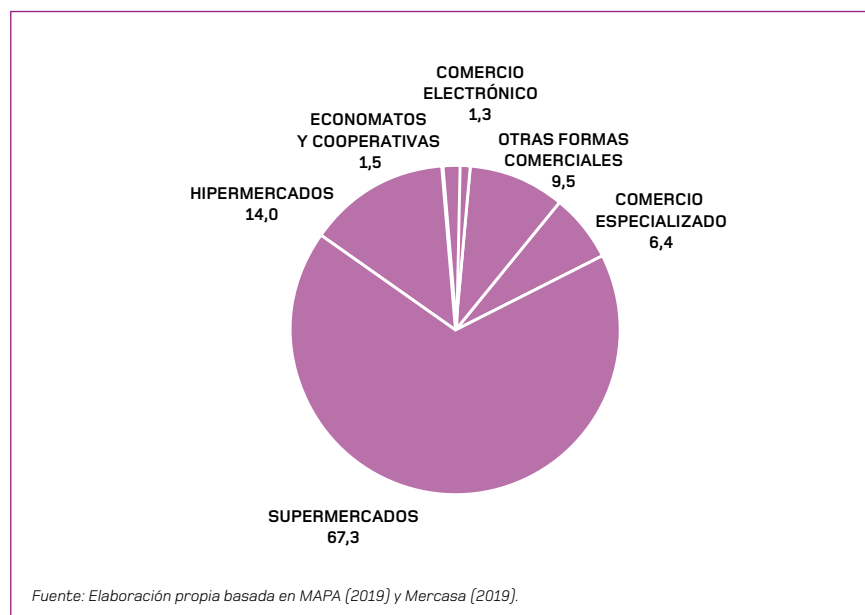
nocer las diferencias geográficas en la demanda de los hogares en los distintos tipos de vino.

En 2018, los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (67,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,0%. Los establecimientos especializados representan el 6,4%, los economatos y cooperativas el 1,5%, el comercio electrónico el 1,3% y otras formas comerciales aglutinan el 9,5% restante.

Existen algunas particularidades en las cuotas de distribución por tipos de vino. Así, por ejemplo, los supermercados cuentan con una cuota del 73,1% en los vinos con DO pero sólo una cuota del 38,8% en los vinos con IGP. Los hipermercados, por el contrario, consiguen su mayor participación en vinos con IGP llegando al 27,2%. Los establecimientos especializados cuentan con la mayor cuota en los vinos con IGP pero desciende su participación en los vinos con DO. Finalmente, en cuanto al comercio electrónico, se advierte que la participación más elevada está en los vinos con DO (1,5%).

GRÁFICO 4

**Cuota de mercado en la comercialización de vino por formatos para hogares (%), 2018**



**CONSUMO Y GASTO EN VINO FUERA DEL HOGAR. SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN**

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de vino y derivados fue de 202,6 millones de litros, que suponen 6,0 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.404,6 millones de euros, que suponen 41,9 euros de gasto per cápita. Estas cifras no recogen la demanda realizada por turistas puesto que se ciñen al consumo de residentes en España.

Las consumiciones de vino y derivados llegan a 457,9 millones -de forma concreta, 23 por persona-. Durante el último año, un 58,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado vino y derivados en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de vino tinto que supone un 47,1% del

CUADRO 3

**Consumo extradoméstico en vino y derivados, 2018**

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
<b>TOTAL BEBIDAS DE VINO</b>	202,6	6,0	1.404,6	41,9	457,9	23,2	58,9
<b>VINO</b>	149,4	4,5	1.154,3	34,4	366,4	21,4	50,9
<b>TINTO</b>	95,4	2,8	704,6	21,0	225,9	15,8	42,5
<b>BLANCO</b>	41,4	1,2	348,3	10,4	115,3	11,2	30,6
<b>ROSADO</b>	11,2	0,3	92,5	2,8	21,3	6,2	10,2
<b>RESTO VINO</b>	1,4	0,0	8,9	0,3	3,9	2,6	4,6
<b>CAVA</b>	9,8	0,3	82,5	2,5	15,9	4,3	10,9
<b>OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DEL VINO</b>	43,4	1,3	167,7	5,0	75,6	7,8	29,0
<b>TINTO DE VERANO</b>	34,2	1,0	129,3	3,9	61,7	8,1	22,6
<b>SANGRIA DE VINO</b>	6,0	0,2	18,4	0,5	7,6	2,8	7,9
<b>SANGRIA DE CAVA</b>	1,4	0,0	8,4	0,3	1,7	2,2	2,3
<b>CALIMOCHO</b>	1,8	0,1	11,6	0,3	4,7	7,2	1,9

Fuente: Elaboración propia basada en MAPA (2019) y Mercasa (2019).

consumo total, un 50,2% del valor total y un 49,3% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

En cuanto a la evolución, durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de vino y derivados ha descendido un -5,0% (de 213,2 millones de litros en 2017 a 202,6 millones de litros en 2018).

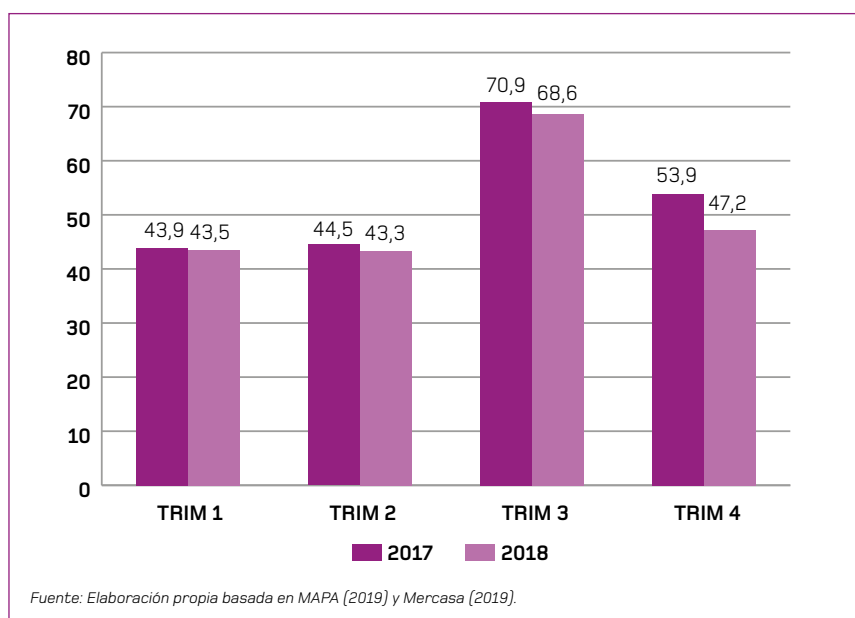
El gráfico 5, atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de vino y derivados, indica que el trimestre tercero tiene la mayor demanda de este producto mientras que el segundo trimestre cuenta con el consumo más reducido.

**DIFERENCIAS EN LA DEMANDA EXTRADOMÉSTICA DE VINO**

El consumo extradoméstico de vino y derivados alcanza los 6,0 litros per cápita tal y como se cuantificaba con anterioridad. Sin embargo, existen notables diferencias en la demanda en función de características socioeconómicas de los consumidores. El gráfico 6 resume las principales desviaciones con respecto al consumo medio extradoméstico y, en consecuencia, destacan las siguientes conclusiones:

GRÁFICO 5

**Evolución del consumo extradoméstico en vino y derivados, 2017-2018 (Millones de litros)**



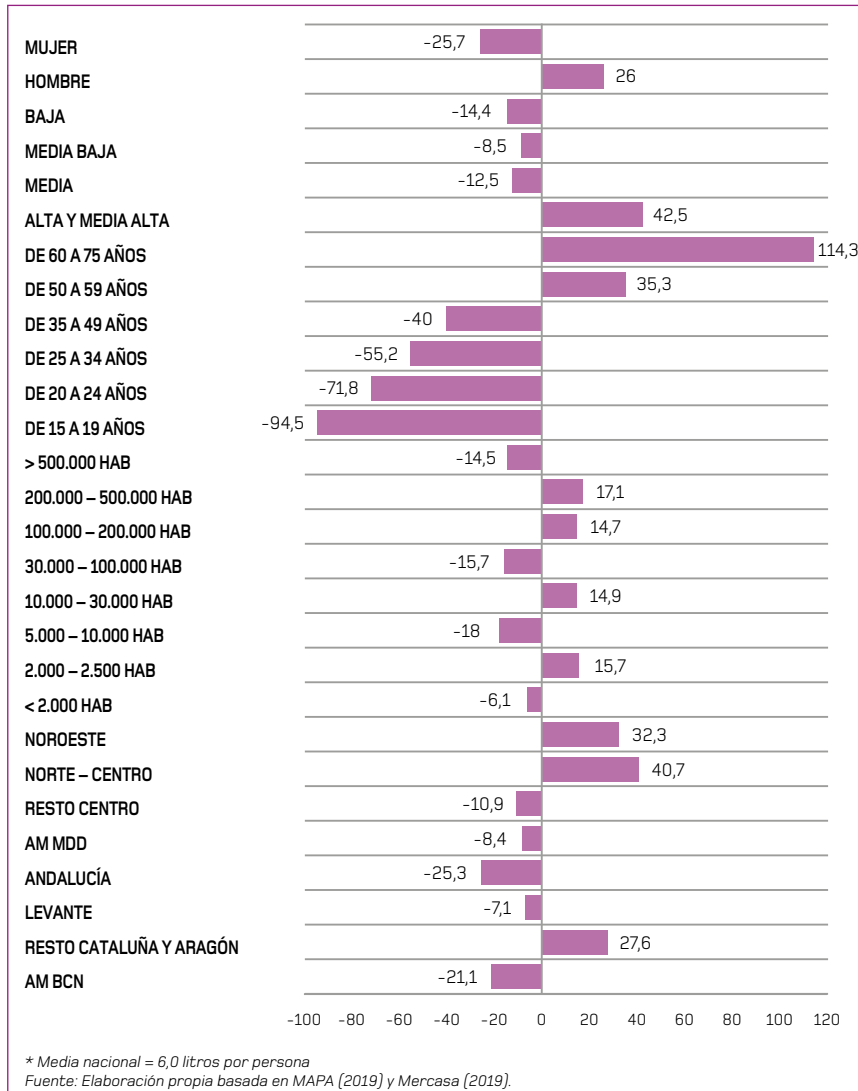
Fuente: Elaboración propia basada en MAPA (2019) y Mercasa (2019).

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de vino y derivados en hombres (26,0%).
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media

alta tienen un consumo superior de vino y derivados fuera del hogar (42,5%) mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja (-14,4%).

GRÁFICO 6

**Desviaciones en el consumo extradoméstico de vino y derivados con respecto a la media nacional [%]\***



- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de vino y derivados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años (114,3%) mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años (-94,5%).
- El hábitat de residencia del consumidor de vino y derivados no ofrece un patrón claro para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan con independencia del incremento del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes (17,1%) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 5.000 a 10.000 habitantes (-18,0%).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste (32,3%), Norte-centro (40,7%) y Resto de Cataluña y Aragón (27,6%), mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Andalucía (-25,3%) y área metropolitana de Madrid (-8,4%), Resto Centro (-10,8%), Levante (-7,1%) y área metropolitana de Barcelona (-21,1%). ■

**Referencias bibliográficas**

- DEL REY, R. (2016): “El vino español, cada vez más internacional”, *Distribución y Consumo*, nº 144, p 42-50.
- DEL REY, R. (2011): “La distribución del vino en España”, *Distribución y Consumo*, nº 120, p 60-68.
- MAPA (2019): *Informe del consumo alimentario en España 2018*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid. Disponible en [https://www.mapa.gob.es/images/es/20190807\\_informedeconsumo2018pdf\\_tcm30-512256.pdf](https://www.mapa.gob.es/images/es/20190807_informedeconsumo2018pdf_tcm30-512256.pdf), consultado el 14/10/2019.
- MARTIN, V.J. (2013): “Consumo de vino en España”, *Distribución y Consumo*, nº 127, p 54-59.
- 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 (2019): *Alimentación en España 2019. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.

