

# Estimación del consumo de vino en España

Estudio para la Interprofesional del Vino de España  
Observatorio Español del Mercado del Vino

Este estudio para la Interprofesional del Vino de España, ha sido realizado por el Observatorio Español del Mercado del Vino durante el año 2019 y reúne cifras referidas al ejercicio 2018.

Reúne datos estadísticos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), así como de la empresa de mercados Nielsen, que ha desarrollado, en particular, la parte referida a vinotecas. Junto a la recopilación global sobre el consumo de vino en España, el OeMv ha realizado, a lo largo de 2019, trabajos específicos sobre clubs de vino, ventas de vino on line desde empresas distintas de los grandes distribuidores y autoconsumos y ventas directas desde bodega.

# Esquema:

- Lo que buscamos
- Lo que tenemos
- Lo que descubrimos
- Conclusiones: el consumo de vino en España y entre los españoles
- Recomendaciones

## **¿Cuánto vino se consume de verdad en España?**

¿Dónde? → canales

¿Cómo? → características

Evolución?

## **¿Por qué lo buscamos?**

Saber lo que se consume

Saber si lo que hacemos lo mejora

# Qué queremos saber?

a) Desarrollamos 4 proyectos dentro del proyecto general para un mejor conocimiento del consumo de vino en España a través de sus distintos canales

- a) Clubs de vinos
- b) Ventas on line (no retail)
- c) Autoconsumos
- d) Marco general

A sumar a:

- los estudios específicos encomendados a Nielsen sobre
  - Canal especialista
  - Vinotecas y tiendas gourmet
- Resto de información disponible sobre consumo de vino en España

b) En el caso concreto de este análisis global:

- a) Recopilamos las estimaciones de consumo en los otros canales
- b) Añadimos algún factor más de consumo (Canarias)
- c) Segregamos el consumo de vino en España entre residentes y una estimación del que puede darse en turistas
- d) Deducimos conclusiones del análisis global... y sus lagunas
- e) Y ofrecemos recomendaciones para un mejor seguimiento futuro de la realidad del consumo de vino en España

# Esquema global

Donde se consume?

Hogar

HoReCa

Cómo llega?

El vino en España, como en todo el mundo, se consume dentro de casa o fuera.

Pero ...

# Esquema global

Dónde se consume?

Cómo llega?



1. Cuál es la estructura del mercado?
2. Cómo se caracteriza cada canal?
3. Cuál es la dimensión de cada uno (en valor y volumen?)
4. Qué tipo de vinos se venden a través de ellos?
5. Cuál es su futuro?

# Esquema global

Dónde se consume?

Hogar

HoReCa

Consideramos que el vino se consume generalmente en el hogar o fuera del hogar, considerando en este caso hostelería, restauración y catering (HoReCa).

La cuestión es cómo llega el vino a cada uno de esos puntos de consumo.

En el caso de HoReCa,

a) existe una distinción entre:

- i) Establecimientos permanentes
- ii) Establecimientos NO permanentes

no existiendo una estimación buena sobre el posible consumo en estos últimos.

b) Se considera de forma muy extendida que puede haber una parte de las ventas en bares, restaurantes y hoteles que no figure en estadísticas.



# Esquema global

Dónde se consume?

Hogar

HoReCa

Consideramos que el vino se consume generalmente en el hogar o fuera del hogar, considerando en este caso hostelería, restauración y catering (HoReCa).

La cuestión es cómo llega el vino a cada uno de esos puntos de consumo.

En el caso de hogares,

- a) Lo más frecuente parece ser la compra en retail (tiendas, supermercados e hipermercados)
- b) No se incluye habitualmente Canarias
- c) No se incluye tienda especializada (vinos / gourmet)
- d) No se incluye el vino que compra el consumidor por internet fuera de retail
- e) No incluye la compra directa en bodega
- f) Ni los lotes o cestas de Navidad

# Esquema global

Dónde se consume?

Hogar

HoReCa

Consideramos que el vino se consume generalmente en el hogar o fuera del hogar, considerando en este caso hostelería, restauración y catering (HoReCa).

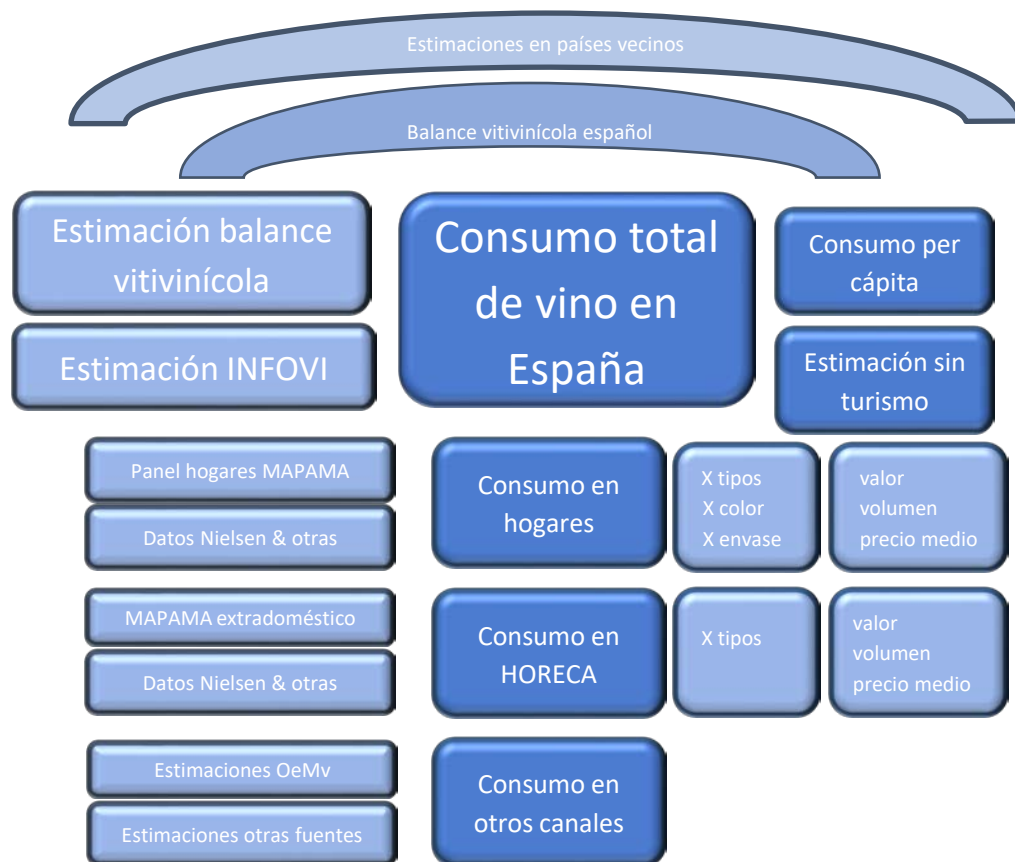
La cuestión es cómo llega el vino a cada uno de esos puntos de consumo.

Y, además, las cifras de consumo global en España pueden incluir el realizado tanto por españoles como por turistas,

- No tanto en las encuestas realizadas, donde se considera la nacionalidad
- Como en la estimación global de consumo aparente.

Por lo que de la cifra de consumo global hay que restar una estimación del consumo realizado por los turistas.

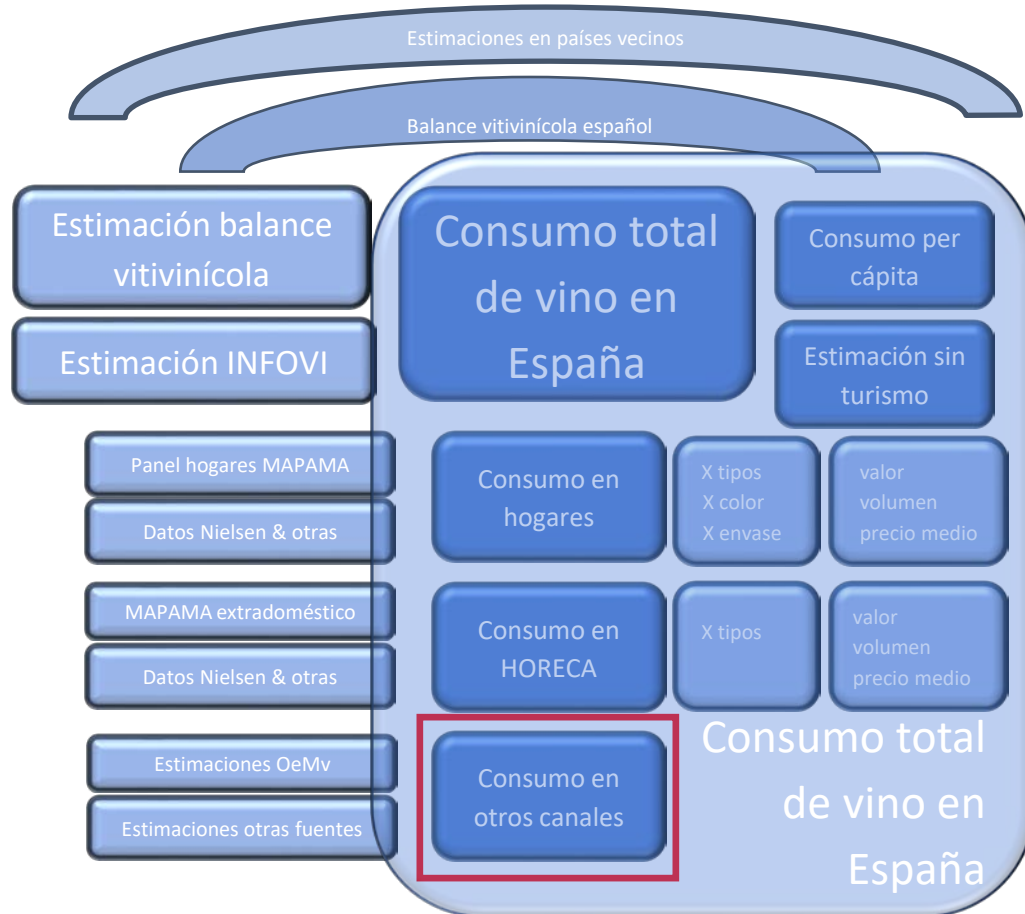
# Lo que sabemos:



## Sabemos:

- Que ningún país productor tiene un buen dato del consumo de vino
- Que, en España, tenemos algunas aproximaciones con visos de fiabilidad
  - Balance
  - INFOVI
- Que, dividido el consumo estimado por la población española, llegaríamos a una estimación del consumo per cápita
- Que el consumo de los españoles residentes, en un país donde el turismo es tan importante, puede deducirse haciendo una estimación del consumo de turistas equivalente (en permanencia, que no cantidad) a residentes
- Que las estimaciones del consumo “en hogares” o ventas en retail son razonablemente fiables
- Que las estimaciones en HoReCa son difíciles de obtener y posiblemente poco fiables
- Que, entre las estimaciones de consumo total y las de los dos principales canales queda aproximadamente un tercio del consumo, que desconocemos.

# Lo que sabemos:

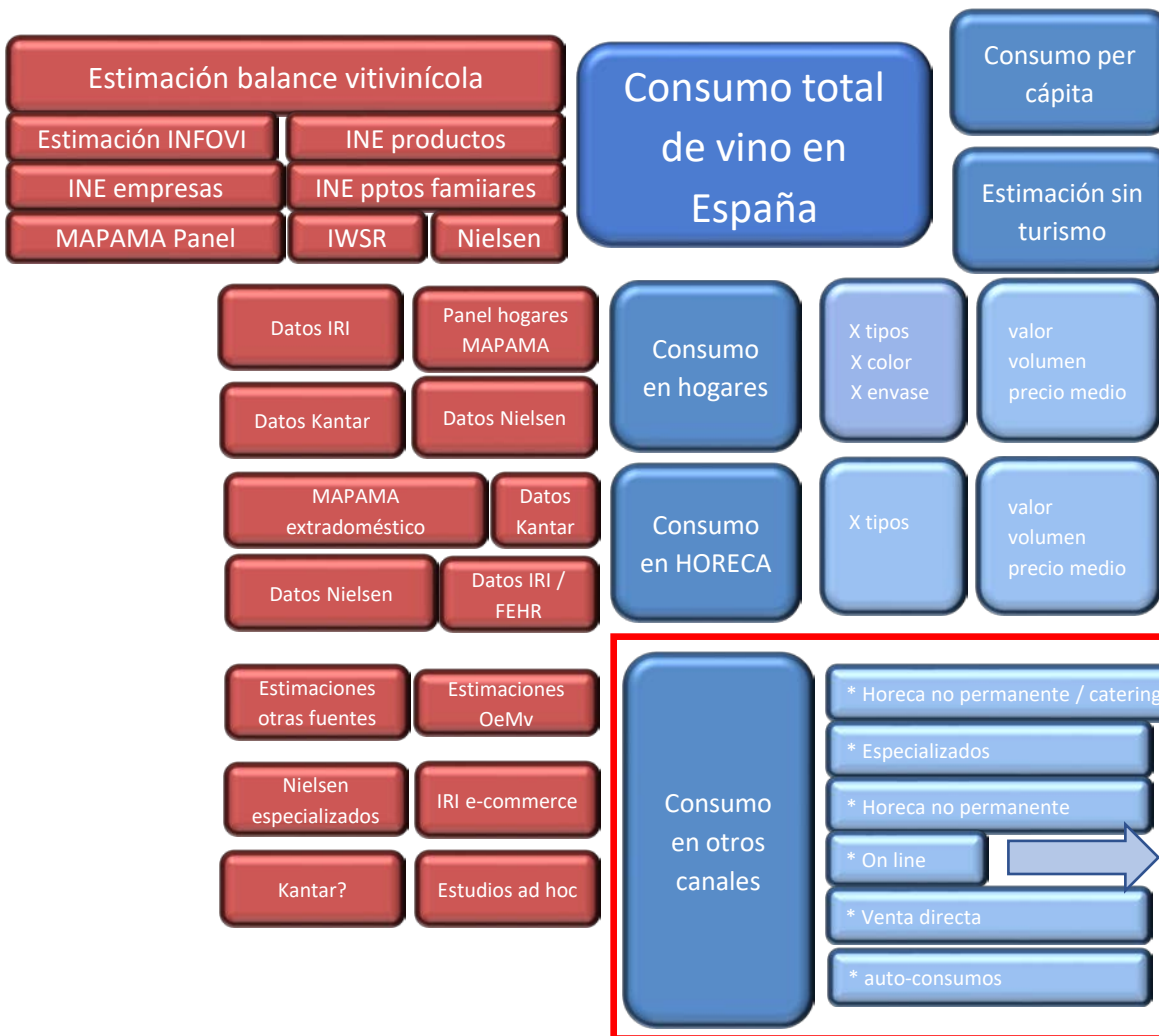


- Estimar razonablemente bien el tamaño de este “tercer canal”;
- Establecer sus componentes y características
- Describir a sus principales actores
- Estimar su evolución

SON LOS OBJETIVOS DEL TRABAJO

PARA COMPLETAR LA VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE VINO EN ESPAÑA

# Lo que sabemos:



Las fuentes son, en realidad, algo más numerosas:

- Para estimar el consumo total tenemos algo de INE y también IWSR
- Hay más fuentes para hogares / alimentación
- Poco más para HoReCa
- Y es en el “tercer canal” donde definimos más canales alternativos a analizar:
  - Tienda especializada
  - Catering
  - Horeca no permanente
  - On line, como instrumento para la venta en diferentes canales
  - Venta directa en bodega
  - Auto-consumos

Ordenar estos canales, estimar su volumen y caracterizarlos es el objetivo de este estudio

# Lo que sabemos:

Tenemos una estimación “razonable” del consumo de vino en España

- 1) Por estimación tradicional del balance vitivinícola
- 2) Por los datos recientes del INFOVI sobre existencias y otras salidas
- 3) Por los datos de IWSR

# Lo que sabemos:

Tenemos una estimación “razonable” del consumo de vino en España

- 1) Por estimación tradicional del balance vitivinícola
- 2) Por los datos recientes del INFOVI sobre existencias y otras salidas
- 3) Por los datos de IWSR



Estimamos como

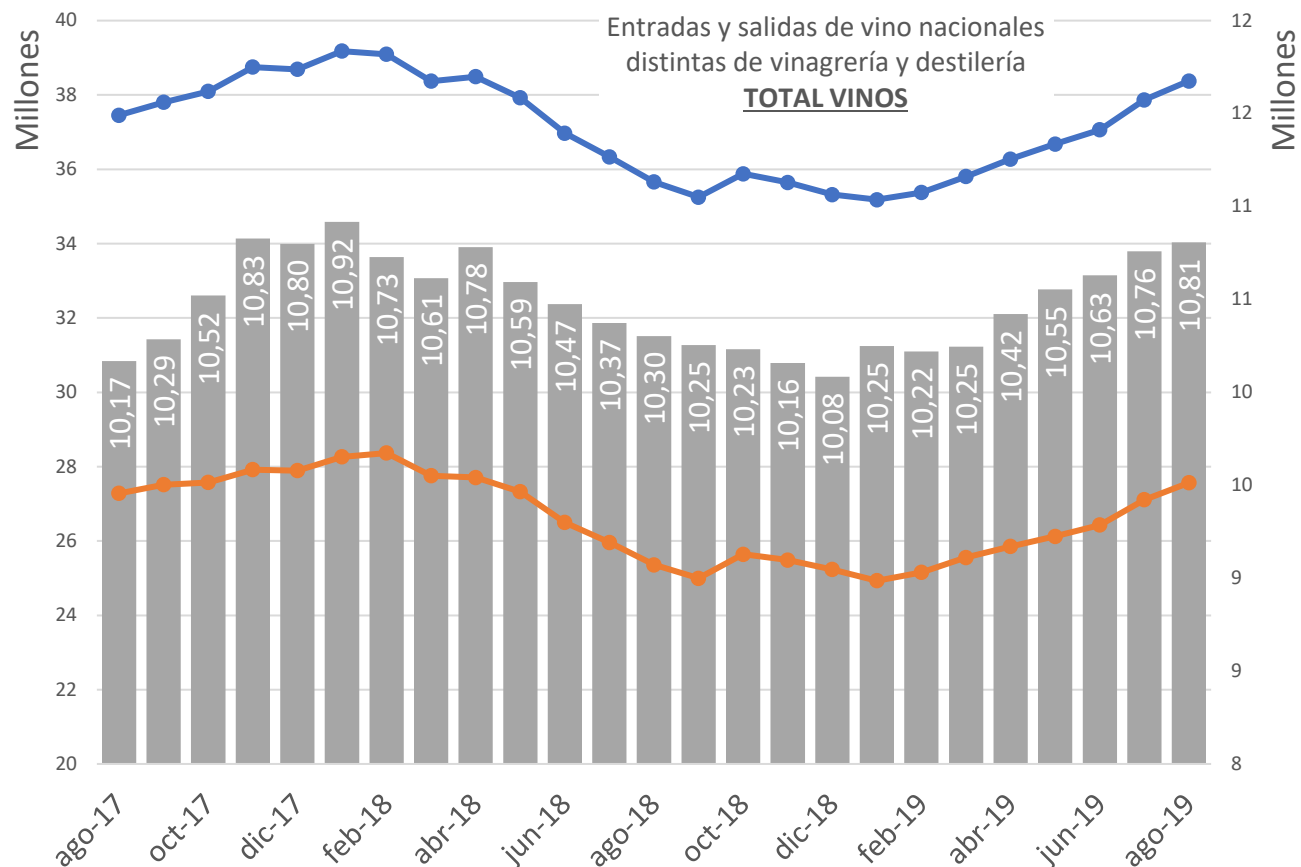
“consumo nacional”:

- Lo que habiéndose producido o tenido en existencias al principio de campaña
- Unido a las importaciones de la misma
- Ni ha ido a mosto
- Ni a destilaciones o usos industriales
- Ni a la exportación
- Ni figura ya en las existencias finales de campaña

# Lo que sabemos:

Tenemos una estimación “razonable” del consumo de vino en España

- 1) Por estimación tradicional del balance vitivinícola
- 2) Por los datos recientes del INFOVI sobre existencias y otras salidas
- 3) Por los datos de IWSR



Con los datos del INFOVI, disponemos de TAM desde agosto 2017 para entradas y salidas nacionales distintas de vinagrería y destilería.

Si comprobamos el total de salidas “netas” (salidas totales – entradas), la cifra de consumo nacional estimado es muy similar a la que daba el balance.

Con duda razonable sobre si la cifra más aproximada debería ser la de:

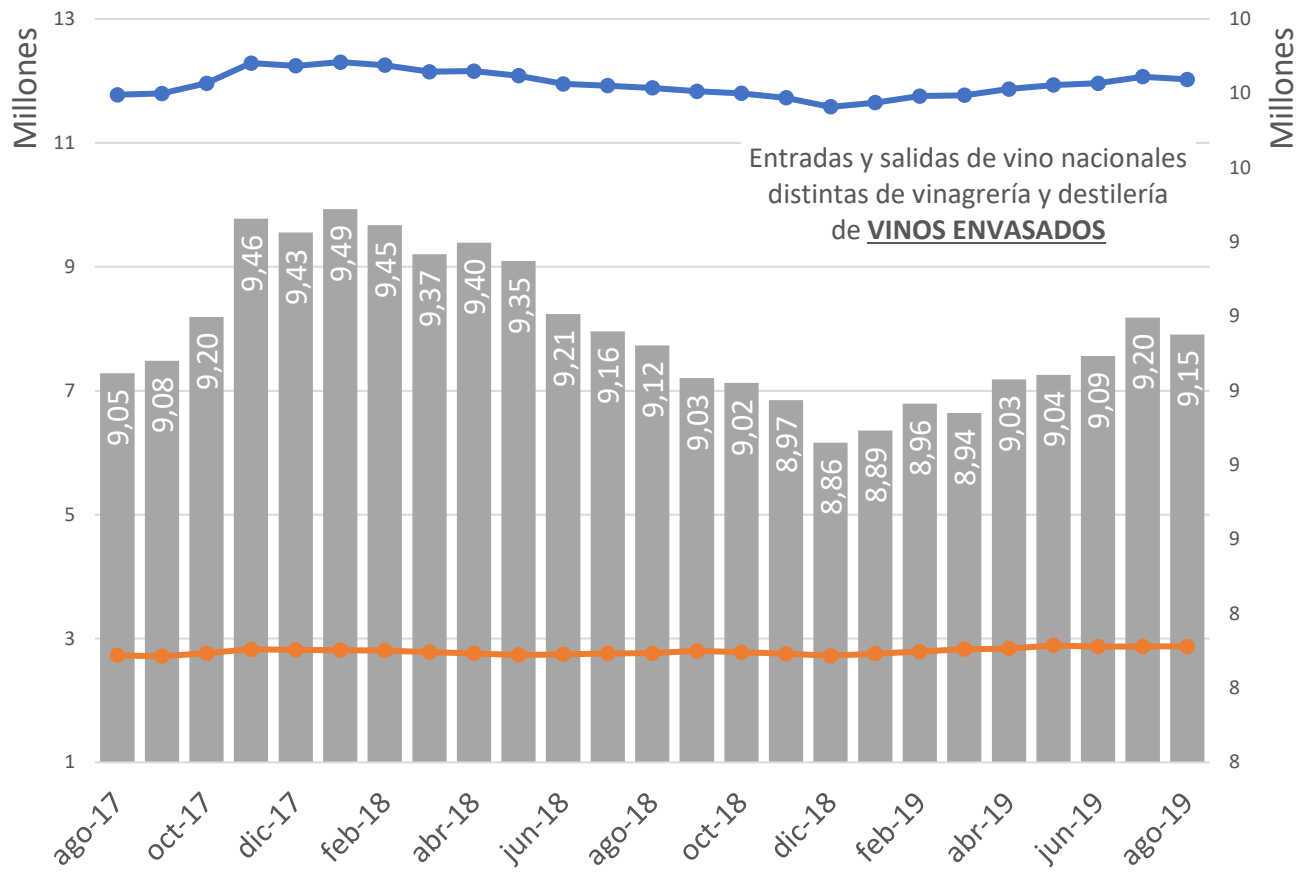
- 1) Salidas y entradas TOTALES o...



# Lo que sabemos:

Tenemos una estimación "razonable" del consumo de vino en España

- 1) Por estimación tradicional del balance vitivinícola
- 2) Por los datos recientes del INFOVI sobre existencias y otras salidas
- 3) Por los datos de IWSR



2) Salidas y entradas sólo de vinos ENVASADOS.

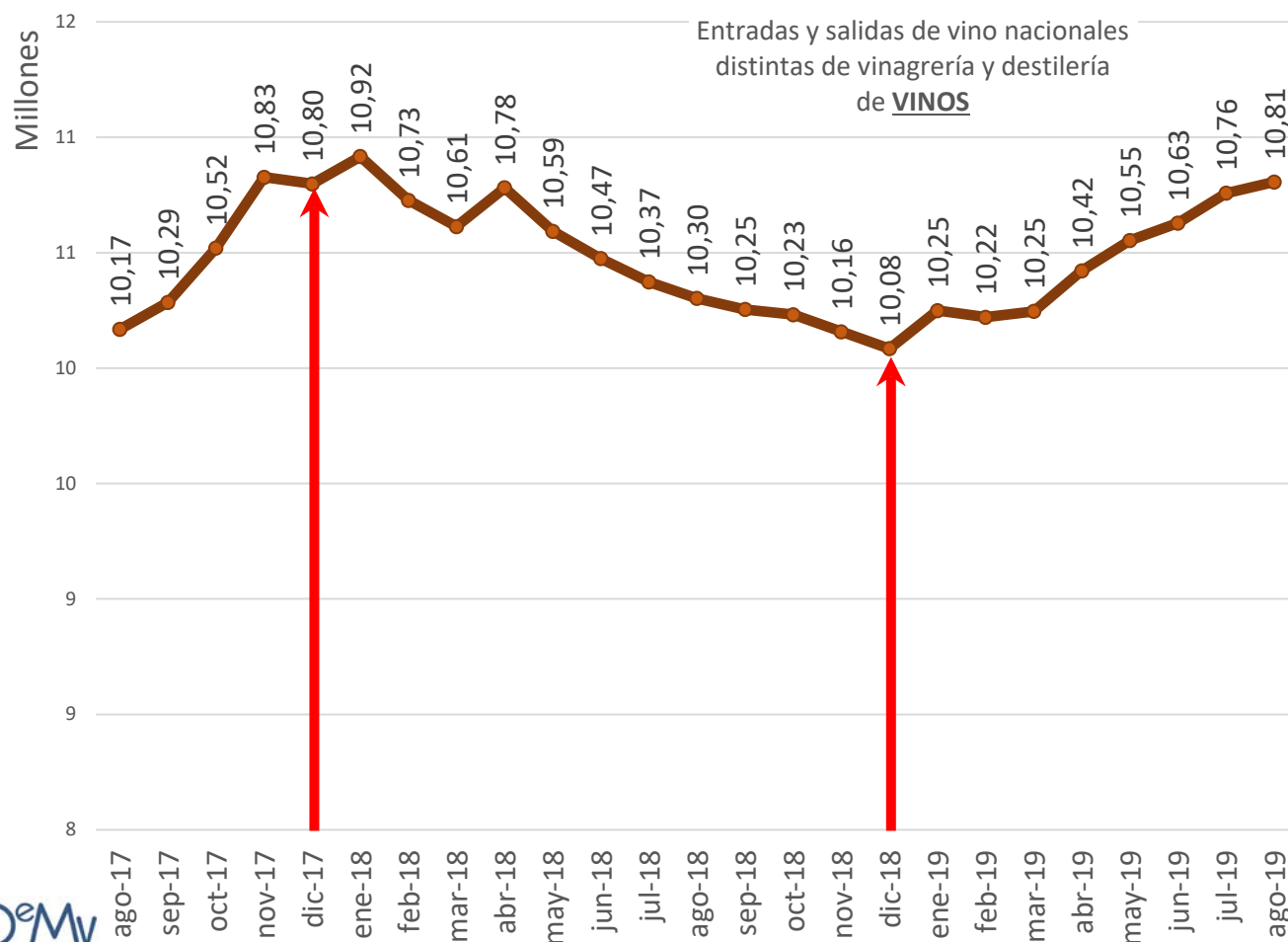
Dos estimaciones que evolucionan de forma muy parecida.

De las que, a priori, entendemos que interesa seguir de cerca la de diferencia entre salidas y entradas **totales**, considerando que existe un volumen importante de movimientos entre bodegas para envasado y distribución de una que recibe graneles de otra.

# Lo que sabemos:

Tenemos una estimación “razonable” del consumo de vino en España

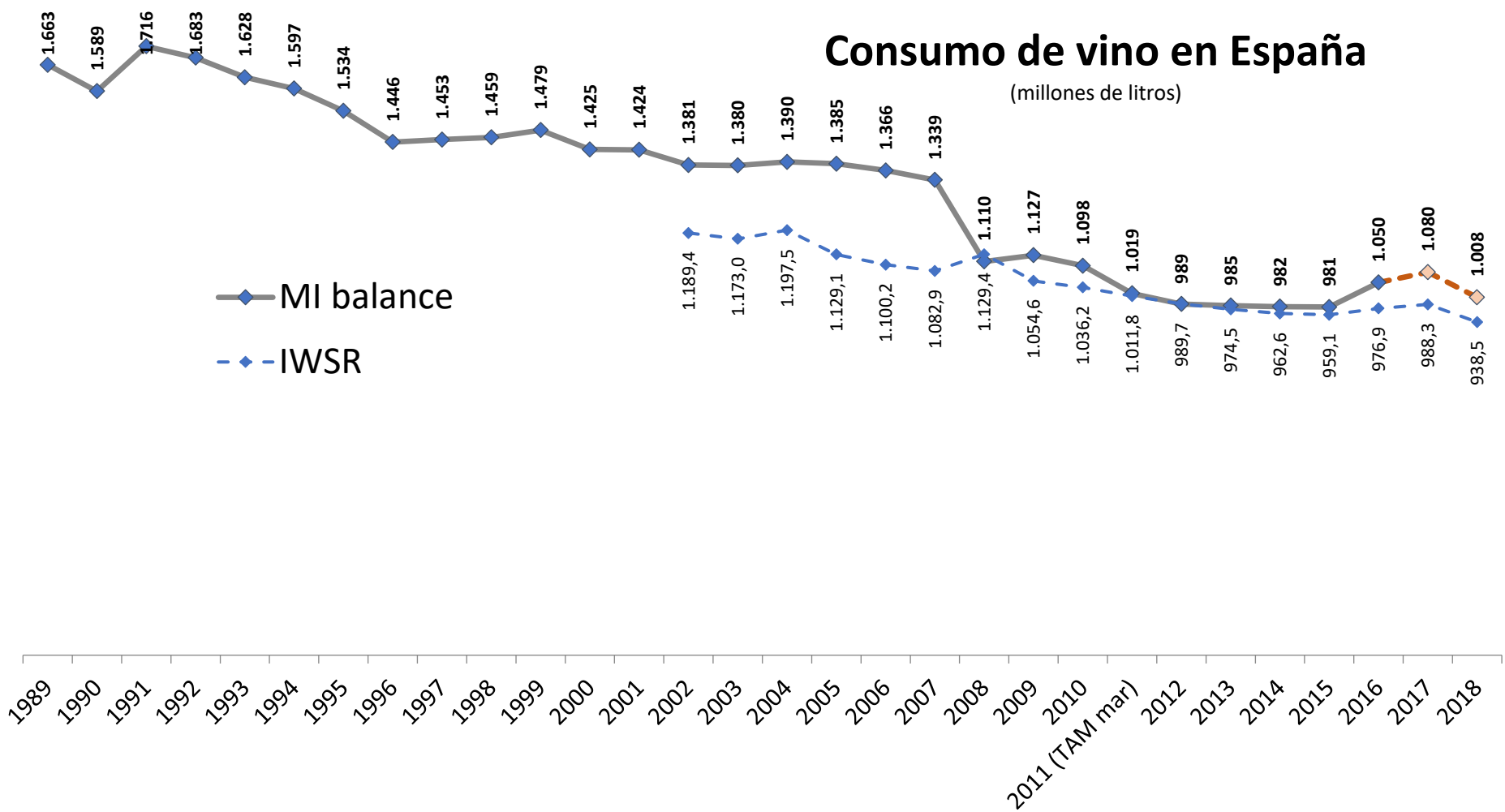
- 1) Por estimación tradicional del balance vitivinícola
- 2) Por los datos recientes del INFOVI sobre existencias y otras salidas
- 3) Por los datos de IWSR



Estimación (total entradas nacionales – total salidas nacionales de vino distintas de destilería y vinagrería) que podemos considerar una aproximación fiable a la realidad del consumo total de vino en España, sea de la forma que sea y sea donde sea que se consuma.

# Lo que sabemos:

Todos estos datos vienen a coincidir sobre cifras globales similares también de otras fuentes



# Lo que sabemos:

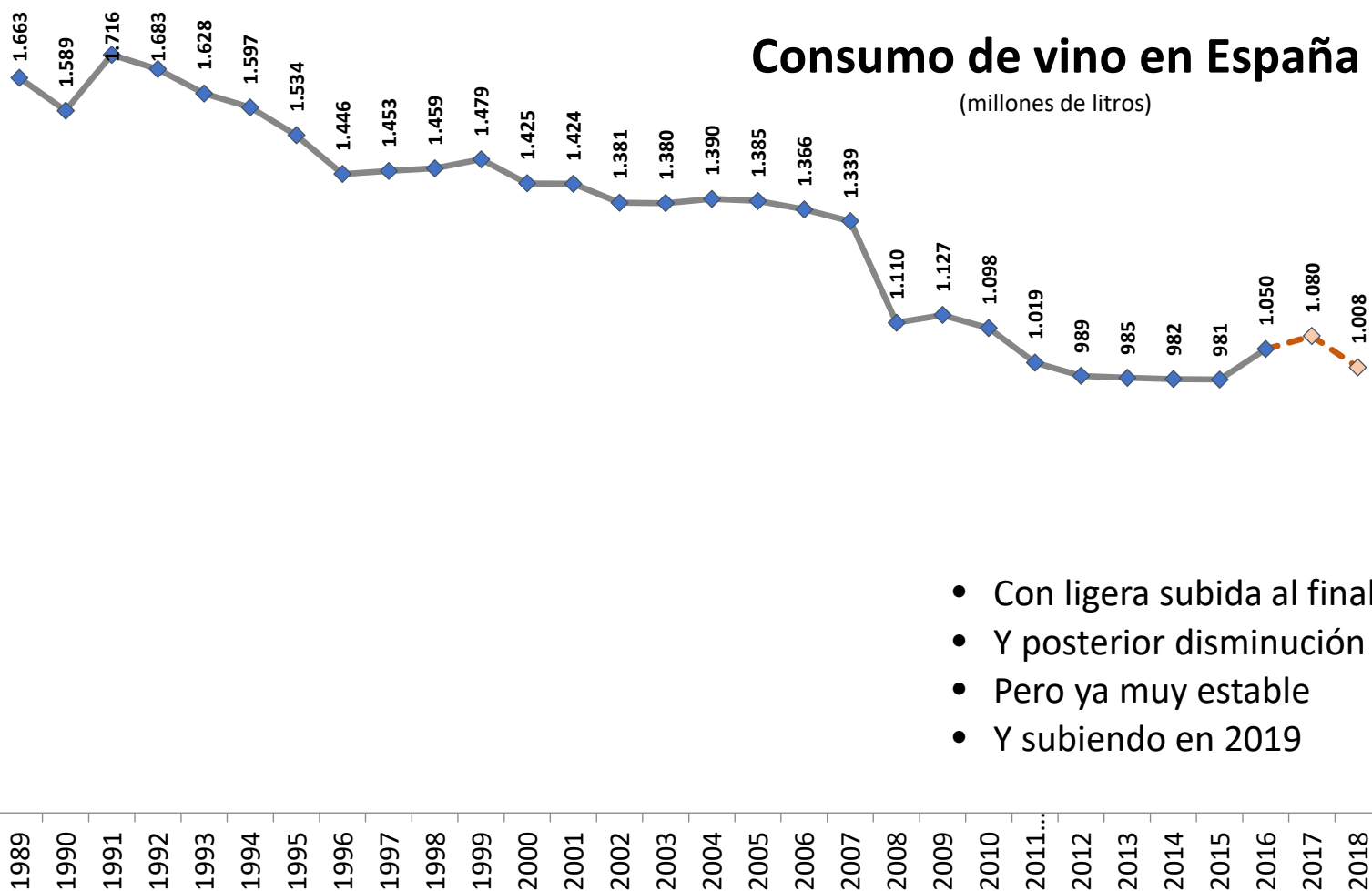
Con cualquiera de esas estimaciones, tenemos una aproximación fiable al TOTAL del consumo de vino en España

Un consumo total en España que:

- Ha descendido (como en otros países productores) profundamente en los últimos años
- Manteniéndose más estable en los más recientes

## Consumo de vino en España

(millones de litros)

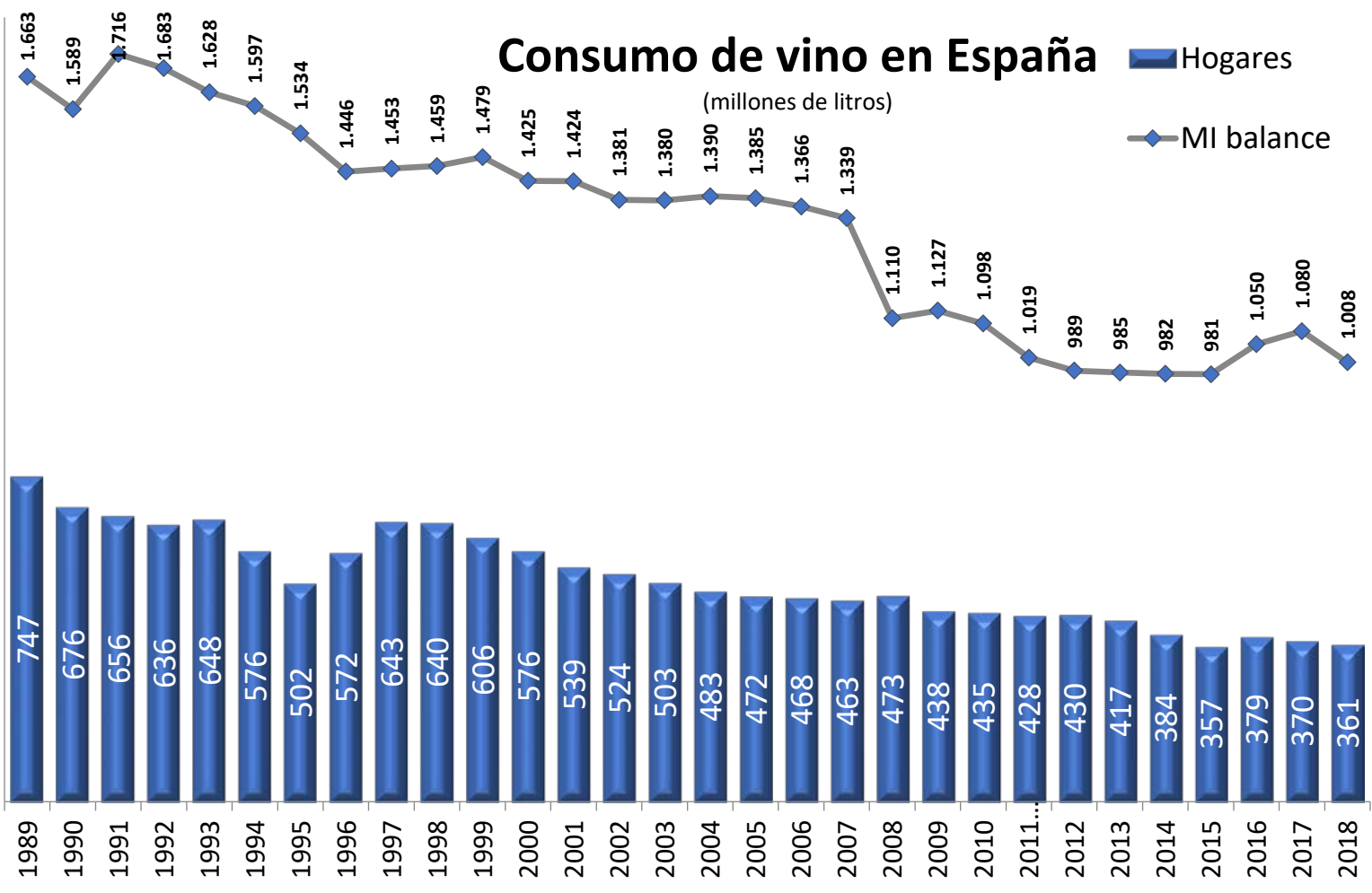


- Con ligera subida al final de la reciente crisis
- Y posterior disminución en 2018.
- Pero ya muy estable
- Y subiendo en 2019

# Lo que sabemos:

Pero, tenemos un problema:

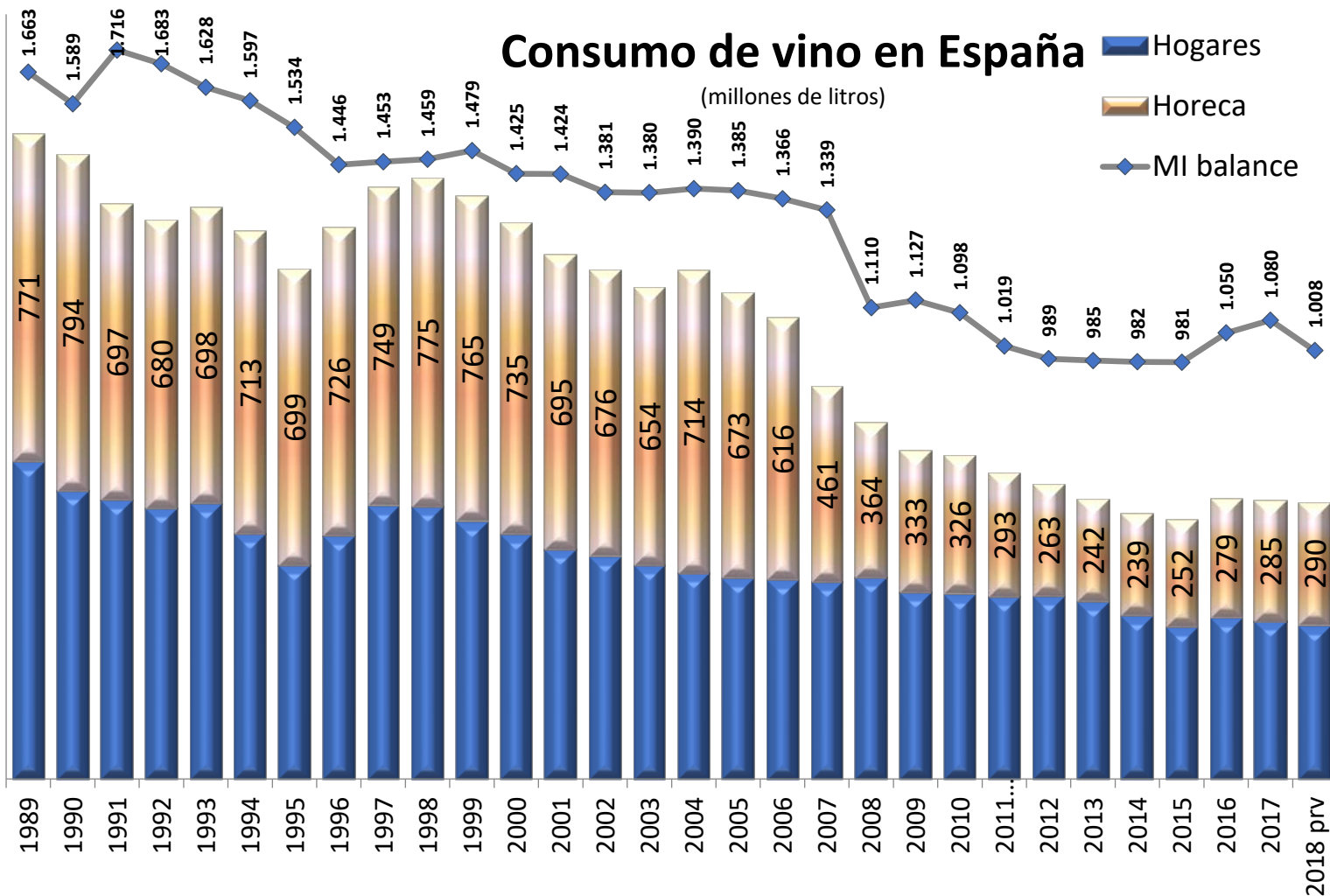
LOS DATOS NO CUADRAN.



Con un consumo en hogares

- En franco deterioro entre finales de los '80 y la crisis del 2008
- Con caídas más suaves entre 2008 y 2012
- Muy estable desde 2012 por debajo de los 1.000 MI
- Con repunte al final de la crisis
- Y dependencia actual de las cosechas
- Aunque razonablemente estable

# Lo que sabemos:



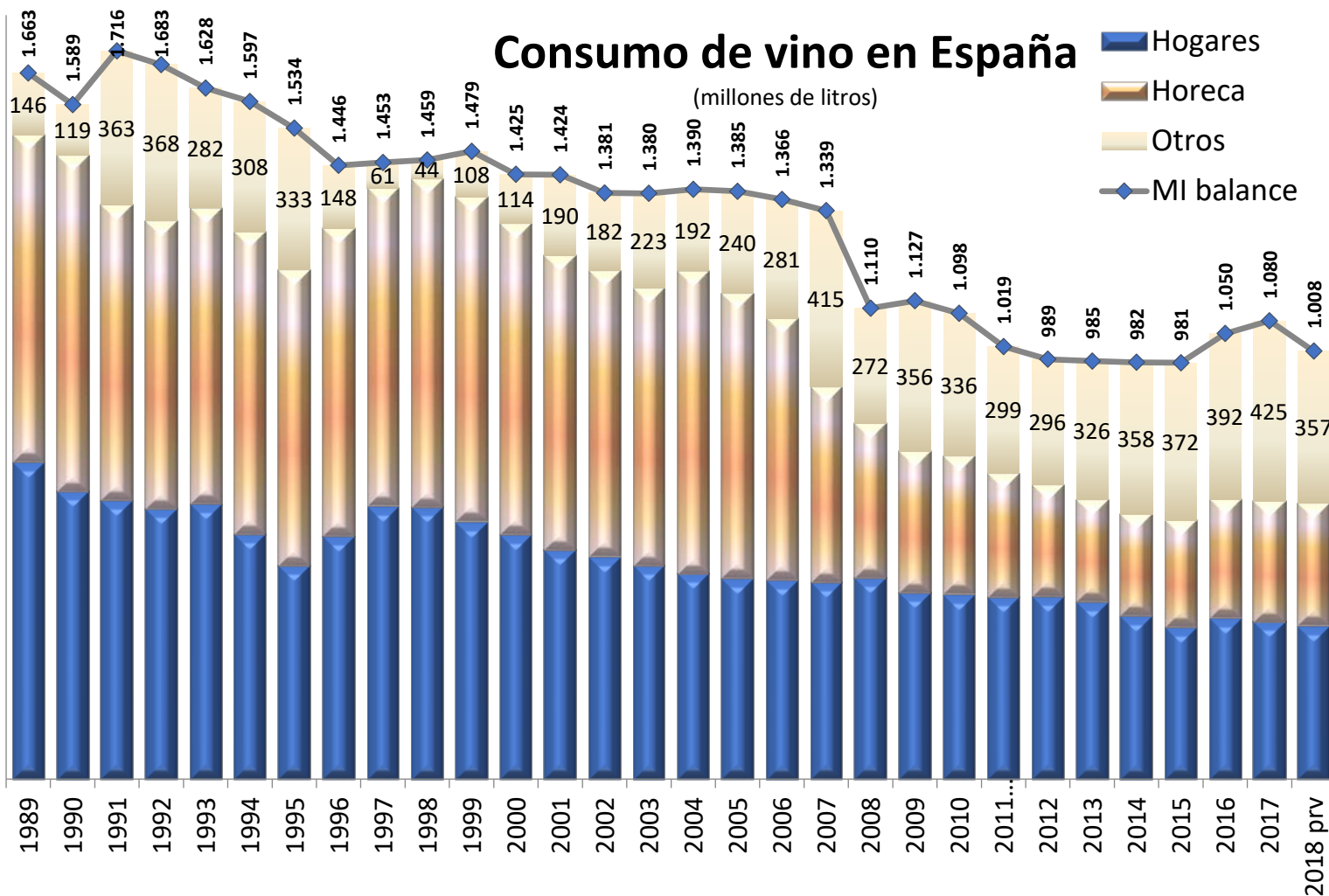
Un consumo en HoReCa

- Muy difícil de estimar
- Aparentemente muy sano hasta la crisis del 2007
- Estimado en cifras excesivamente bajas tanto por Nielsen como por el MAPA...

# Lo que sabemos:

... lo que deja un hueco importante a “otros canales”,

- que muchas casas reconocen no llegan a analizar
- Pero que sí puede ser tan importante como parece
- En el que sabemos muchas de las vías de comercialización que se integran
- Aunque desconocemos qué importancia tienen cada una, cómo funcionan, quiénes actúan en ellas y cuánto pueden suponer del total del consumo de vino en España.



# El consumo de vino en España

- ❑ Visión de demanda (encuestas: “dónde [cómo] compra o consume”) / visión de oferta
  - ❑ Diferencias en la aproximación
  - ❑ Información disponible
- ❑ Análisis de oferta:
  - ❑ el “mapa” de los canales de distribución del vino en España: formas, formatos y tendencias de evolución
  - ❑ Principales actores en cada canal
  - ❑ Estimación global de ventas
  - ❑ Caracterización de la oferta



# Estimaciones en volumen

Del total de vino que estimamos que se consume en España,  
 • según las estimaciones tradicionales del balance vitivinícola  
 • y según las más modernas estimaciones derivadas del INFOVI

podemos

- i) deducir que el consumo aparente de vino en nuestro país es de unos 1.008 millones de litros en 2018 y
- ii) asumir que los datos tanto de Nielsen como los del MAPA no contemplan la totalidad del consumo de vino en España

De hecho,

• si al total de consumo estimado.....		1.008 MI	1.008 MI
• Le deducimos el consumo estimado en hogares			
• Ya sea por el MAPA..... 361,1 mill l			
• O por Nielsen..... 341,9 mill l	$\bar{X}$ 351,5 MI		
• Y la estimación de consumo en horeca			
• Del MAPA..... 201,8 mill l			
• O de Nielsen..... 290,1 mill l	$\bar{X}$ 246,0 MI		
• Nos falta una parte muy importante del consumo estimado		410,5 MI	<b>356,8 MI</b>

Que estaría siendo consumida, en el hogar o fuera de él, pero no está contabilizada en las estadísticas

# Las vías de distribución

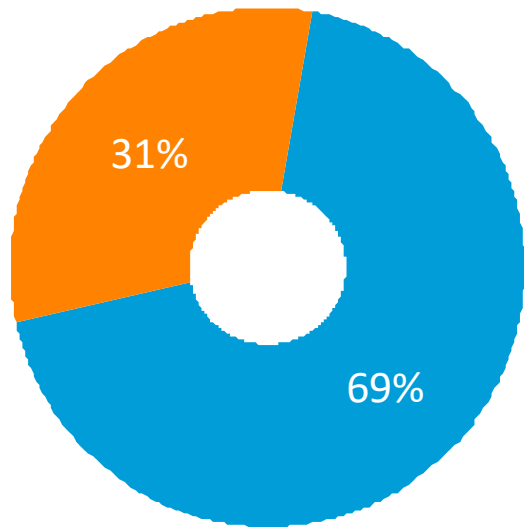
Nielsen tiene una estimación similar y explica lo que no cubren sus datos:.



## • Grado de cobertura

Grado de cobertura para el mercado nacional del vino tranquilo

- Se estima que el grado de cobertura, o porcentaje del volumen total de vino tranquilo comercializado en el mercado interior de España, del panel de detallistas para el mercado del vino tranquilo es del 69%.



■ Mercado explicado por el panel

■ Mercado no explicado por el panel

“Esto significa que algo menos de un tercio del mercado se comercializa a través de otros canales para alcanzar al consumidor final”.

- Mercado de Canarias.
- Tienda especializada (Vinotecas, Enotecas).
- Clubs de vinos.
- Venta directa en bodegas y cooperativas.
- Venta por catálogo.
- Internet.
- Establecimientos de temporada.
- Instituciones.
- Clubs sociales, peñas.
- Salones de boda y celebraciones.
- Catering.
- Ferias, mercados,...



# Las vías de distribución

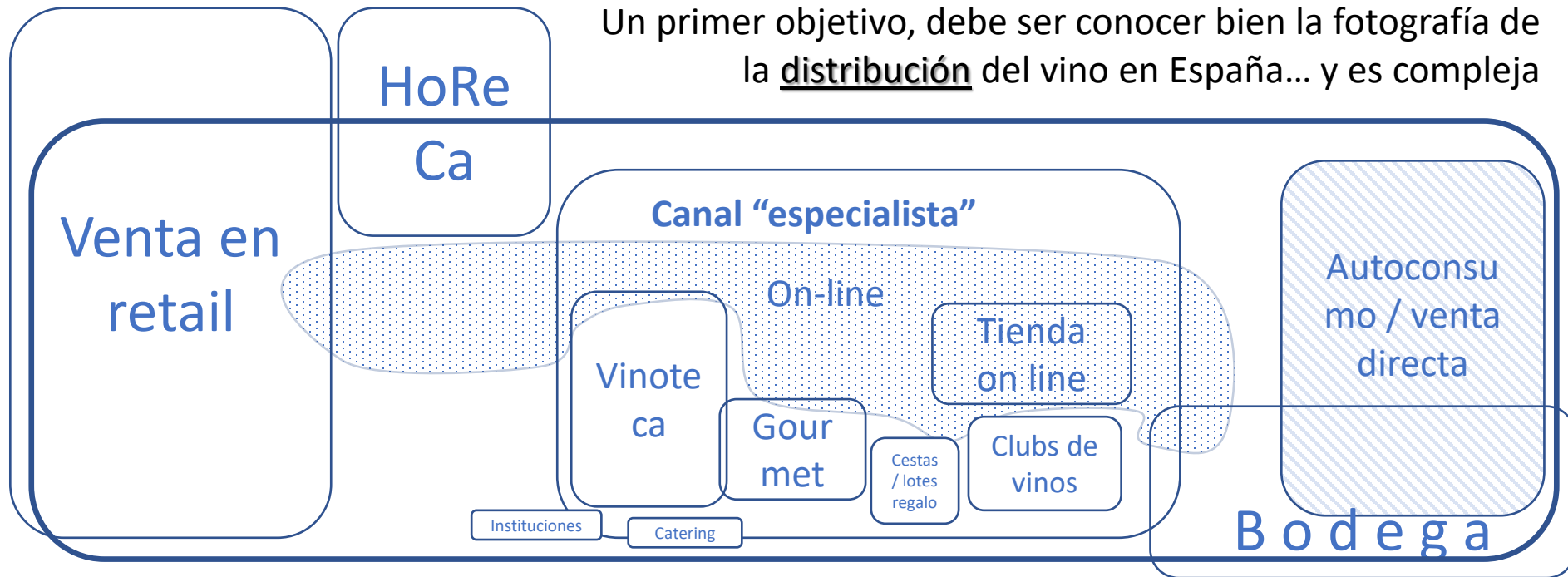
Con los trabajos planteados por la OIVE, se trata de intentar cuantificar estos canales alternativos, conocerlos y estimar su evolución.



- Mercado de Canarias.
- Tienda especializada (Vinotecas, Enotecas).
- Clubs de vinos.
- Venta directa en bodegas y cooperativas.
- Venta por catálogo.
- Internet.
- Establecimientos de temporada.
- Instituciones.
- Clubs sociales, peñas.
- Salones de boda y celebraciones.
- Catering.
- Ferias, mercados,...

# Las vías de distribución

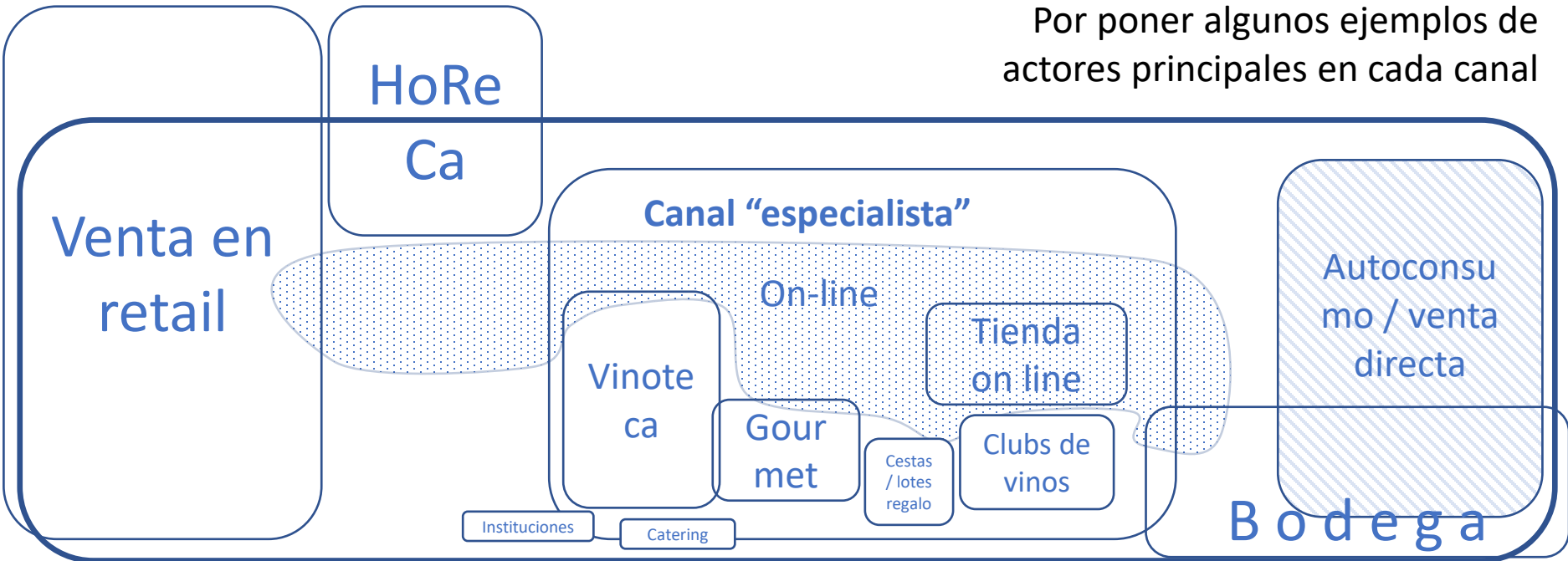
Un primer objetivo, debe ser conocer bien la fotografía de la distribución del vino en España... y es compleja



- La mayor parte del vino llega al consumidor vía retail tradicional y bares y restaurantes
- El tercer canal o “canal especialista”, incluyendo la venta directa es aprox. 1/3 del total
- E incluye un complejo mapa de actores, muchas veces superpuestos y en evolución
- Vinotecas y tiendas gourmet (generalmente con vino) pueden tener club y evolucionan hacia la distribución (del B2C al B2B)
- Los clubs de vino son multimarca o de bodega, hacen algo online y, en ocasiones, son parte de otros negocios
- Las ventas on line son un instrumento poco o muy utilizado por diversos agentes y, de entre los *pure players*, la principal distinción está entre marketplace o vendedores
- Y hay un capítulo, que se presume grande, de ventas directas en bodega, a terceros o a empleados y socios, que bien pudiera también incluir parte de distribución local a bares y restaurantes.

# Las vías de distribución

Por poner algunos ejemplos de actores principales en cada canal



## Retail

(actores off line generalistas, con parte de su venta on line)

- Carrefour
- El Corte Ingles
- Lidl
- Mercadona
- Aldi?
- ....

## Distribuidores

(actores on / off line especializados en venta de vino sin suscripción, en B2B y con algo de B2C)

- Coalla (Asturias)
- Grau (Barcelona)
- Divilsa
- Vinalium

## Vinoteca

(actores on / off line especializados en venta de vino sin suscripción, solo B2C pero también B2B)

- Vilaviniteca
- Lavinia
- Santa Cecilia
- ...

## Clubs de vinos

(actores on / off line con suscripción o no y lotes de vinos)

- Vinoselección
- BodeBoca
- Solar de Samaniego
- La Rioja Alta
- ...
- Naked Wines (UK)

## Venta on line (pure players)

(solo on line sin suscripción)

- BodeBoca
- WineisSocial
- Vinissimus
- Decántalo
- UVINUM (marketplace)

## Grandes on line generalistas

(actores fuertes on line con algo de vino)

- Amazon
- Ali Baba

# Nota metodológica:

Borrador anticipado y simplificado del mapa para esquema final CONSUMO

DEMANDA

AD HOC:

Shopper

OIVE 2018

OIVE 2019

MAPA Kantar (panel consumidores)

# OIVE – Consumo en España

DEMANDA

AD HOC:

Shopper

OIVE 2018

OIVE 2019

MAPA Kantar (panel consumidores)

Distinguir:

- Estudios de demanda (encuestas a consumidor)
- Paneles o estimaciones de oferta (datos de oferentes)

NIELSEN 2019 (encuesta de compra OIVE)

NIELSEN (panel establecimientos)

Venta en retail

HoReCa

Canal "especialista"

NIELSEN (vinotecas)

Vinoteca

On-line

Gourmet

Clubs de vinos

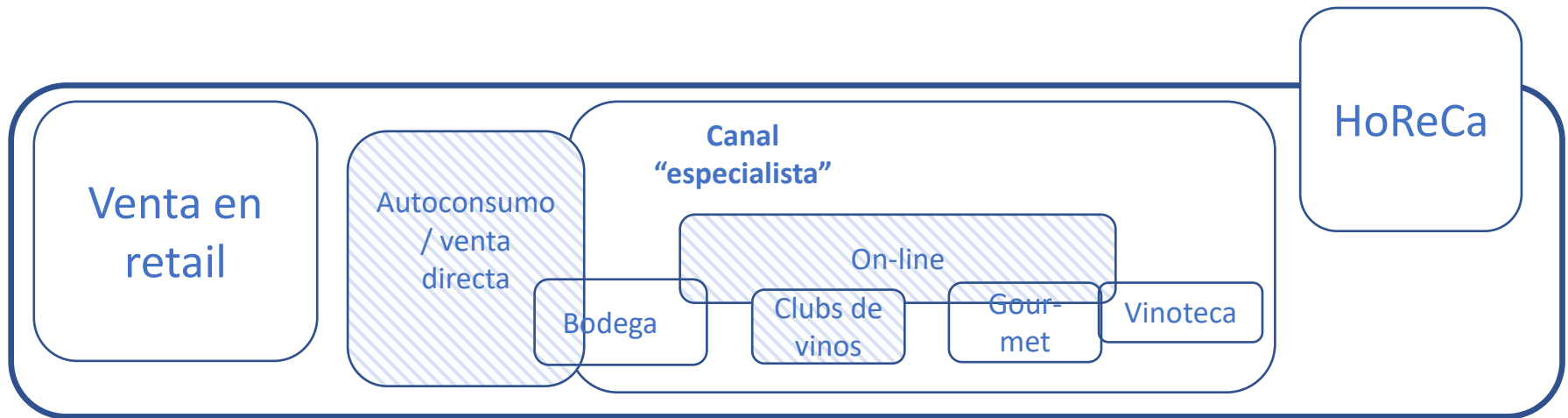
Bodega

Autoconsumo / venta directa



OFERTA

# Esquema





Consumo total

**Estimación INFOVI: 1.008 millones de litros en 2018**

Lugar de consumo

Estimación MAPA %

En el hogar – 68,2%

Fuera del hogar – 31,8%

Lugar de consumo

(en el mejor de los casos e incluyendo bebidas con vino)

Estimación MAPA Millones litros – 634,95 MI  
Millones euros – 1.949,49 M€

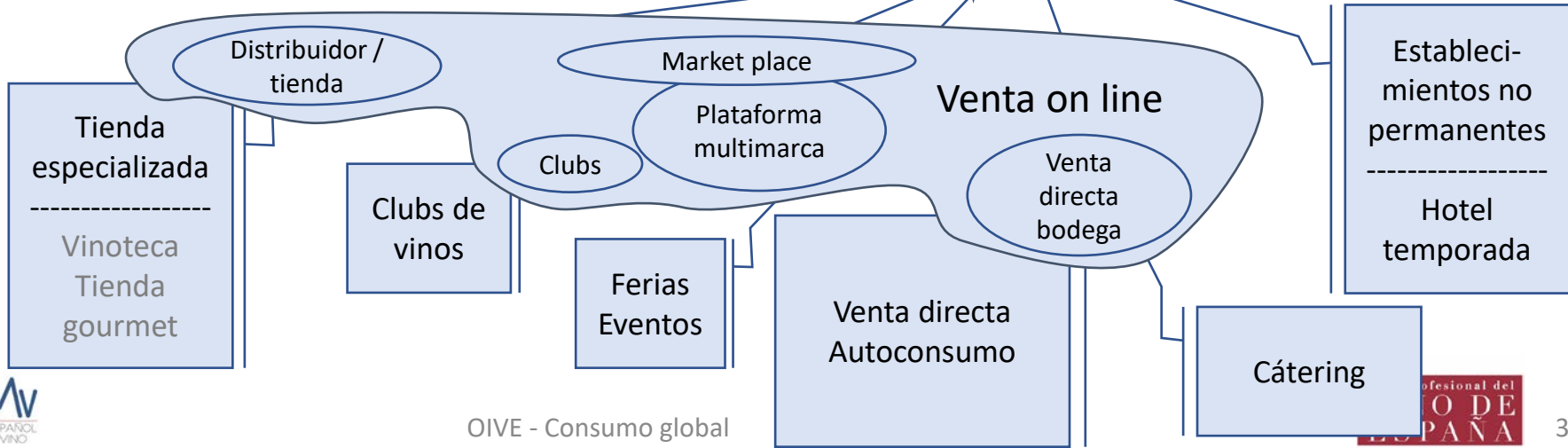
**¿373,05 MI?**

En el hogar – 433,1 MI (incluyendo bebidas con vino)

En el hogar – 1.157,0 M€ (incluyendo bebidas con vino)

Fuera del hogar – 201.8 MI

Fuera del hogar – 792,5 M€



# Total tercer canal

## ESTIMACIÓN DE VINO DISTRIBUIDO EN EL CANAL:

### Total consumo CANAL ESPECIALISTA (Nielsen <sup>2019 OIVE</sup>):

- 4.847 M€
- @ 15,90 €/l
- 304,8 MI

#### VINOTECA:

- 1.363,1 M€
- @ 17,32 €/l
- 78,7 MI

#### T GOURMET:

- 1.284,1 M€
- @ 17,70 €/l
- 72,5 MI

#### INTERNET & BODEGA:

- 2.199,8 M€
- @ 14,33 €/l
- 153,5 MI

#### INTERNET :

- 655,5 M€
- @ 15,46 €/l
- 42,4 MI

#### BODEGA :

- 1.544,3 M€
- @ 13,90 €/l
- 111,1 MI

#### VENTA DIRECTA & AUTOCONSUMO:

- 133,9 M€
- @ 1,74 €/l
- 77,1 MI

#### INTERNET:

- 76,5 M€
- @ 9,41 €/l
- 8,1 MI

#### CLUBS:

- 56,7 M€
- @ 13,50 €/l
- 4,2 MI

# Total tercer canal

## ESTIMACIÓN DE VINO DISTRIBUIDO EN EL CANAL:

### Total consumo CANAL ESPECIALISTA (Nielsen 2019 OIVE):

- 4.847 M€
- @ 15,90 €/l
- 304,8 MI

#### VINOTECA:

- 1.363,1 M€
- @ 17,32 €/l
- 78,7 MI



#### T GOURMET:

- 1.284,1 M€
- @ 17,70 €/l
- 72,5 MI



#### INTERNET & BODEGA:

- 2.199,8 M€
- @ 14,33 €/l
- 153,5 MI



Según estos cálculos, nos estarían faltando, de venta directa:

- 1.932,7 M€
- 64,1 MI
- @ 30,15 €/l !!

#### VENTA DIRECTA & AUTOCONSUMO:

- 133,9 M€
- @ 1,74 €/l
- 77,1 MI

#### INTERNET:

- 76,5 M€
- @ 9,41 €/l
- 8,1 MI

#### CLUBS:

- 56,7 M€
- @ 13,81 €/l
- 4,2 MI

Extranjeros

Pero estos cálculos tampoco parecen muy correctos:

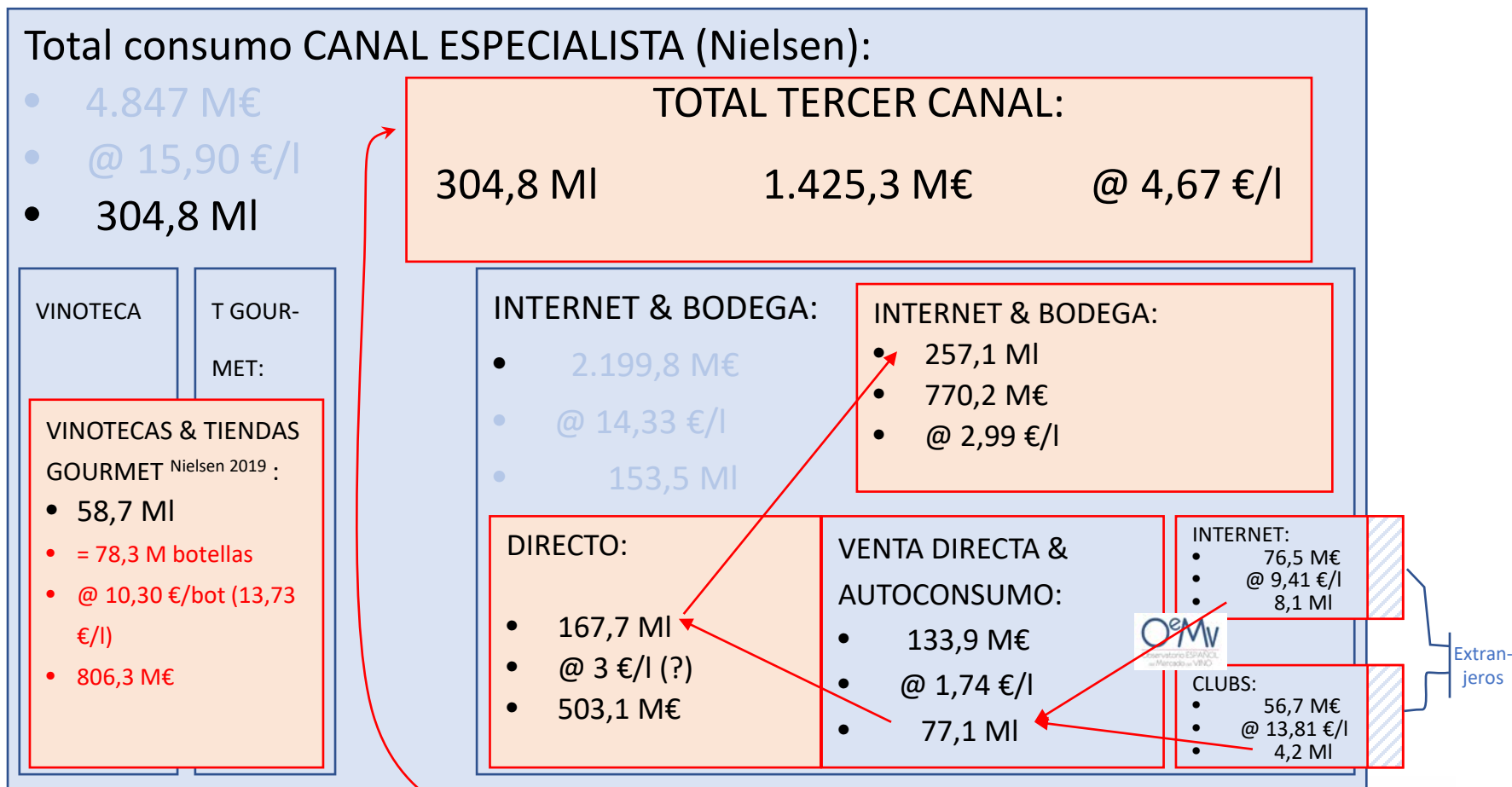
- Por lo grande que parece el canal de vinotecas y tiendas gourmet
- Porque, en consonancia, la venta directa real puede ser mayor

# Total tercer canal

## ¿Cuál puede ser la realidad?

- ❑ Si tomamos los datos para vinotecas y tiendas gourmet del estudio de Nielsen (no de la encuesta de demanda)
- ❑ Y añadimos / estimamos más ventas directas desde bodega

- ❑ La venta directa desde bodega pasaría a estar estimada en 257 MI por valor de 770 M€ a un precio medio de 2,99 €/l
- ❑ Y el total de este tercer canal serian los 304 MI que parecen correctos, pero por un valor estimado de 1.425 M€ a un precio medio de 4,67€/l, en lugar de los 4.847 M€ estimados desde la perspectiva de demanda.



# Total tercer canal

## ¿Cuál puede ser la realidad?

- ❑ Si tomamos los datos para vinotecas y tiendas gourmet del estudio de Nielsen (no de la encuesta de demanda)
- ❑ Y añadimos / estimamos más ventas directas desde bodega
- ❑ La venta directa desde bodega pasaría a estar estimada en 257 MI por valor de 770 M€ a un precio medio de 2,99 €/l
- ❑ Y el total de este tercer canal serían los 304 MI que parecen correctos, pero por un valor estimado de 1.425 M€ a un precio medio de 4,67€/l, en lugar de los 4.847 M€ estimados desde la perspectiva de demanda.

### Total consumo CANAL ESPECIALISTA (Nielsen):

- 4.847 M€
- @ 15,00 €/l

Pero la estimación del canal de hostelería tampoco es buena, por lo que estas estimaciones deben afinarse

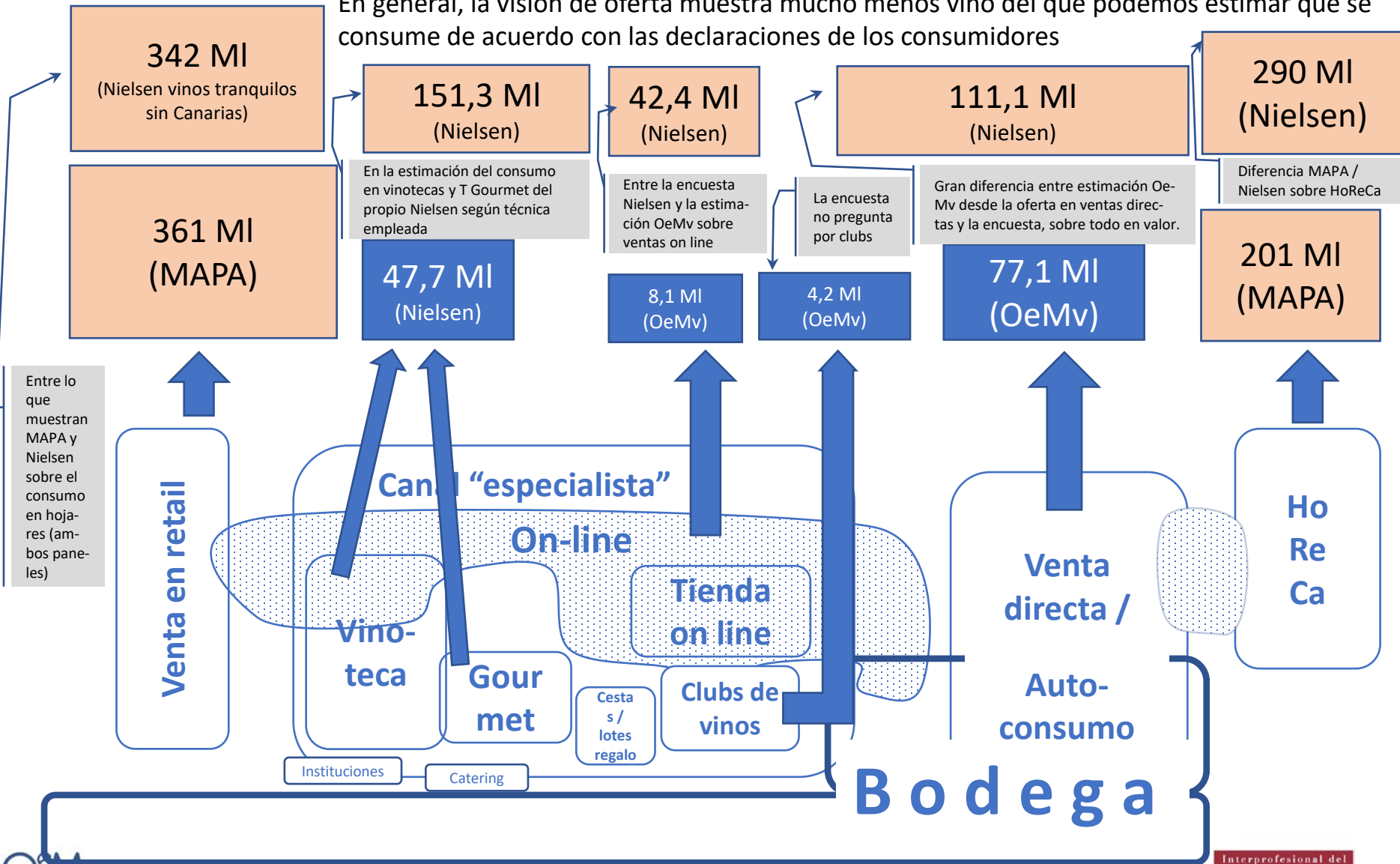
- @ 1,74 €/l
- 77,1 MI
- CLUBS:
  - 56,7 M€
  - @ 13,81 €/l
  - 4,2 MI

Extranjeros

# Total consumo de vino en España

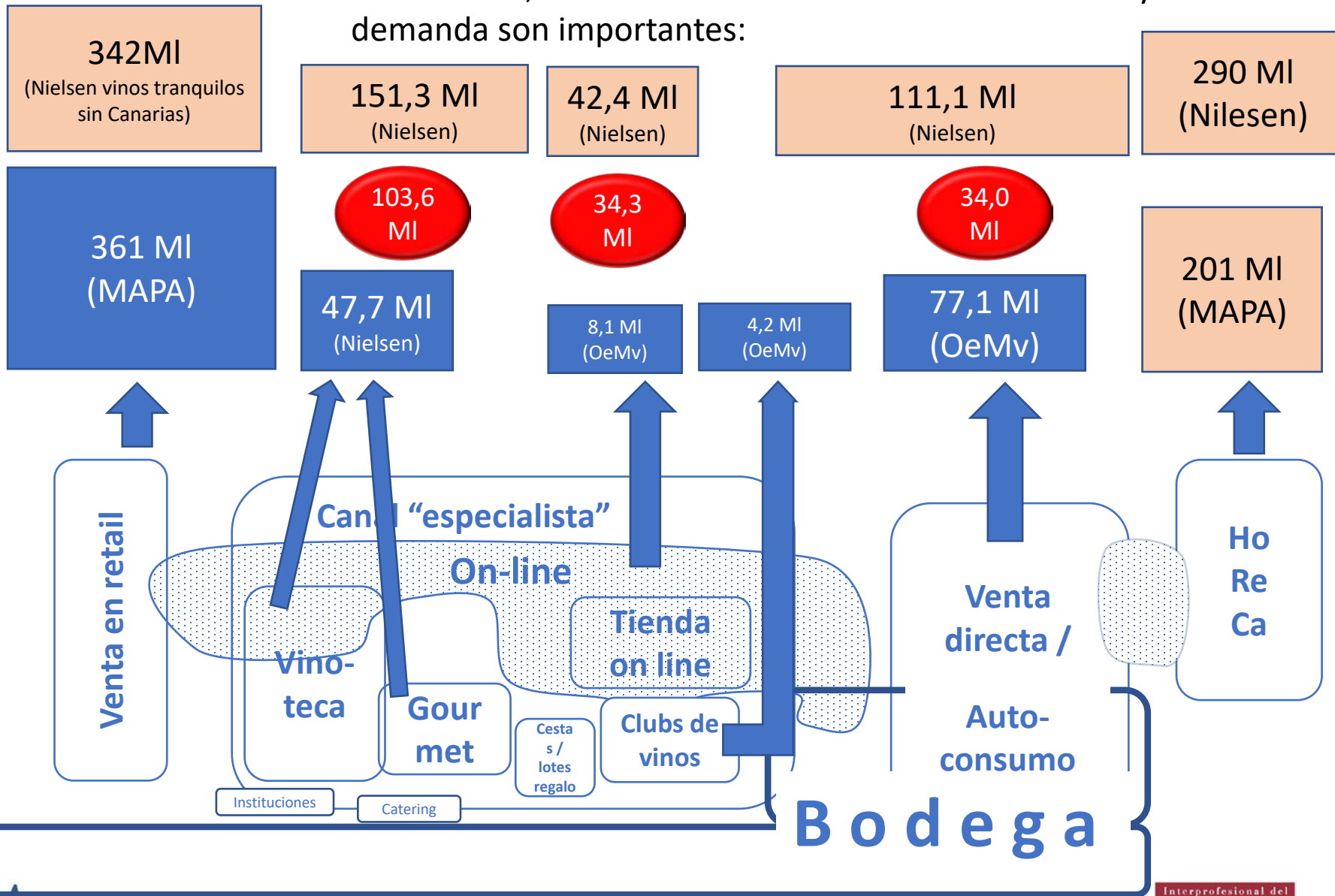
Hay profundas discrepancias entre la visión de oferta y la de demanda.

En general, la visión de oferta muestra mucho menos vino del que podemos estimar que se consume de acuerdo con las declaraciones de los consumidores



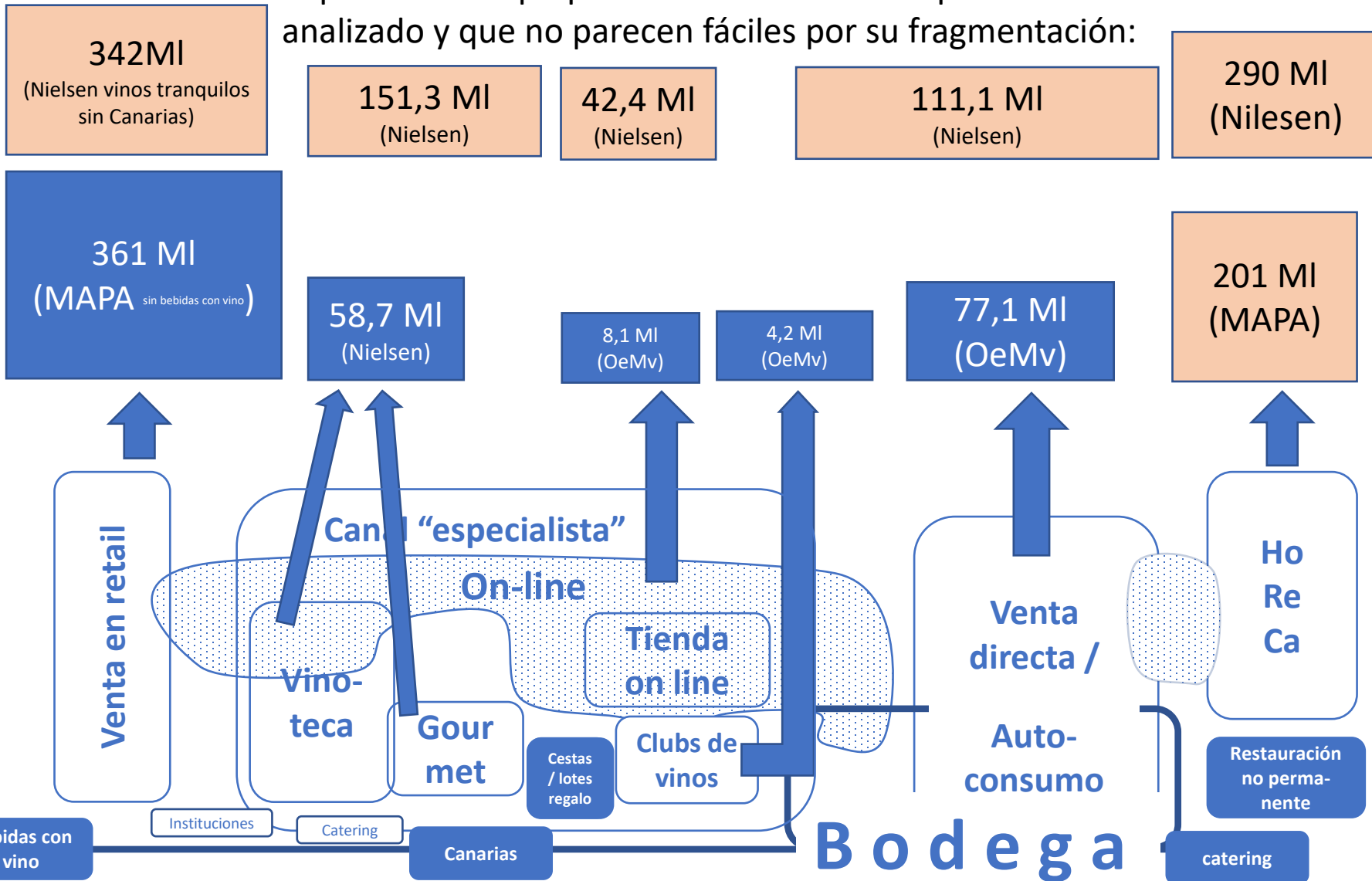
# Total consumo de vino en España

En números, las diferencias entre el análisis de oferta y el de demanda son importantes:



# Total consumo de vino en España

Y quedan otros pequeños – o no – canales que no se han analizado y que no parecen fáciles por su fragmentación:





# Total consumo de vino en España

Con todo lo visto y las estimaciones realizadas en los distintos trabajos de detalle, hacemos nuestra estimación final del conjunto del consumo de vino en España a través de sus distintos canales.

Con el siguiente – y complejo – proceso de deducción:

A las estimaciones realizadas para los canales analizados...

... añadimos datos de Canarias

Sigue faltando vino

Podríamos añadir bebidas con vino, ...

## Bebidas con vino

Consumo estimado hogares	72,1 MI	@ 1,56 €/l	112,1 M€
33% de vino estimado en bebidas con vino	23,8 MI	@ 0,70 €/l	16,7 M€

... pero NO lo hacemos por confirmar el MAPA que las salidas de vino que refleja el INFOVI no incluyen las relacionadas con elaboración de bebidas a base de vino.

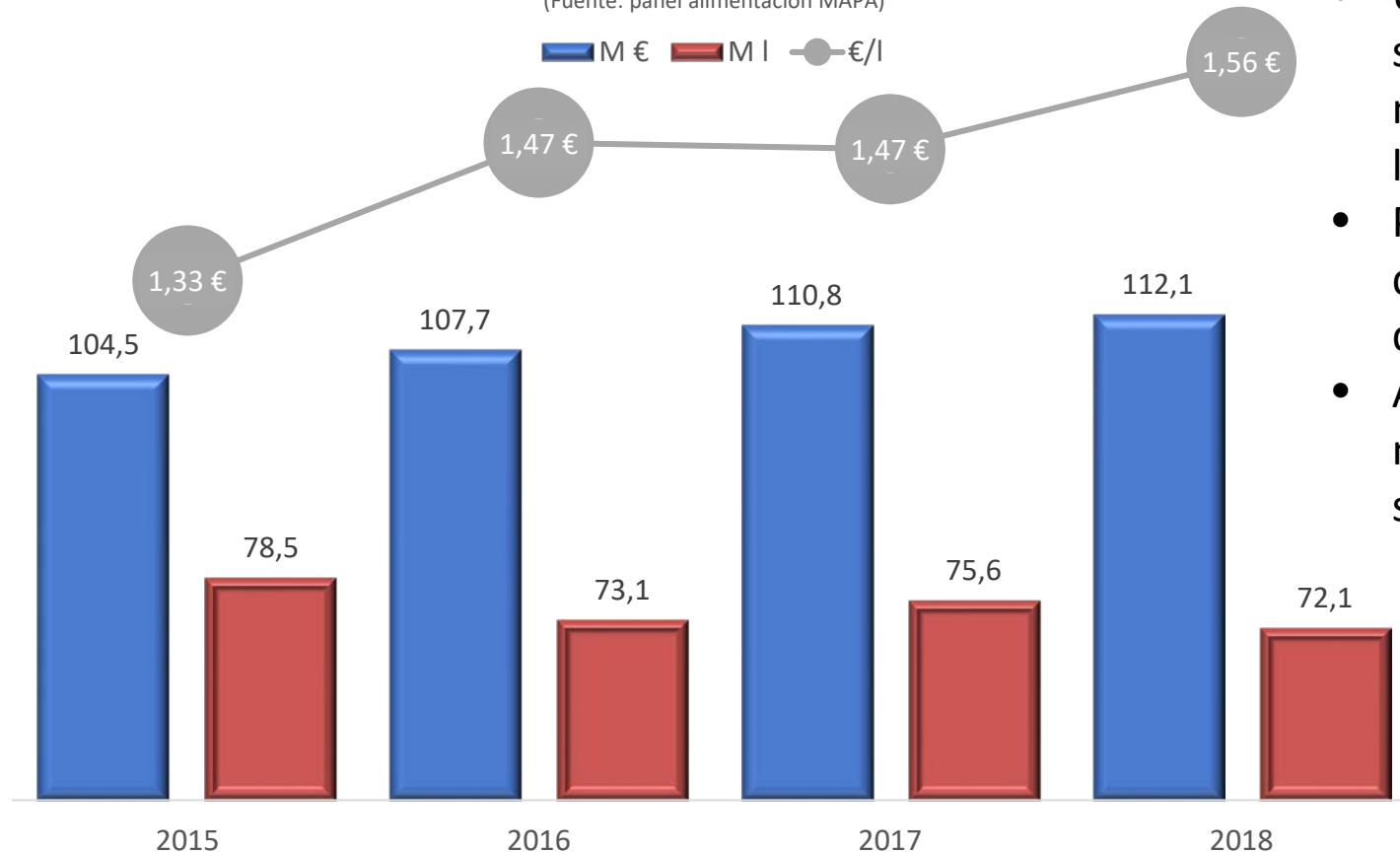
# Total consumo de vino en España

En todo caso y aunque NO deban incluirse en el informe, se trata de bebidas con vino, que llevan dentro una parte relevante de vino, y cuya evolución reciente muestra:

## Consumo de bebidas con vino en el hogar

(Fuente: panel alimentación MAPA)

■ M € ■ M l ● €/l



- Un volumen superior a los 70 millones de litros
- Por valor de más de 110 millones de euros,
- A un precio medio que supera 1,50 €/l

# Total consumo de vino en España

Con todo lo visto y las estimaciones realizadas en los distintos trabajos de detalle, hacemos nuestra estimación final del conjunto del consumo de vino en España a través de sus distintos canales.

Con el siguiente – y complejo – proceso de deducción:

A las estimaciones realizadas para los canales analizados...

... añadimos datos de Canarias

Sigue faltando vino

Podríamos añadir bebidas con vino, pero NO lo hacemos por considerar (MAPA) que el vino a ellas destinado No está reflejado en las “salidas” del INFOVI y, por lo tanto, no debe incluirse en la estimación de consumo global.

Por lo que ni incluimos las bebidas con vino NI estamos considerando el vino que se destinaria a ellas.

# Total consumo de vino en España

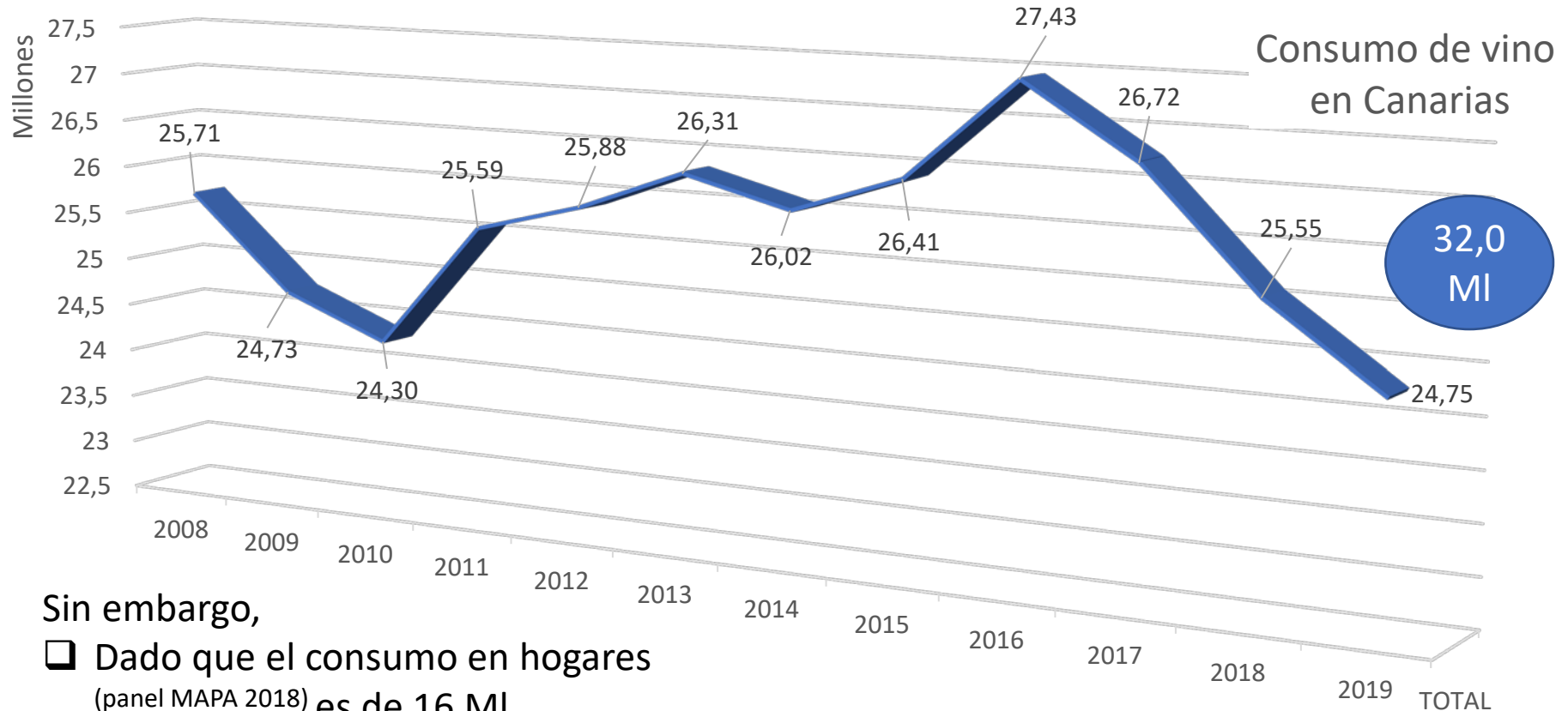
Con todo lo visto y las estimaciones realizadas en los distintos trabajos de detalle, hacemos nuestra estimación final del conjunto del consumo de vino en España a través de sus distintos canales.

Con el siguiente – y complejo – proceso de deducción:



# Total consumo de vino en España

Entre los elementos que quedan pendientes de analizar están las ventas en **Canarias** que, con los datos de IWSR, podemos estimar en poco menos de 25 M litros y cayendo en los últimos tres años.



Sin embargo,

- Dado que el consumo en hogares (panel MAPA 2018) es de 16 MI
- Y que una parte importante del consumo total debe ser de turistas visitando las islas (al menos, otra parte igual a hogares)
- Estimamos un consumo total (luego se deducirá la parte de turistas) de **32 MI**

# En definitiva,

Con todo lo analizado:

Tenemos una estimación de cuánto vino se consume en hogares vía retail (al valor, algo mayor, de Nielsen)

<b>361,1 MI</b>	<b>1.176 M€</b>	<b>3,26 €/l</b>
-----------------	-----------------	-----------------

Con grandes dudas, tenemos una estimación de HoReCa

<b>290,1 MI</b>	<b>1.445 M€</b>	<b>4,98 €/l</b>
-----------------	-----------------	-----------------

... tendríamos una estimación de cuánto se canaliza por otras vías.

<i>357,3 MI</i>		
-----------------	--	--

Para vinotecas y tiendas gourmets usamos el info Nielsen (con una estimación propia de valor)

<b>58,7 MI</b>	<b>806,3 M€</b>	<b>13,73 €/l</b>
----------------	-----------------	------------------

Tenemos la estimación de clubs de vinos

<b>4,2 MI</b>	<b>57,7 M€</b>	<b>13,81 €/l</b>
---------------	----------------	------------------

Y la de ventas por internet

<b>8,1 MI</b>	<b>76,5 M€</b>	<b>9,41 €/l</b>
---------------	----------------	-----------------

Tenemos datos (IWSR) de consumo en Canarias, revisados (est. €/l)

<b>32,0 MI</b>	<b>150,6 M€</b>	<b>4,70 €/l</b>
----------------	-----------------	-----------------

Y hemos analizado la venta directa y autoconsumos

<b>77,1 MI</b>	<b>133,9 M€</b>	<b>1,74 €/l</b>
----------------	-----------------	-----------------

Y, si nuestra estimación de consumo total es correcta,...

<b>1.008 MI</b>	<b>4.146 M€</b>	<b>3,96 €/l</b>
-----------------	-----------------	-----------------

Pero seguimos sin completar el cuadro:

La suma de los canales analizados da:

<b>831,3 MI</b>	<b>3.846 M€</b>	<b>4,63 €/l</b>
-----------------	-----------------	-----------------

De donde extraemos lo que todavía, según estos números, nos quedaría por conocer:

<b>177,1 MI</b>	<b>300,2 M€</b>	<b>1,69 €/l</b>
-----------------	-----------------	-----------------



<b>1.008 MI</b>	<b>4.146 M€</b>	<b>4,11 €/l</b>
-----------------	-----------------	-----------------

Y, estimando un precio medio total relativamente elevado, deducimos el total en valor:

# En definitiva,

Repartimos ese "excedente" entre los canales que pueden ser mayores

¿Cuál puede ser la realidad?

361,1 MI	1.176 M€	3,26 €/l
290,1 MI	1.445 M€	4,98 €/l
58,7 MI	806,3 M€	13,73 €/l
4,2 MI	57,7 M€	13,81 €/l
8,1 MI	76,5 M€	9,41 €/l
32,0 MI	150,6 M€	4,70 €/l
77,1 MI	133,9 M€	1,74 €/l
1.008 MI	4.146 M€	4,11 €/l

Posiblemente:

361,1 MI	1.176 M€	3,26 €/l
361,0 MI	1.565,1 M€	4,34 €/l
+70,9 MI	+119,8 M€	1,69 €/l
58,7 MI	806,3 M€	13,73 €/l
4,2 MI	57,7 M€	13,81 €/l
8,1 MI	76,5 M€	9,41 €/l
32,0 MI	150,6 M€	4,70 €/l
183,4 MI	314,0 M€	1,71 €/l
+106,3 MI	+179,7 M€	1,69 €/l
1.008,5 MI	4.146,1 M€	4,11 €/l

La estimación del panel en hogares sea correcta

Las ventas en HoReCa pueden ser sensiblemente superiores a las que ahora consideramos, a precio algo menor (40% del remanente)

Damos por buenas las estimaciones para:

- Vinotecas & tiendas gourmets
- Clubs de vinos
- internet

Es razonable el consumo en Canarias (11,6 l/persona) aunque podría ser mayor y a mayor precio medio

Y seguramente la venta directa sea muy superior a la declarada, ya sea por B2C o B2B (bares)

Y damos por buena la estimación de consumo nacional que surge del INFOVI...

...incluida la estimación de valor...

... de donde debe deducirse el consumo por no residentes.

# En definitiva,

Repartimos ese "excedente" entre los canales que pueden ser mayores

¿Cuál puede ser la realidad?

Posiblemente:

<b>361,1 MI</b>	<b>1.176 M€</b>	<b>3,26 €/l</b>	361,1 MI	1.176 M€	3,26 €/l
<b>290,1 MI</b>	<b>1.445 M€</b>	<b>4,98 €/l</b>	361,0 MI	4.228,8 M€	11,72 €/l

La estimación del panel en hogares sea correcta

... que a precio al consumidor varía también en su valor estimado.

Ahora bien, este precio de horeca tampoco es el correcto. Antes de continuar, y para dar homogeneidad a todos los datos en valor, estimamos un multiplicador que nos permita pasar de:

1. el valor del vino en horeca en bodega, a
2. estimación del valor del vino que se distribuya en horeca pero en precio de venta al público (PVP)

para tener todas las cifras de valor siguiendo este criterio de venta al público.

Según antecedentes y diversos estudios consultados, estimamos para horeca un multiplicador de **2,7** en el valor del vino entre (1) los precios de bodega y (2) el PVP, lo que lleva a:

- un PVP estimado de PVP en este canal de 11,72 €/l, en lugar de los 4,98 € anteriores
- Y un valor total en PVP de 4.228,8 M€ en lugar de los 1.565,1 M€ a precios de bodega.

Lo que da lugar a un total con mayor estimación en valor ya en PVP en todos los canales.

<b>1.008 MI</b>	<b>4.146 M€</b>	<b>4,11 €/l</b>	1.008,5 MI	6.809,8 M€	6,75 €/l	de consumo nacional que surge del INFOVI...
-----------------	-----------------	-----------------	------------	------------	----------	---

...incluida la estimación de valor...  
OIVE - Consumo global

... de donde debe deducirse el consumo por no residentes.



# Consumo de residentes / turistas

Estimamos <sup>(INFOVI 2018)</sup> un consumo total de vino en España de 1.008,5 millones de litros.

Que, divididos entre una población total de residentes en España <sup>(INE 2019)</sup> de 46,9 millones de habitantes...

... arroja un consumo estimado por persona y año de 21,49 litros de vino.

7,24 días por visitante extranjero equivalen a un total de residentes de 1,6 millones de personas que estuvieran los 365 días en España.

Suponiendo que el consumo medio global es de 21,49 litros / persona / año...

... pero que, en realidad, los 1.008 Ml de consumo deben dividirse entre los 46,9 M hab residentes + 1,6 M hab turistas (=48,6 M consumidores), el consumo medio por persona sería de 20,76 l.

Sin embargo, los turistas, por edad media, por ingresos, por disposición al ocio, etc., pueden tener un consumo mucho más elevado de media, que podríamos estimar en **35** litros / persona / año...

Sin embargo, recibimos muchos turistas.

2018 <sup>(INE)</sup> ofrece una entrada de visitantes extranjeros que hayan pernoctado en España de 82,8 millones de personas.

Aunque cada uno de estos visitantes está unos pocos días en nuestro país.

Conociendo la estancia media de los distintos grupos de visitantes <sup>(INE)</sup>, deducimos una estancia media global de 7,24 días por turista que pernocta en España.

... por lo que el consumo de vino estimado de turistas y de residentes en España sería de:

Estimación del consumo de residentes y turistas en España	Mill l	Mill habitantes	Consumo per cápita (l)
<b>Total consumo estimado</b>	<b>1.008,5</b>	<b>48,6</b>	<b>20,76</b>
Consumo de turistas	57,5	1,6	<b>35,00</b>
Consumo de residentes	951,0	46,9	20,26

# Consumo de residentes / turistas

Total consumo estimado de turistas...

Estimación del consumo de residentes y turistas en España	Mill I	Mill habitantes	Consumo per cápita (I)
<b>Total consumo estimado</b>	<b>1.008,5</b>	<b>48,6</b>	<b>20,76</b>
Consumo de turistas	57,5	1,6	<b>35,00</b>
Consumo de residentes	951,0	46,9	20,26

... que repartimos entre los canales donde entendemos que más consumen, a los mismos precios medios que los residentes:

Estimación del consumo de residentes y turistas en España	%	Mill I	M€	€/I
<b>Consumo de turistas</b>	<b>100,0%</b>	<b>57,5</b>	<b>565,8</b>	<b>9,84 €</b>
HoReCa Peninsula & Baleares	77,0%	44,3	518,9	11,72 €
HoReCa Canarias	10,0%	5,8	27,0	4,70 €
Retail	8,0%	4,6	15,0	3,26 €
Venta directa bodega	5,0%	2,9	4,9	1,71 €

# Consumo de vino en España

Una parte (8%) lo compran los turistas en retail

356,5 MI	1.161,0	3,26 €/l
361,1 MI	1.176 M€	3,26 €/l
4,6 MI	15,0	3,26 €/l

Hogares

Si el vino que beben los turistas lo suponemos principalmente (77%) consumido en HoReCa (al mismo precio que el que consumen los españoles)

316,7 MI	3.710,0	11,72 €/l
361,0 MI	4.228,8	11,72 €/l
44,3 MI	518,9	11,72 €/l

HoReCa

Con lo que ya tendríamos un cuadro más completo:

58,7 MI	806,3 M€	13,73 €/l
---------	----------	-----------

Vinotecas & T gourmet

4,2 MI	57,7 M€	13,81 €/l
--------	---------	-----------

Clubs vinos

8,1 MI	76,5 M€	9,41 €/l
--------	---------	----------

Internet no retail

26,2 MI	123,0	4,70 €/l
32,0 MI	150,6 M€	4,70 €/l

Canarias

Otra parte importante (10%) en Canarias HoReCa (por hogares incluido en cifras generales y menso probable entre turistas)

5,8 MI	27,0	4,70 €/l
--------	------	----------

... y una parte menor (5%) en forma de venta directa

180,5 MI	309,1	1,71 €/l
183,4 MI	314,0 M€	1,71 €/l

Venta directa y autoconsumos

... tendríamos ya el cuadro general que, más simplificado sería

2,9 MI	4,9	1,71 €/l
--------	-----	----------

TOTAL CONSUMO ESTIMADO DE VINO EN ESPAÑA

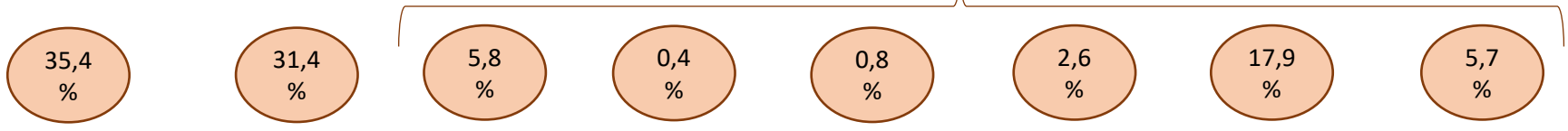
1.008,5 MI	6.809,8 M€	6,75 €/l
------------	------------	----------

# Consumo de vino en España

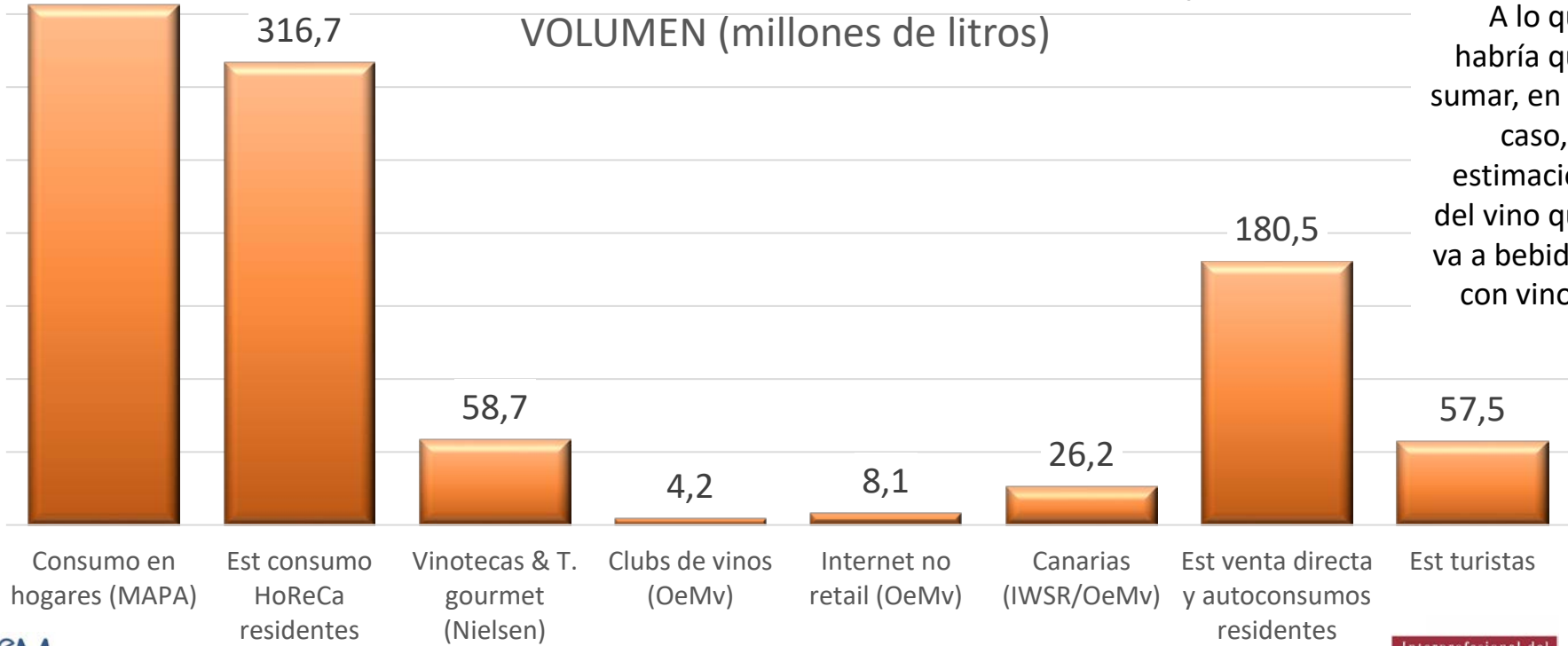
- ❑ Una estimación mayor de consumo en HoReCa
- ❑ Y una explicación razonable del “tercer” canal
- ❑ Que supone una tercera parte del total, incluyendo la estimación de consumo de turistas... mayoritariamente en horeca.

1.008,5 MI

Y donde todavía podrían desagregarse algunas categorías como venta a loteros, pero de muy difícil cuantificación.



Tamaño de los canales del consumo de vino en España  
VOLUMEN (millones de litros)



A lo que habría que sumar, en su caso, la estimación del vino que va a bebidas con vino...

# Consumo de vino en España

Facturación por canal:

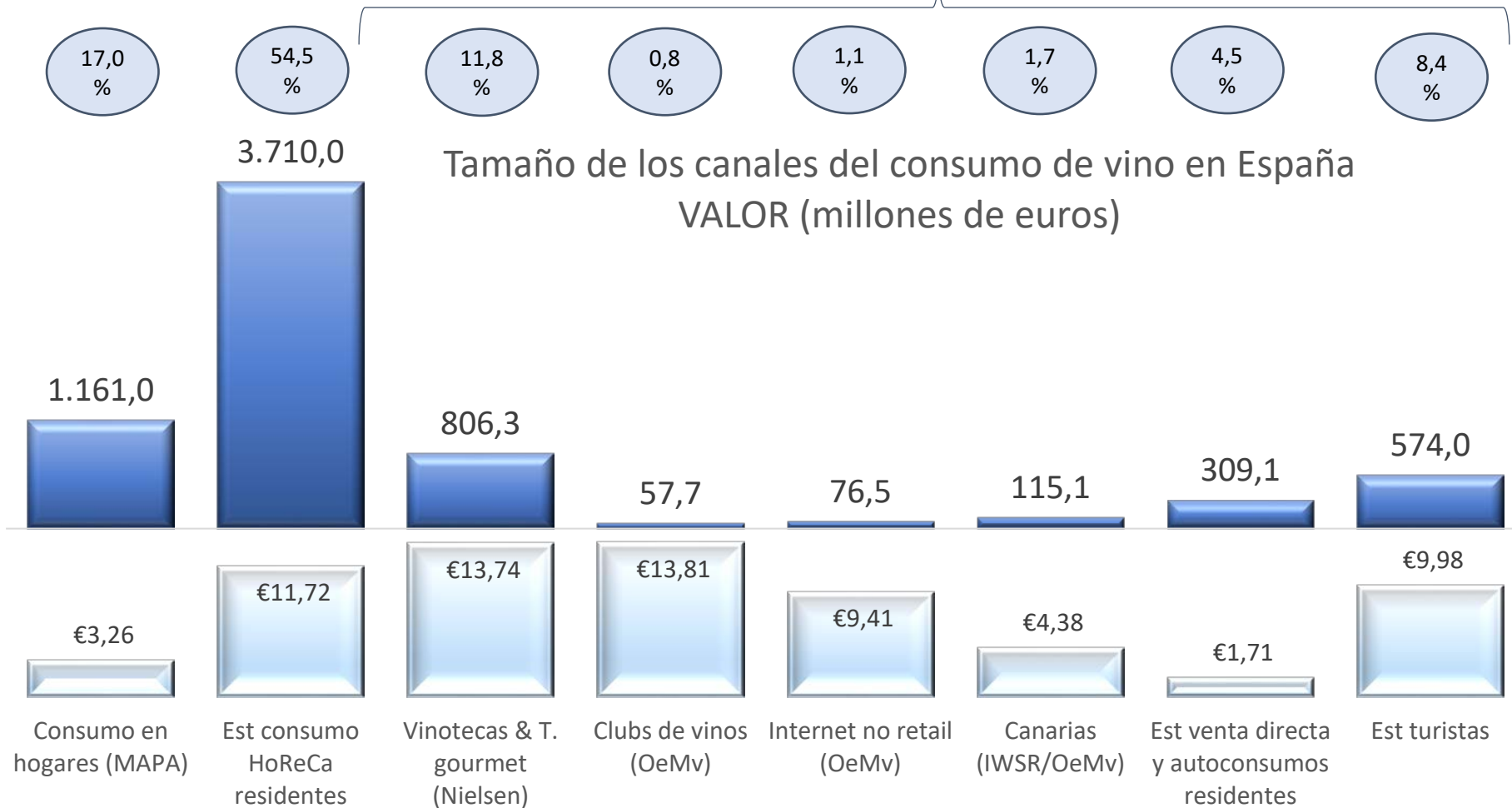
- Mucho mayor en HoReCa que en alimentación
- Elevada en turistas por considerar mayoría consumo en HoReCa
- Relativamente elevada en vinotecas
- Y también elevada, pero menos, en ventas directas

6.809,8 M€

A un precio medio PVP estimado del total vino en España de:

6,75 €/l

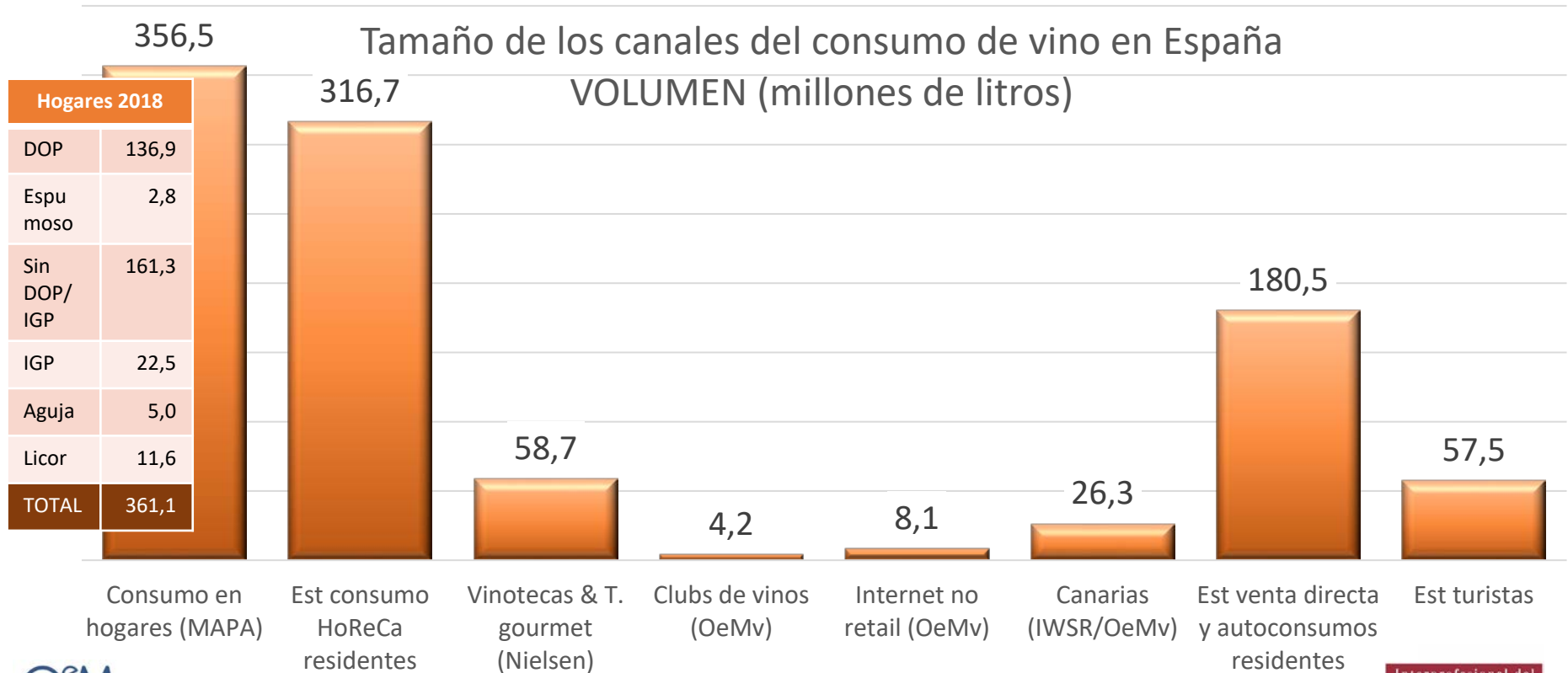
28,5 %



# Consumo de vino - segmentación

Datos globales para los que apenas hay segmentación disponible para el canal de hogares, por más que el análisis cualitativo realizado permita conocer:

- ❑ Mayor concentración de vinos con DOP en el canal Clubs, vinotecas e internet
- ❑ Vinos sin IG para bebidas con vino y mayoritario en ventas directas



Recopilando la información obtenida de todos los canales:

- Mercado amplio y complejo, que no terminamos de conocer en profundidad
- Estimación global que entendemos correcta y podría seguirse, aunque la dimensión de alguno de los canales lo haga difícil
- Canal alimentación razonablemente transparente
- Canal horeca de medición actual muy dudosa, que requiere una estimación mayor:
  - Tanto por el vino que realmente vendan a residentes
  - Como por el que puedan vender por adquisición directa en bodega
  - Por concentrarse el consumo que entendemos mayoritario de turistas en este canal
- “Tercer” canal muy amplio, con muchos actores, en constante evolución, interrelacionados y con posibilidades de duplicación de datos (ej. tienda on-line a horeca, especialistas a horeca). Cada cual buscando su modelo de negocio.

- Estimaciones de venta
  - Retail
  - HoReCa
  - Clubs de vinos
  - Venta directa en bodega / autoconsumo
  - Venta on line
  - Canarias
  - ... y aún faltarían canales minoritarios
- Razonable estimación del consumo de vino por parte de turistas, para desagregarlo del total
- Caracterización difícil de estas ventas desde la perspectiva de oferta
  - Mayor en valor que en volumen en on-line y clubs
  - Popular en directa / autoconsumo
- Si las ventas en el “tercer canal” no son tan elevadas como podíamos estimar,
  - O hay más de lo que nos cuentan, particularmente en venta directa
  - O la distribución a través de HoReCa es mucho mayor pero no transparente.
- Y, posiblemente, lo que no se muestre es porque no se quiere mostrar.



# Estimación del consumo de vino en España

Estudio para la Interprofesional del Vino de España  
Observatorio Español del Mercado del Vino