



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

Informe sectorial: Vinos y otras bebidas alcohólicas

Resumen ejecutivo

Análisis de sector– Estados Unidos

ÁREA DE INTERNACIONALIZACIÓN

Instituto Galego de Promoción Económica



Vinos y otras bebidas alcohólicas

Raúl Sáez Cabrera¹

I. PERFIL DEL CONSUMIDOR AMERICANO

El perfil del consumidor de vino en los Estados Unidos es muy amplio y diverso, y las preferencias varían según la región del país. Sin embargo, en rasgos generales, se puede decir que el consumidor estadounidense busca vinos con un **sabor equilibrado, fresco y afrutado**, y que tengan una buena relación **calidad-precio**.

Las bodegas gallegas se enfrentan a un mercado altamente competitivo, dominado por un gusto hacia los monovarietales, con un consumidor medio decantado hacia el consumo de uvas frescas, que todavía percibe el producto español de calidad inferior al francés e italiano.

Los profesionales del sector y consumidor habitual reconocen la calidad de las diferentes DOs y regiones gallegas (*Rias Baixas, Valdeorras, Moterrei, Ribeira Sacra y Ribeiro*), y paulatinamente los esfuerzos en educación y promoción hacen que el conocimiento se extienda hacia el consumidor medio.

A lo largo de este epígrafe, desgranaremos las tendencias de consumo del vino segmentadas por: variedad, región, edad, precio, etc. para con ello, buscar qué tendencias pueden ser beneficiosas para los productores gallegos en el momento de exportar.

A. Segmentación por variedad

Atendiendo a los tipos de vino, en Estados Unidos se bebe principalmente **vino blanco** (49.3%) y **monovarietales** de origen francés, como el Pinot Grigio y Sauvignon Blanc, y el Carbenet Sauvignon en el caso de los tintos.

Color	% 2021
Importado	25.5
White	12.4
Red	11.2
Blush/Rose/Pink	1.9
Doméstico	74.6
White	36.9
Red	33.0
Blush/Rose/Pink	4.6
TOTAL	100%

Ilustración 1. Consumo del vino importado por color (Consumo porcentual - Market Share).
Fuente: ImpactWine2022

¹ Raúl Sáez Cabrera es beneficiario del Programa IG220 - ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS PROFESIONAIS EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL de IGAPE. Actualmente, está destinado en la [Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York](#) (Estados Unidos).



Varietal	% 2021	Average Retail Price - \$	
		750ml	9l case
White		9.06	108.75
Pinot Grigio	4.0	8.75	105
Sauvignon Blanc	2.2	12.25	147
Chardonnay	1.4	6.25	75
Moscato	1.3	8.25	99
Riesling	0.5	-	-
Other Wite	0.5	8.50	102
Red		10.03	120.34
Cabernet Sauvignon	1.3	7.25	87
Malbec	1.0	11.25	135
Merlot	0.8	6	72
Pinot Noir	0.7	9	108
Shiraz	0.6	-	-
Other Red	1	8.75	105
Blush	0.2	8.25	99

Ilustración 2. Consumo del vino importado por variedad (Consumo porcentual - Market share). Fuente: ImpactWine2022

B. Segmentación por género, edad e ingresos anuales

Según datos aportados por *the Wine Handbook Beverage Information Group*, en 2021 se estima que el **58%** de los consumidores de vino importado de mesa fueron **mujeres**, perteneciente a un rango de edad entre los **24-34 años**. Además, son las principales responsables de compra de vinos en los supermercados y tiendas especializadas.

El 66% del consumo de vino procede de hogares cuya renta es superior a los 75.000\$ anuales, los cuales además tienden a realizar el consumo off-premise (83%) en casa y que a raíz de la pandemia se ha consolidado. No obstante, este dato si se analiza en términos de valor (65%), la tendencia no resulta tan marcada, lo cual es indicativo de que el consumo de vinos en restaurantes o tiendas especializadas (on-premise) sigue siendo predominantemente de más alta gama.

	21-24	24-34	34-44	45-54	55-64	65-69	70-74	75+
Imported Table Wine	4%	20%	18%	17%	17%	8%	6%	10%

Ilustración 3. Consumo del vino importado por grupos de edad (Consumo porcentual - Market share). Fuente: the Wine Handbook Beverage Information Group, 2022

	< \$30k	\$30k - \$39.9k	\$40k - \$49.9k	\$50k - \$59.9k	\$60k - \$74.9k	>\$74.9k
Imported Table Wine	9%	5%	7%	6%	8%	66%

Ilustración 4. Consumo del vino importado por ingresos anuales (Consumo porcentual - Market share). Fuente: the Wine Handbook Beverage Information Group, 2022.

C. Segmentación por precios

Para el año 2021, el segmento de vino de mesa importado con mayor demanda en Estados Unidos fue el denominado "premium" con un precio comprendido entre \$10-\$13.99 por botella de 750ml y cuota del 34.8%, seguido del vino "popular" con un precio por botella \$7 - \$9.99.

Si volvemos a la primera tabla, podemos apreciar que el precio medio de venta directo al consumidor para un vino blanco importado sería aprox. **9.06 \$ (750ml)**, alcanzando los **10.03\$ (750ml)** para los tintos. De esta manera, se consigue una estimación para la estrategia de precios que seguirán las nuevas bodegas gallegas.

Price Class	Botella 750 ml.	% Domestic	% Imported	Total %
Económico	<\$3.00	3.8%	<0.5%	3.8%
Precio-valor	\$3.00 - \$5.99	23.1%	6%	29.1%
Precio Popular	\$7.00 - \$9.99	8.1%	5.3%	13.4%
Premium	\$10-\$13.99	22.6%	12.3%	34.8
Ultra-Premium	> \$14.00	14.1	4.7	18.8

Ilustración 5. Porcentaje de consumo del vino por origen y segmento de precios. Fuente: 2022 - the Wine Handbook the Beverage Information Group, 2021.

En la siguiente tabla se muestran referencias de precios de vinos



gallegos, expresados en dólares, de diversas tiendas online de la ciudad de Nueva York (NY). Como podemos apreciar, todos los productos del 'linear' online se encuentran en el segmento premium y superior, lo que lo convierte en un producto destinado a un público más especializado.

Marcas	Wine.Com	Drizly
La Cana Albariño 2021	15.99\$	12.97\$
Martín Codax Albariño 2021	18.99\$	14.99\$
Virgen del Galir Godello 2021	21.00\$	16.99\$
Alvaredo -Hobbs Godello 2020	35.00\$	34.8\$
Lagar da Condese 2021	13.99\$	11.65\$

D. Segmentación por zona geográfica

Si nos centramos por zonas geográficas, los 10 principales centros urbanos suponen un **40% del consumo total del vino del país**. En las ciudades más cosmopolitas, como Nueva York, Boston, Chicago, Miami o San Francisco, son donde el consumidor tiene un mayor conocimiento del vino español, lo que supone también adentrarse a los mercados más saturados.

Es por lo que, si se atiende a los datos de consumo de vino per cápita, podemos descubrir mercados secundarios menos saturados con posibilidad de expansión del producto gallego.

Estado	2020	2021	Var% 2020-2021
District of Columbia	44	43.4	-1.3%
Delaware	26.1	27.6	5.1%
New Hampshire	25.3	24.7	-2.5%
Massachusetts	20.8	20.3	-2.5%
Colorado	20.3	19.5	-3.6%

Ilustración 6. Porcentaje de principales Estados con mayor consumo per cápita (litros/persona).
Fuente: ImpactWine 2022.

II. OPORTUNIDADES PARA PRODUCTORES GALLEGOS

A pesar que el mercado de vinos en los Estados Unidos es un mercado competitivo, hay una serie de oportunidades para los productores gallegos que deseen exportar vino a los Estados Unidos.

Algunas de estas oportunidades son:

- Vinos blancos y espumosos. Los vinos blancos y espumosos de Galicia, como el Albariño, Godello y Ribeiro, tienen una buena acogida en el mercado estadounidense. Los consumidores estadounidenses aprecian estos vinos por su sabor fresco y afrutado, y su acidez equilibrada.
- Programas de promoción. Estar inscrito en la Newsletter de Foods & Wines from Spain, donde se recibe información cada 2 semanas de eventos que se realizan del mercado vitivinícola.
- Servicio de consultas o asesoramiento. El departamento de vinos de la Oficina Económica y Comercial de Nueva York ofrece servicios de consultas especializadas de forma gratuita².

² Simplemente escriba su consulta a la siguiente dirección de correo electrónico:

winesfromspain.ny@comercio.mineco.es
(Le recordamos que la solicitud de



- Vinos con historia y tradición. El mercado estadounidense valora mucho los vinos con gran historia y tradición, algo que Galicia puede ofrecer. Los vinos de la Ribeira Sacra, por ejemplo, tienen una larga historia que se remonta a la época romana.
- Sostenibilidad y compromiso medioambiental. La sostenibilidad y el compromiso medioambiental son aspectos cada vez más importantes para los consumidores estadounidenses. Las bodegas gallegas que producen vino de forma sostenible y que tienen un compromiso medioambiental claro pueden tener una ventaja competitiva en el mercado estadounidense.
- Colaboración con importadores y distribuidores locales. Trabajar con importadores y distribuidores locales es esencial para entrar en el mercado estadounidense. Es importante que los productos gallegos se asocien con importadores y distribuidores que conozcan bien el mercado estadounidense y tengan experiencia en la promoción y distribución de vinos importados.

pueden ayudar a los productores gallegos a tener éxito en el mercado estadounidense.

En resumen, el mercado estadounidense ofrece muchas oportunidades para los productores gallegos que buscan exportar vino a los Estados Unidos. Los vinos blancos y espumosos, los vinos con una historia y tradición, el compromiso medioambiental y la colaboración con importadores y distribuidores locales son algunos de los aspectos que

listados de importadores y distribuidores son SS.PP. Estos servicios no son servicios gratuitos).



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

INSTITUTO GALEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA

AUTOR: RAÚL SÁEZ CABRERA

[Instituto Galego de Promoción Económica](#)

Fecha: abril 2023

internacionalizacion@igape.es

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. IGAPE no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción volcada en su contenido.

6

Si desea conocer todos los servicios que presta IGAPE en materia de internacionalización, puede visitar el siguiente [enlace](#)