



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

Canales de distribución online y venta directa

Resumen ejecutivo

Análisis de sector vitivinícola – Estados Unidos

ÁREA DE INTERNACIONALIZACIÓN

Instituto Galego de Promoción Económica



Canales de distribución online y venta directa

Raúl Sáez Cabrera¹

I. RESUMEN EJECUTIVO

Los ingresos del comercio mayorista de vinos y licores han aumentado un 1,0% anualizado en los últimos cinco años y se espera que alcancen los 130.400 M\$ en 2023 (IBISWORLD, 2023).

El aumento del gasto de los consumidores, impulsado por el consumo de vinos y licores de alto valor, ha impulsado el crecimiento de los ingresos de los mayoristas en los últimos años.

En 2020, la elevada demanda de los consumidores a nivel minorista compensó en gran medida el descenso de la demanda procedente de establecimientos de hostelería que cerraron temporalmente a causa de la COVID-19.

Lo que implicó una oportunidad para la distribución de bebidas alcohólicas. No obstante, el diferente grado de exigencia en las normativas estatales relacionadas con la distribución de alcohol en línea representan un desafío para los minoristas que operan en este ámbito.

II. INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de ventas de vino online, nos referimos a la comercialización a través de un sitio web o aplicación conectada a la red,

principalmente dirigida a consumidores finales (B2C, de empresa a consumidor). Aunque también es posible vender a establecimientos y empresas (B2B), como restaurantes, hoteles y minoristas, en este contexto nos enfocaremos en las ventas directas al consumidor final.

La estructura y regulación del mercado venían dificultando la venta online de vino en el país. Sin embargo, a raíz de la pandemia de COVID-19, la venta online de vino parece haber despegado, cómo se verá en los siguientes epígrafes.

	2019	2020	2021	% Var. 2020- 2021
B2C	6,61	8,39	8,51	1,4%
% B2C frente al total	1.89%	2.39%	2.44%	0.05%
Mercado Total	348,2	349,8	348	-0.5%

*Ilustración 1. Tamaño del mercado online en volumen (millones de cajas de 9 litros).
Elaboración propia a partir de datos de Beverage Information Group, 2022.*

Según los datos proporcionados por el *Wine Institute*, en general, el consumo de vino en los Estados Unidos tuvo una ligera disminución en el año 2021, volviendo a los niveles anteriores a la pandemia de COVID-19 y al cierre del canal de venta directa.

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).

En cuanto al volumen, se consumieron 348 millones de cajas de 9 litros, de las cuales 8,51 millones, representando el 2,4%, fueron adquiridas a través del comercio en línea. Esto indica un aumento del 1,4% en comparación con el año 2020, cuando esta modalidad de mercado experimentó un fuerte crecimiento.

Según los datos de *Wine Spectator*, el volumen de envíos de vino aumentó un 27% en 2020, lo cual fue el mayor incremento anual en la historia.

III. ACTORES PRINCIPALES

Existen múltiples actores de la venta de vino online. En el siguiente gráfico pueden verse los más importantes:

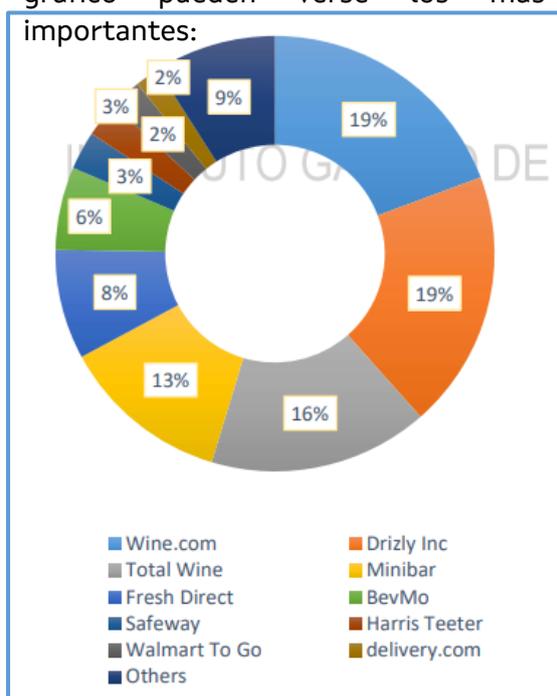


Ilustración 2. Líderes en la distribución de alcohol online. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Slice Intelligence.

Los vinos de España tienen gran reconocimiento en Estados Unidos, que es el cuarto socio comercial más importante para España en términos de importación de vino por valor. Como resultado, es fácil encontrar vinos

españoles, ya que las principales páginas web de venta de bebidas alcohólicas en el país tienen **alrededor del 5% de su catálogo** compuesto por vinos españoles. La presencia de vinos gallegos puede variar dependiendo de la plataforma y su oferta en el catálogo de productos en un momento determinado (véase Anexo – 1 donde se puede observar el porcentaje de referencias que hay en las páginas web más importantes).

Con el aumento de ventas en este canal, se espera que el número de referencias siga incrementando, puesto que ha habido un aumento en la disponibilidad de vinos gallegos en plataformas de venta en línea en Estados Unidos, debido al creciente interés y demanda por estos productos.

IV. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

En los próximos 5 años, los ingresos del sector de la venta de bebidas alcohólicas por internet crecerán a un ritmo del 2.4% alcanzando una cifra estimada de 3.500 M\$ para 2028. La demanda se normalizará a medida que los consumidores se acostumbren. La competencia de nuevos minoristas en línea y tiendas de comestibles se intensificará.

La proliferación de las ventas directas y en línea de vino entre bodegas y destilerías locales se ampliarán a medida que las excepciones a la estructura de tres escalones vayan paulatinamente disminuyendo. Como resultado, dará un aumento de uso de las herramientas ofimáticas de canal online.

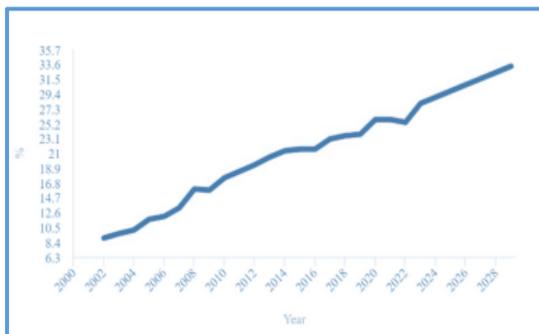


Ilustración 3. Porcentaje de negocios en USA realizados en línea online. Fuente: (IBISWORLD, 2023) Esta gráfica representa la tendencia creciente del uso de canales online

La tendencia al consumo por esta vía vendrá representada mayoritariamente por las generaciones z y millennial. Conjuntamente alcanzando en el líder e-commerce un 44% de las compras.

Si bien, dado que la cantidad que los productores que pueden vender directamente a los consumidores, es limitada. La mayoría de las ventas de vino seguirán requiriendo distribución a través de mayoristas independientes autorizados.

V. BARRERAS LEGALES A LA IMPORTACIÓN

Los productores que decidan iniciar su andadura mediante esta vía deberán obtener una serie de documentos que varían dependiendo del estado donde van a operar. Los documentos más habituales son los siguientes:

- Licencia de importación (Importer's Basic Permit).
- Licencia de distribución (Alcohol Dealer Registration).

² How To Sell Wine Online In Just 7 Steps [Step-By-Step Guide 2022] (bsscommerce.com)

- Licencia de venta minorista.
- Licencia de expedidor (Shipper's license).
- Acuerdos con los transportistas.

VI. RECOMENDACIONES PARA LOS PRODUCTORES GALLEGOS – B2C

Como mencionado previamente, existen restricciones, con diferente grado de exigencia dependiendo del estado en cuestión. Una empresa dedicada a la venta online de vinos desde España **no puede vender directamente al consumidor** americano. La operativa es muy similar al canal tradicional, y de hecho muchas bodegas españolas ofrecen sus productos sin saberlo, ya que los distribuidores hacen uso del canal. A través de esta dirección² puede consultar los requisitos y licencias que se le exigen para ello.

A consecuencia de la existencia del *Three Tier System*, un productor de vino español debe contar con un importador que introduzca el vino en el país, y contar con un distribuidor que tenga licencia en el Estado donde se quiera introducir el vino. Además, la venta online requiere una licencia de venta minorista, de acuerdo con las regulaciones de cada Estado.

En siguiente página web³ puede consultar a modo de resumen las restricciones específicas por Estado a los envíos realizados por bodegas. Así como la regulación⁴ que se aplica a los envíos realizados por minoristas.

Le recordamos también que el servicio postal de Estados Unidos no

³ Direct-To-Consumer Shipping Laws for Wineries – Wine Institute (compliancerules.org)

⁴ DtC Shipping Rules For Retailers- Sovos ShipCompliant



permite enviar paquetes que contengan alcohol. La mayoría de las entregas de vino se llevan a cabo por UPS o FedEx, y la entrega del paquete debe ser firmada por un adulto de 21 años o más.

A la hora de seleccionar un Estado, es aconsejable implantarse en alguno de los que permiten los envíos interstate (entre Estados). Esto dará la posibilidad de llegar a un mayor número de consumidores.

Si bien si, debido a la complejidad del tema se les recomienda a las empresas españolas que, antes de implantarse en Estados Unidos, busquen asesoramiento legal a fin de establecerse en un lugar que favorezca la venta online a nivel local, estatal e interestatal.

VII. ANEXOS

Empresa	Clasificación por Categoría ⁷	Página web	Trafico página web EE.UU.	Referencias totales de vino	Referencias de vino español	Referencia de vino gallego
Wine.com	6	https://www.wine.com/	1,8 millones	16,679	1.067	103
Drizly Inc	2	https://drizly.com/	4.2 millones	29.163	5.893	316
Total Wine	1	https://www.totalwine.com/	10.9 millones	23.854	1.110	26
Minibar	71	https://minibardelivery.com/	797.000	-	479	-
Fresh Direct	51	www.freshdirect.com	1.0 millones	680	40 (Manhattan, NY)	2
BevMo	20	https://www.bevmo.com	805.400	2.634	125	10
Safeway	3	https://www.safeway.com/home.html	14.5 millones	1570 (Manhattan, NY)	42	-
Harris Teeter	15	https://www.harristeeter.com/	3.6 millones	-	-	-
Walmart to Go	-	https://grocery.walmart.com/	16,1 millones	-	-	-
Delivery.com	233	https://www.delivery.com/	341.400	419	-	-
wine-searcher.com	5	https://www.wine-searcher.com/	5.5 millones	-	-	Galicia - Spain Wine Region Wine-Searcher
untappd.com	4	https://untappd.com/	4.9 millones	-	-	-

Ilustración 4. Venta online de vino español y gallego. Canales e-commerce. Fuente: Elaboración propia a través de Google Analytics. La categoría seleccionada fue Alimentos y Bebidas en Estados Unidos.

AUTOR: RAÚL SÁEZ CABRERA

Fecha: mayo 2023

[Instituto Galego de Promoción Económica](#)

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.

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