



El Vino Mundial en el Canal Alimentación

Informe Anual 2024

10-07-2025

Resumen Ejecutivo

El sector vitivinícola mundial en 2024 navegó un año de profundos desafíos y complejas transiciones, culminando en un estado de mercado definido por un equilibrio tenso y potencialmente frágil. La industria fue testigo de una contracción histórica en los volúmenes de consumo, alcanzando niveles no vistos en más de seis décadas, mientras que simultáneamente mantuvo un valor de mercado sorprendentemente resiliente, sostenido por precios medios récord. Este desacoplamiento fundamental entre volumen y valor se erige como la paradoja central de 2024, señalando cambios estructurales profundos en lugar de una recesión cíclica. Este informe proporciona un análisis exhaustivo del desempeño del mercado mundial del vino dentro del Canal de Alimentación, el ámbito crítico de supermercados, tiendas especializadas y otros puntos de venta minorista donde se vende la mayoría del vino para consumo doméstico.

Los principales impulsores de esta transformación del mercado son multifacéticos. Las persistentes presiones macroeconómicas, incluida una inflación tenaz en toda la cadena de suministro, han erosionado el poder adquisitivo del consumidor y forzado una reevaluación del gasto discrecional. Al mismo tiempo, un cambio cultural potente y acelerado hacia la salud, el bienestar y la moderación en el consumo de alcohol, particularmente entre las cohortes más jóvenes en edad legal para beber, está reduciendo estructuralmente la base de consumidores tradicional. El vino ahora se enfrenta a una competencia sin precedentes no solo de otras bebidas alcohólicas como los productos listos para beber (RTD) y las bebidas espirituosas artesanales, sino también de una floreciente categoría de productos sin y con bajo contenido de alcohol.

En medio de estas presiones, varias tendencias clave se han cristalizado dentro del Canal de Alimentación, definiendo el campo de batalla estratégico para 2025 y más allá:

- **Contracción Histórica del Volumen:** Se estima que el consumo mundial de vino cayó a un mínimo de 60 años de 214,2 millones de hectolitros en 2024. Esta disminución, reflejada por una cosecha mundial históricamente pequeña, ha creado un precario equilibrio de mercado impulsado por la escasez en lugar de una demanda robusta. El Canal de Alimentación, como principal punto de venta, ha estado en el epicentro de esta caída de volumen, con mercados importantes como EE. UU., Francia y el Reino Unido registrando caídas significativas en el volumen de ventas minoristas.
- **El Gran Cambio de Color:** Un reequilibrio fundamental de la preferencia del consumidor desde los vinos tintos hacia los estilos blancos y rosados se ha acelerado drásticamente. Esta tendencia, impulsada por un movimiento hacia opciones más ligeras y refrescantes adecuadas para una gama más amplia de ocasiones no relacionadas con las comidas, es ahora una fuerza dominante en los principales mercados minoristas. El vino blanco ha superado al tinto en volumen en muchas regiones clave, y su mayor resiliencia es una característica crítica del panorama actual.
- **La Paradoja de la Premiumización:** El Canal de Alimentación se ha convertido en el escenario clave para un complejo patrón de comportamiento del consumidor. Si bien la tendencia de "menos pero mejor" continúa, con los consumidores dispuestos a pagar más por botella por una calidad percibida, las presiones económicas están impulsando simultáneamente una búsqueda de valor. Esto ha llevado a una polarización del mercado, con crecimiento en los niveles premium (>20 \$) y de valor/marca blanca, y un "vacío" del mercado intermedio. Los vinos con precios en el rango intermedio se enfrentan a una inmensa presión, careciendo de una propuesta de valor clara tanto para el consumidor consciente de los costos como para el que busca experiencias.
- **Imperativos Estratégicos para una Nueva Era:** La confluencia de estas tendencias necesita una respuesta estratégica decisiva por parte de todos los actores de la industria. Para los productores, importadores y distribuidores, el éxito en el Canal de Alimentación ya no se logrará mediante ajustes incrementales, sino a través de una adaptación audaz. Los imperativos clave para 2025 incluyen una realineación fundamental de la cartera para capitalizar el cambio de color, el desarrollo de una estrategia clara de niveles de precios que se dirija decididamente al valor o al premium, y la adopción de envases innovadores y una narrativa de marca auténtica —particularmente en torno a la

sostenibilidad— para conectar con una base de consumidores fragmentada y exigente.

Este informe desglosará estas dinámicas globales, proporcionando un análisis detallado a nivel regional y de país, un desglose granular del desempeño de la categoría en el comercio minorista y una perspectiva estratégica orientada al futuro, diseñada para equipar a los profesionales de la industria del vino con los datos y la comprensión necesarios para navegar en este nuevo y desafiante panorama de mercado.

Sección 1: Panorama del Mercado Mundial del Vino en 2024: Un Nuevo y Tenso Equilibrio

La industria vitivinícola mundial en 2024 se caracterizó por una compleja interacción de fuerzas climáticas, económicas y sociales que han remodelado los cimientos de la oferta y la demanda. El año será recordado no por el crecimiento, sino por un tenso reequilibrio del mercado, donde mínimos históricos en producción y consumo crearon una frágil estabilidad. Antes de profundizar en el desempeño específico dentro del entorno minorista, es esencial comprender este contexto general, que sienta las bases para los desafíos y oportunidades presentes en el lineal del supermercado.

1.1 Introducción: Definiendo el Canal de Alimentación

A los efectos de este análisis, el "Canal de Alimentación" (también conocido como canal minorista o de gran distribución) abarca todos los puntos de venta físicos donde el consumidor final compra vino para consumo privado o doméstico. Esto incluye un amplio espectro de establecimientos: supermercados e hipermercados, tiendas de barrio o de proximidad, tiendas especializadas en vinos y licores, grandes almacenes, tiendas de descuento, comercio tradicional, mercados municipales y tiendas de conveniencia.

De manera crucial, el alcance de este informe excluye deliberadamente todos los canales en línea, digitales o de comercio electrónico. Si bien el canal en línea ha

ganado importancia, el entorno minorista físico sigue siendo la base del mercado mundial del vino, representando la gran mayoría del volumen y valor de las ventas. Según el análisis de mercado de Grand View Research, el canal de distribución *off-trade* (fuera del local) dominó con una cuota de ingresos del 77,9% del mercado mundial del vino en 2024.¹ En el mercado más grande del mundo, Estados Unidos, esta cifra es igualmente alta, con los canales

off-trade representando más del 68,5% del mercado.² Esta abrumadora cuota subraya la importancia crítica de comprender las dinámicas dentro de este canal específico. El pasillo del supermercado, el expositor de la vinoteca y la nevera de la tienda de conveniencia son los lugares donde se toman la mayoría de las decisiones de los consumidores, convirtiendo al Canal de Alimentación en el principal campo de batalla para la visibilidad de la marca, la cuota de mercado y la rentabilidad.

1.2 El Gran Desacoplamiento: Contracción del Volumen vs. Resiliencia del Valor

La narrativa definitoria del mercado mundial del vino en 2024 es un mercado desacoplamiento de sus dos métricas más fundamentales: volumen y valor. Mientras que la cantidad de vino consumido se desplomó a mínimos históricos, el valor monetario total del mercado demostró una resiliencia notable, aunque engañosa.

Se estima que el consumo mundial de vino en 2024 se contrajo un significativo 3,3% desde los ya bajos niveles de 2023, estableciéndose en una cifra preliminar de 214,2 millones de hectolitros (mhl).³ Esta cifra representa el volumen de consumo global más bajo registrado desde 1961, marcando un nadir para la industria no visto en más de dos generaciones.⁵ Esto no es una anomalía de un año, sino la continuación de una preocupante tendencia a la baja que ha estado en vigor desde 2018, exacerbada por el clima económico mundial.⁸

Esta caída en la demanda se encontró con una crisis igualmente dramática en el lado de la oferta. Por segundo año consecutivo, condiciones climáticas extremas e impredecibles —desde heladas tardías y fuertes lluvias hasta sequías severas y la consiguiente presión de enfermedades— devastaron los viñedos tanto en el Hemisferio Norte como en el Sur. El resultado fue una cifra de producción mundial de vino de solo 225,8 mhl, una disminución del 4,8% con respecto al año anterior y la cosecha mundial más pequeña en más de 60 años.³

En un mercado convencional, un colapso concurrente tanto en la oferta como en la demanda señalaría una profunda crisis estructural. Sin embargo, las métricas de valor de 2024 cuentan una historia diferente. El valor total de las exportaciones mundiales de vino se mantuvo notablemente firme en un estimado de 35,9 mil millones de euros, cayendo solo un 0,3% en comparación con el récord establecido en 2023.³ Esta estabilidad se logró porque el precio medio del vino exportado se mantuvo en el máximo histórico de 3,60 € por litro, un nivel alcanzado por primera vez en 2023 y casi un 30% por encima de los precios prepandémicos.⁴

Este fenómeno revela que el aparente equilibrio del mercado no es un signo de salud, sino una consecuencia de la escasez. La Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) señala que dos años consecutivos de baja producción han reequilibrado efectivamente el mercado al reducir la oferta para satisfacer la demanda estructuralmente debilitada.⁴ Este es un equilibrio impulsado por la oferta, no por la demanda. Es un equilibrio frágil sostenido por choques externos (cambio climático) y presiones inflacionarias, no por fundamentos sólidos del consumidor. Esta situación presenta un riesgo latente significativo para la industria. Si una cosecha futura volviera a rendimientos normales o superiores a la media, el mercado podría inundarse instantáneamente con un exceso de oferta que la base de consumidores disminuida no puede absorber, lo que podría llevar a una corrección de precios brusca y dolorosa. Los productores y distribuidores que se han acostumbrado a precios unitarios altos para cubrir sus propios costos inflados se encuentran en una posición particularmente precaria, ya que la base de volumen subyacente se ha erosionado fundamentalmente.

1.3 Los Obstáculos Macroeconómicos: Inflación y Cambios en el Estilo de Vida

La precipitada disminución del volumen de consumo de vino no ocurre en el vacío. Es el resultado de poderosas fuerzas macroeconómicas y sociales que están remodelando fundamentalmente el comportamiento del consumidor. Dos obstáculos principales definieron el mercado en 2024: la inflación persistente y un profundo cambio en el estilo de vida y las prioridades de salud.

En primer lugar, el entorno inflacionario global que comenzó en 2022 continuó ejerciendo presión en toda la cadena de valor del vino. El aumento de los costos de la energía, las materias primas (como botellas de vidrio y etiquetas) y el transporte se trasladó de los productores a los distribuidores y, finalmente, a los minoristas, lo que

resultó en precios más altos en los lineales para los consumidores.³ Esto ocurrió en un momento en que los propios consumidores lidiaban con un poder adquisitivo disminuido debido al aumento del costo de vida. A medida que los hogares ajustaban sus presupuestos, el gasto discrecional en artículos no esenciales como el vino a menudo se reducía. Esta presión económica ha hecho que los consumidores sean más cautelosos, selectivos y sensibles al precio, contribuyendo directamente a la reducción de la frecuencia y el volumen de compra.¹¹

En segundo lugar, y quizás más estructuralmente significativo, está el acelerado cambio cultural hacia la moderación en el consumo de alcohol. Esta tendencia, a menudo denominada "curiosidad sobria", es particularmente pronunciada entre los consumidores más jóvenes en edad legal para beber, a saber, los *Millennials* y la Generación Z.¹¹ Movimientos como el "Enero Seco" (

Dry January) han pasado de ser de nicho a ser convencionales, y una creciente conciencia sobre la salud y el bienestar está llevando a muchos a reducir activamente su consumo de alcohol.¹¹ Este comportamiento es reforzado por los mensajes de salud pública de organismos influyentes como la Organización Mundial de la Salud (OMS), que ha promovido el mensaje de que "no hay una cantidad segura de alcohol", una postura que resuena fuertemente con las personas conscientes de la salud.¹¹

Esta tendencia a la moderación se ve agravada por una competencia intensificada de otras categorías de bebidas que están captando la atención y las carteras de estos grupos demográficos más jóvenes. La conveniencia, los sabores novedosos y la marca moderna de las bebidas listas para beber (RTD), junto con el dinamismo de las bebidas espirituosas artesanales y la cerveza artesanal, han creado un campo mucho más concurrido y competitivo por la "cuota de garganta" del consumidor.¹¹ El vino, a menudo percibido como más tradicional o que requiere más conocimiento, está perdiendo ocasiones frente a estas alternativas más accesibles, especialmente en entornos sociales no relacionados con la comida. Juntos, estos obstáculos económicos y de estilo de vida han creado una tormenta perfecta, impulsando la disminución estructural en el volumen de consumo de vino que definió 2024.

Tabla 1: Mercado Mundial del Vino: Resumen de Métricas Clave (2023 vs. 2024)

Esta tabla proporciona una instantánea de alto nivel de la situación global, utilizando los datos de la OIV como fuente principal para ilustrar los temas centrales de la sección. Sirve como referencia fundamental para todo el informe.

Métrica	2023	2024 (Preliminar)	% Cambio (2024 vs.
---------	------	-------------------	--------------------

			2023)
Consumo Total (mhl)	221,0	214,2	-3,3%
Producción Total (mhl)	237,3	225,8	-4,8%
Volumen Total de Exportación (mhl)	99,9	99,8	-0,1%
Valor Total de Exportación (miles de millones de EUR)	36,0 €	35,9 €	-0,3%
Precio Medio de Exportación (EUR/l)	3,60 €	3,60 €	0,0%

Fuente: OIV Estado del Sector Vitivinícola Mundial en 2024 ³

Los datos de la Tabla 1 cuantifican crudamente el "Gran Desacoplamiento" que caracterizó el mercado de 2024. El significativo cambio negativo tanto en los volúmenes de consumo como de producción contrasta fuertemente con el cambio casi nulo en el volumen, valor y precio medio de exportación. Esta visualización refuerza la tensión central del año: un mercado donde el volumen está en crisis, pero el valor se mantiene artificialmente por una combinación de baja oferta y precios altos. Esto prepara el escenario para una investigación más profunda sobre cómo estas presiones globales se manifiestan dentro de los entornos minoristas críticos de los países clave.

Sección 2: Análisis en Profundidad: Análisis Regional y por Países en el Canal de Alimentación

Si bien los datos globales proporcionan una visión general crucial, las verdaderas dinámicas del mercado del vino se revelan a nivel nacional y regional. Las macrotendencias de disminución del volumen, polarización de precios y cambios en las preferencias de los consumidores no son uniformes; se manifiestan con una intensidad y un carácter únicos en diferentes mercados. Esta sección ofrece un análisis profundo del rendimiento del vino dentro del Canal de Alimentación de los

países consumidores más significativos del mundo, analizando cómo estas fuerzas globales están moldeando la realidad en el lineal minorista.

2.1 América del Norte: El Mercado Estadounidense Bajo Presión

Estados Unidos continúa manteniendo su posición como el mercado consumidor de vino más grande del mundo por volumen total, lo que convierte su desempeño en un barómetro para la industria global. Sin embargo, en 2024, el mercado estadounidense no fue inmune a las presiones que azotan al sector, experimentando una contracción significativa que resalta su vulnerabilidad a los mismos obstáculos que afectan a los mercados europeos maduros.

Descenso del Consumo y Dinámicas del Canal

En 2024, el consumo de vino en EE. UU. experimentó una notable disminución, con la OIV estimando una caída del 5,8% a 33,3 millones de hectolitros.⁶ Otros analistas de la industria sitúan la disminución en un rango similar, del 3% al 5%.¹⁸ Esta contracción también se refleja a nivel individual, con el consumo per cápita continuando su tendencia a la baja, cayendo desde un pico de más de 10 litros por persona a un estimado de 9,8 litros en 2024.¹

El Canal de Alimentación, o sector *off-premise*, es el peso pesado indiscutible en el mercado del vino de EE. UU., representando más del 68,5% de las ventas.² Esto convierte el rendimiento minorista en un indicador crítico de la salud general del mercado. Aquí, los datos pintan un panorama desafiante. Según la revisión del año 2024 de NielsenIQ, el vino sufrió las caídas más pronunciadas entre todas las principales categorías de alcohol en los canales

off-premise, cayendo un 3,5% en valor y un drástico 5,3% en volumen.²⁰ Los datos de la Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA) corroboran esto, informando una disminución del 8% en las ventas de vino de mayoristas a minoristas para el período de 12 meses que finalizó en agosto de 2024.²¹ Esto indica que el vino está perdiendo espacio en los lineales e interés del consumidor en relación con las bebidas espirituosas y los segmentos resilientes del mercado de la cerveza.

La Paradoja de la Premiumización en el Comercio Minorista de EE. UU.

El Canal de Alimentación de EE. UU. es el escenario principal de la "paradoja de la premiumización", un complejo comportamiento del consumidor donde el mercado se polariza hacia los extremos opuestos del espectro de precios. Si bien el volumen general se está reduciendo, el segmento premium ha mostrado una notable resiliencia, un fenómeno impulsado por el espíritu de "menos pero mejor".

El análisis del informe del mercado del vino de BMO de 2024 encontró que las bodegas con un precio medio por botella de más de 20 \$ superaron significativamente a las de menos de 20 \$.²³ Específicamente, el aumento medio de las ventas para los vinos en el rango de precios de 20 \$ a 50 \$ fue del 12%, el doble de la tasa de crecimiento de los vinos por debajo de 20 \$.²³ Los datos de escaneo minorista de NIQ iluminan aún más esta tendencia, mostrando que el nivel de precios de 20 \$-24,99 \$ fue un motor de crecimiento clave en las ventas

off-premise, mientras que los vinos con un precio superior a 25 \$ se mantuvieron relativamente planos, un fuerte desempeño en un mercado en declive.²⁴

Por el contrario, los niveles de valor y de precio medio-bajo están experimentando una severa contracción. Los mismos datos de NIQ revelaron que los vinos con un precio entre 8 \$ y 10,99 \$ experimentaron las mayores caídas, con una disminución de casi el 9%.²⁴ Los datos de SipSource se hacen eco de esto, con el segmento de 8 \$-10,99 \$ cayendo un 12,7% en todos los canales.²¹ Esta bifurcación está llevando a un "vacío" del mercado intermedio. Los consumidores que entran en un supermercado están optando por una botella premium para una experiencia en casa o por una opción orientada al valor para el consumo diario. El vasto terreno intermedio, que una vez fue la columna vertebral del mercado, se está reduciendo al tener dificultades para ofrecer una propuesta clara a cualquiera de las dos mentalidades de consumo.

El Cambio de Color en el Comercio Minorista de EE. UU.

En ningún lugar es más evidente el "Gran Cambio de Color" global que en los lineales de los minoristas de EE. UU. El dominio del vino tinto, mantenido durante mucho

tiempo, ha sido desafiado de manera decisiva y, en muchas métricas, superado por el auge del vino blanco. Los datos de Market.us para 2024 muestran que el vino blanco captura una cuota de mercado dominante de más del 52,2% en EE. UU.²

Este cambio es impulsado por una confluencia de factores perfectamente alineados con los estilos de vida de los consumidores modernos. Como señalan los analistas de la industria, el movimiento hacia el consumo de vino en ocasiones más informales y no centradas en la comida —como en una reunión social o antes de la cena— favorece el perfil más ligero y refrescante de la mayoría de los vinos blancos sobre los tintos más pesados y tánicos.²⁵ Además, la tendencia al bienestar y el deseo de bebidas con menor contenido de alcohol también empujan a los consumidores hacia los blancos, que generalmente se perciben y a menudo son más bajos en alcohol.²⁵ Finalmente, el precio juega un papel; los datos de NIQ muestran que los vinos tintos cuestan en promedio más de 2 \$ más por botella de 750 ml que los vinos blancos (10,57 \$ vs. 8,33 \$), lo que hace que los vinos blancos sean una opción más accesible para los consumidores sensibles al precio.²⁴ El resultado es una reordenación fundamental de la categoría de vinos, con variedades como Sauvignon Blanc y Pinot Grigio mostrando una fortaleza particular.¹⁹

El entorno minorista de EE. UU. sirve como un microcosmos de las presiones globales que enfrenta la industria del vino. La disminución del volumen, la polarización de los precios, el drástico cambio en la preferencia de color y la influencia de una nueva generación de consumidores se están desarrollando con una intensidad amplificadas en este mercado. Para cualquier productor internacional, el éxito en el Canal de Alimentación de EE. UU. ahora requiere una estrategia altamente específica y adaptable. Un vino tinto genérico de precio medio se enfrenta a una amenaza existencial, mientras que un vino blanco fresco y bien comercializado a un precio premium o un vino en caja de alta calidad y orientado al valor tienen un camino mucho más claro hacia el éxito. El mercado estadounidense se ha convertido en la prueba de fuego definitiva para la capacidad de una marca de vino de comprender y adaptarse a la nueva realidad del consumidor.

2.2 Europa: El Núcleo Tradicional Navega el Declive y la Adaptación

Europa, el corazón histórico de la producción y el consumo de vino, está lidiando con una transformación profunda y acelerada. Si bien sigue siendo la región consumidora más grande del mundo, representando el 48% del total mundial en 2024, sus

mercados maduros están a la vanguardia del declive estructural del consumo. Cada país importante presenta un caso de estudio único sobre cómo estas presiones están remodelando los paisajes minoristas y los hábitos de los consumidores.

Francia: Un Cambio Cultural en el Corazón

La erosión a largo plazo del consumo de vino en Francia, una tendencia que lleva décadas gestándose, continuó su ritmo constante en 2024. El consumo interno total cayó otro 3,6%, alcanzando los 23,0 millones de hectolitros, el nivel más bajo desde 1961.¹⁷ Este declive es particularmente agudo dentro del Canal de Alimentación, el principal punto de compra para los consumidores franceses.

Los datos de ventas en supermercados revelan la profundidad del desafío. Para el período de enero a noviembre de 2024, las ventas de vino tranquilo en los puntos de venta minoristas franceses cayeron un 4,9% en volumen y un 3,1% en valor en comparación con el año anterior.²⁶ Un análisis más detallado de Circana que cubre los 12 meses hasta agosto de 2024 confirma esta tendencia, mostrando una caída de volumen del 4,3% para el vino tranquilo.²⁸

El cambio más sísmico está ocurriendo dentro de las categorías de color. En un país culturalmente sinónimo de vino tinto, sus ventas en supermercados se han desplomado, cayendo un 7,2% en volumen. Los vinos rosados también sufrieron, con una caída de volumen del 3,4%. En marcado contraste, los vinos blancos han demostrado una notable resiliencia, con las ventas en volumen disminuyendo solo un 0,2%, mientras que su *valor* de ventas aumentó un 2,6%.²⁸ Esto indica un claro giro del consumidor hacia los vinos blancos, y una disposición a pagar más por ellos, incluso mientras reducen el consumo de tintos. Esto no es simplemente una fluctuación del mercado; es una reordenación fundamental del paladar francés, con profundas implicaciones para los productores de regiones como Burdeos y el Valle del Ródano. El declive es universal en todos los niveles de denominación, e incluso los prestigiosos vinos AOP vieron una caída del 5,4% en el volumen minorista, lo que indica que la herencia por sí sola ya no es un escudo contra las cambiantes mareas de los consumidores.²⁸

Alemania: Un Mercado Definido por el Precio y el Pragmatismo

Alemania sigue siendo una piedra angular del mercado europeo del vino, pero su carácter es claramente diferente al de sus vecinos. En 2024, el consumo cayó aproximadamente un 3%⁶, parte de un declive más amplio atribuido a cambios demográficos y una mayor conciencia de los costos.²⁹

El panorama minorista alemán es ferozmente competitivo y está dominado por el precio. Los minoristas de alimentos representan el 64% de todas las compras de vino, y dentro de eso, las tiendas de descuento como Aldi y Lidl tienen una enorme cuota de mercado del 37%.³⁰ Esta estructura hace que el consumidor alemán sea muy sensible al precio, un hecho que se refleja en el bajo precio medio de importación del país de solo 1,85 € por litro en la primera mitad de 2024, significativamente por debajo de la media mundial.³¹

Las preferencias de los consumidores en el comercio minorista alemán reflejan las tendencias mundiales. El vino rosado está ganando impulso, con su cuota de mercado creciendo un punto porcentual hasta el 14% en 2024, en gran parte a expensas del vino tinto, cuya cuota cayó al 39%.³⁰ El vino blanco sigue siendo la categoría dominante con una cuota del 47%, y hay una fuerte y creciente preferencia por los vinos alemanes nacionales, particularmente variedades como Pinot Gris y Pinot Blanc.³⁰ Quizás la tendencia más dramática es el crecimiento explosivo en el segmento de vinos sin alcohol. Según el Instituto Alemán del Vino (DWI), las compras de vinos sin alcohol aumentaron un increíble 86% en 2024 en comparación con 2023.³⁰ Si bien esto parte de una base muy pequeña —el segmento todavía solo tiene una cuota de mercado del 1,5%—, el rápido aumento tanto en la base de compradores (+17%) como en las tasas de recompra señala una oportunidad significativa y una clara dirección del interés del consumidor.³⁰

Reino Unido: Navegando la Inflación, los Impuestos y los Gustos Cambiantes

El Reino Unido se erige como uno de los mercados de importación más importantes y dinámicos del mundo, valorado en aproximadamente 15 mil millones de libras en 2024.³² Sin embargo, es un mercado bajo una intensa presión por la alta inflación y un complejo nuevo sistema de impuestos sobre el alcohol introducido en 2023, que ha aumentado los costos para los consumidores.³⁴

Esta sensibilidad al precio es claramente visible en las estrategias de importación del país. Si bien el volumen total de importación aumentó ligeramente en 2024, recuperándose de los mínimos de 2023, el valor total de estas importaciones cayó. Esto fue impulsado por un aumento significativo en las importaciones de vino a granel, que luego se embotella en el Reino Unido para ahorrar en costos de envío e impuestos. En consecuencia, el precio medio por litro de vino importado cayó de 3,29 £ en 2023 a 3,10 £ en 2024, ya que los importadores buscaron un abastecimiento más económico para mitigar los crecientes costos.³⁵

Dentro del Canal de Alimentación del Reino Unido, que domina las ventas, el comportamiento del consumidor está polarizado. Hay una clara tendencia hacia el valor, pero también un fuerte crecimiento en los segmentos premium. El vino espumoso continúa su impresionante trayectoria de crecimiento, con ventas que han aumentado drásticamente desde 2018.³² El rosado es otra área de crecimiento clave, con datos de CGA by NIQ que muestran que las ventas de rosado premium por valor se dispararon un 18,9%, superando con creces a los vinos tintos o blancos premium.³⁶ Un punto brillante significativo es el desempeño del vino nacional inglés y galés. Desafiando la tendencia mundial de disminución del consumo, las ventas de vinos de producción local crecieron un 10% el año pasado, destacando un creciente interés de los consumidores en productos locales de alta calidad.³²

Italia y España: Una Historia de Dos Mercados Resilientes, Aunque Desafiados

Los principales países productores del sur de Europa presentaron un panorama más complejo en 2024. Italia mostró una notable resiliencia, con datos de la OIV que sugieren que el consumo total se mantuvo estable, incluso registrando un aumento marginal del +0,1%.⁶ Sin embargo, una mirada más cercana revela cambios bajo la superficie. El análisis del rendimiento de los canales en Italia indica que las ventas en el canal

on-premise (Horeca) están perdiendo terreno, mientras que las ventas directas al consumidor han aumentado ligeramente, lo que sugiere que el consumo en el hogar a través del comercio minorista y las compras directas está sosteniendo el mercado.³⁷

El desempeño de España está sujeto a informes contradictorios, lo que destaca los desafíos de obtener una visión única y clara del mercado. Los datos de la OIV apuntan a un modesto aumento del consumo del 1,2% en 2024.⁶ Sin embargo, el análisis de

Euromonitor sugiere que las ventas totales de volumen de vino continuaron cayendo tanto en los canales

on-trade como *off-trade*, con una demanda lenta, particularmente para la vasta producción de vino tinto del país, lo que llevó a una situación de exceso de oferta.³⁸ Dados los bien documentados desafíos climáticos y los problemas de exceso de oferta en regiones como La Mancha, la evaluación más cautelosa es probablemente más cercana a la realidad sobre el terreno. Tanto para Italia como para España, aunque las cifras de consumo principales puedan parecer estables, las dinámicas subyacentes dentro del Canal de Alimentación probablemente estén bajo presión, reflejando las tendencias europeas más amplias de sensibilidad al precio y cambios en las preferencias de color.

Tabla 2: Top 10 Países Consumidores de Vino (Enfoque en Canal de Alimentación): Análisis de Volumen, Valor y Precio (2024)

Esta tabla clasifica a los principales países consumidores y proporciona métricas básicas, permitiendo una comparación directa del tamaño y carácter del mercado. Utiliza los datos de consumo total de la OIV como base y aplica cuotas estimadas del canal *off-trade* para derivar cifras específicas del Canal de Alimentación.

País	Consumo Total (mhl) ³	Cuota Est. Canal Alimentación (%)	Volumen Est. Canal Alimentación (mhl)	Valor Est. Mercado Minorista (miles de millones USD)	Precio Medio Minorista Est. (USD/l)
EE. UU.	33,3	68,5% ²	22,8	75,27 \$ ³⁹	3,30 \$
Francia	23,0	73,3% (Vino de Mesa) ⁴⁰	16,9	51,29 \$ ⁴⁰	3,04 \$
Italia	22,3	75,0% (Est.)	16,7	30,00 \$ (Est.)	1,80 \$
Alemania	17,8	64,0% ³⁰	11,4	25,00 \$ (Est.)	2,19 \$
Reino Unido	12,8	77,0% (Est.)	9,9	~19,00 \$ (15 mil millones £) ³²	1,92 \$

España	9,8	72,2% (Vino de Mesa) ⁴¹	7,1	32,49 \$ ⁴¹	4,58 \$
Rusia	8,6	70,0% (Est.)	6,0	15,00 \$ (Est.)	2,50 \$
Argentina	7,7	70,0% (Est.)	5,4	5,00 \$ (Est.)	0,93 \$
Australia	5,4	70,0% (Est.)	3,8	8,81 \$ ⁴²	2,32 \$
Canadá	4,8	70,0% (Est.)	3,4	9,71 \$ ⁴²	2,86 \$

Notas: La Cuota del Canal de Alimentación y el Valor del Mercado Minorista se basan en una variedad de fuentes y metodologías y deben considerarse estimaciones para ilustrar el carácter del mercado. La cuota para Francia y España se basa en la cuota del canal off-trade del segmento dominante de vino de mesa. Otras cuotas se estiman en base a informes de estructura de mercado. El valor para el Reino Unido se ha convertido desde GBP. El Precio Medio Minorista se calcula a partir del valor y volumen estimados y es para fines ilustrativos.

Esta tabla comparativa resalta las vastas diferencias en la estructura del mercado. El alto precio medio minorista de España, por ejemplo, parece anómalo y puede reflejar la metodología específica de los datos de origen, que podría estar capturando una definición de mercado más amplia que solo el comercio minorista. En contraste, los bajos precios estimados en el Reino Unido e Italia reflejan entornos minoristas altamente competitivos y orientados al valor. EE. UU. y Francia muestran precios relativamente altos, indicativos de fuertes segmentos premium dentro de sus grandes canales minoristas.

2.3 Dinámicas Per Cápite: El Rostro Cambiante del Consumidor de Vino

Ir más allá de los totales nacionales para llegar a las métricas per cápita revela la verdadera naturaleza de la cultura de consumo de vino y el impacto tangible de la tendencia "menos pero mejor". Analizar cuánto bebe un individuo promedio y, lo que es más importante, cuánto gasta, proporciona una lente poderosa para comprender la madurez del mercado, la rentabilidad y el potencial futuro.

Consumo Per Cápita (Volumen)

En términos per cápita, las naciones productoras europeas tradicionales continúan liderando el mundo por un margen significativo. En 2024, se estima que Portugal tiene el consumo más alto con unos impresionantes 61,1 litros por habitante, seguido de Italia (42,7 litros) y Francia (41,5 litros).⁸ Estas cifras, aunque todavía altas, representan una disminución a largo plazo desde sus picos históricos.

En marcado contraste, el mercado más grande del mundo por volumen total, Estados Unidos, tiene una tasa de consumo per cápita mucho más modesta. Las estimaciones para 2024 sitúan la cifra en aproximadamente 9,8 litros por persona, calculada a partir de los datos de volumen de la OIV y las cifras del censo de EE. UU.¹⁹ Esta enorme brecha ilustra la diferencia entre un mercado con una cultura del vino profundamente arraigada y de alta frecuencia (como Portugal o Francia) y un mercado donde el consumo es menos frecuente, aunque repartido entre una población mucho mayor (EE. UU.). Si bien la baja cifra de EE. UU. sugiere un margen significativo para el crecimiento, la actual tendencia a la baja indica que realizar este potencial es un desafío formidable. Otros mercados anglosajones clave como el Reino Unido (aprox. 18,2 litros) y Australia se sitúan entre estos dos extremos.³⁵

Gasto Per Cápita (Valor)

El análisis se vuelve particularmente revelador al comparar el volumen per cápita con el gasto per cápita. Esta métrica llega al núcleo del valor y la rentabilidad del mercado. Si bien un consumidor en Francia puede beber cuatro veces el volumen de un consumidor en Estados Unidos, la disparidad en el gasto es significativamente menor, lo que refleja el precio medio más alto por botella en el mercado estadounidense.

Al crear una métrica de gasto per cápita estimada —derivada de las estimaciones del valor total del mercado minorista y los datos de población— podemos clasificar los mercados en arquetipos distintos. Esto revela una distinción crucial para cualquier negocio vinícola global: no todos los consumidores son iguales en términos de valor económico.

Este análisis delinea claramente diferentes tipos de mercado. Alemania, por ejemplo,

emerge como un mercado de alto volumen y bajo gasto. Su consumo per cápita relativamente alto se combina con un precio medio minorista bajo, resultado directo de un entorno minorista dominado por las tiendas de descuento y una base de consumidores condicionada a buscar valor.³⁰ Una estrategia para el Canal de Alimentación de Alemania debe estar agudamente enfocada en el volumen, la eficiencia y la entrega de calidad a un precio competitivo.

Estados Unidos representa el arquetipo opuesto: un mercado de menor volumen y mayor gasto. Su modesto consumo per cápita se compensa con un precio medio minorista más alto, impulsado por el fuerte desempeño del segmento premium.²³ Una estrategia exitosa para el Canal de Alimentación de EE. UU. debe estar liderada por la marca, centrándose en las señales de calidad, la narrativa del origen y la justificación de un precio premium para el consumidor.

El Reino Unido ocupa un complejo terreno intermedio, exhibiendo características de ambos. Es un mercado con alta sensibilidad al precio y una fuerte presencia de marcas blancas, pero también posee una base de consumidores muy comprometida que impulsa un crecimiento robusto en las categorías de rosado premium y vino espumoso.³⁵

Esta segmentación estratégica basada en las dinámicas per cápita es crítica. Demuestra que una estrategia de exportación única para todos está condenada al fracaso. La asignación de recursos, la selección de carteras y los mensajes de marketing deben adaptarse al comportamiento económico específico del consumidor en el Canal de Alimentación de cada mercado objetivo.

Tabla 3: Consumo y Gasto Per Cápita de Vino en Mercados Clave (Canal de Alimentación, 2024)

Esta tabla compara directamente las métricas per cápita para resaltar los diferentes comportamientos de los consumidores y las estructuras de mercado en todo el mundo.

País	Consumo Per Cápita (Litros)	Población (2024, millones)	Gasto Per Cápita Est. (USD)
Portugal	61,1 ⁸	10,4 ⁴³	150 \$ (Est.)
Francia	41,5 ⁸	66,5 ⁴³	771 \$ ⁴⁰

Italia	42,7 ⁸	59,3 ⁴³	506 \$ (Est.)
Suiza	29,7 ⁸	9,0 ⁴³	800 \$ (Est.)
Alemania	22,2 ²⁹	84,6 ⁴³	295 \$ (Est.)
Reino Unido	18,2 ³⁵	69,1 ⁴³	275 \$ (Est.)
EE. UU.	9,8 ¹⁹	345,4 ⁴³	218 \$ ³⁹
Australia	22,0 ⁴⁴	27,0 ⁴³	326 \$ ⁴²
España	22,0 ⁴⁴	47,9 ⁴³	678 \$ ⁴¹
Canadá	12,0 (Est.)	39,7 ⁴³	244 \$ ⁴²

Notas: Las cifras de Consumo Per Cápita provienen de diversas fuentes y pueden reflejar el mercado total, no solo el Canal de Alimentación. Los datos de población son de las estimaciones de Worldometers para 2024. El Gasto Per Cápita se calcula utilizando datos estimados del valor del mercado minorista de fuentes como Grand View Research y Statista, divididos por la población, y es para fines ilustrativos y comparativos. Las altas cifras para Francia y España reflejan las metodologías de valor de mercado total de sus respectivas fuentes.

La tabla proporciona una poderosa herramienta de un vistazo para la priorización estratégica. El alto gasto per cápita en mercados como Francia y España, a pesar de sus desafíos, muestra el inmenso valor que albergan. Por el contrario, el menor gasto per cápita en el Reino Unido y Alemania, junto con sus grandes poblaciones, destaca la escala del segmento orientado al valor. La cifra de EE. UU., aunque más baja que la de muchos homólogos europeos, representa un mercado premium masivo y accesible cuando se multiplica por su vasta base de consumidores.

Sección 3: Deconstruyendo la Categoría de Vinos en el Comercio Minorista

Para comprender completamente la transformación que está ocurriendo en el Canal de Alimentación, es necesario mirar más allá de los datos agregados y deconstruir la

categoría "vino" en sus partes constituyentes. El desempeño del vino en 2024 no fue monolítico; fue una historia de declive en algunos segmentos y de crecimiento dinámico en otros. Los cambios en la preferencia del consumidor con respecto al color, el precio y el envase están redefiniendo la composición del pasillo de vinos del supermercado promedio.

3.1 El Gran Cambio de Color: El Ascenso del Blanco y el Rosado

La tendencia más significativa a nivel de producto en el mercado mundial del vino es el cambio estructural y acelerado en el consumo desde el vino tinto hacia los estilos blanco y rosado. Este "Gran Cambio de Color" ya no es una tendencia emergente, sino una fuerza de mercado dominante que está remodelando la producción y la estrategia minorista en todo el mundo.

El análisis de la OIV ha confirmado la naturaleza a largo plazo de esta evolución. La producción mundial de vino blanco superó definitivamente a la de vino tinto en 2013, y la brecha se ha ampliado desde entonces. En las últimas dos décadas, la cuota de producción de vino blanco ha aumentado de un promedio del 46% al 49%, mientras que la cuota del vino tinto ha caído del 48% al 43%.⁴⁵ Este cambio en la producción es una respuesta directa a la evolución de la demanda del consumidor.

En el Canal de Alimentación, este cambio se refleja vívidamente en los datos de ventas de 2024:

- **La Retirada del Tinto:** El vino tinto tranquilo sigue siendo la categoría individual más grande por valor minorista global, con una proyección de generar 183,8 mil millones de dólares en 2024.⁴² Sin embargo, esta cifra agregada oculta una rápida erosión de su dominio en los mercados occidentales clave. En el sector minorista francés, un bastión tradicional del vino tinto, el volumen de ventas se desplomó un 7,2% en el año hasta agosto de 2024, una caída mucho más pronunciada que cualquier otro color.²⁸ Esto señala un cambio profundo en los hábitos de consumo diarios.
- **El Ascenso del Blanco:** El vino blanco tranquilo es el claro beneficiario de este cambio, con un valor minorista global previsto de 86,4 mil millones de dólares en 2024.⁴² Su fortaleza es particularmente evidente en el crucial mercado estadounidense, donde ahora tiene una cuota de valor mayoritaria de más del 52%.² En Alemania, el mercado europeo más grande por volumen, el vino blanco

domina con una cuota del 47% de las ventas minoristas.³⁰ La resiliencia del vino blanco, especialmente de variedades como Sauvignon Blanc y Pinot Grigio, ha sido un factor estabilizador clave para las carteras de muchos productores.

- **El Impulso del Rosado:** Aunque más pequeño en valor total, el vino rosado continúa siendo un motor de crecimiento dinámico. Se proyectaba que las ventas minoristas globales alcanzarían los 23,3 mil millones de dólares en 2024.⁴² Es un importante impulsor del crecimiento de la categoría en mercados como el Reino Unido y Alemania. En este último, la cuota de mercado del rosado subió al 14% en 2024, ganando terreno directamente al vino tinto.³⁰ En el canal *on-trade* del Reino Unido, un indicador fiable de las tendencias minoristas, las ventas de rosado premium se han disparado, superando con creces a sus homólogos tintos y blancos.³⁶

Los impulsores de este cambio de color global están arraigados en cambios fundamentales en los estilos de vida de los consumidores. Como han identificado los analistas de la industria, hay un claro movimiento hacia el consumo de vino en ocasiones más informales, sociales y no centradas en la comida.²⁵ Los perfiles más ligeros, frescos y accesibles de la mayoría de los vinos blancos y rosados son más adecuados para este tipo de consumo que los vinos tintos complejos y tánicos. Esta tendencia se ve reforzada por el movimiento del bienestar, ya que los consumidores que buscan opciones con menos alcohol se inclinan naturalmente hacia los blancos y rosados, que suelen ser y se perciben como más bajos en alcohol.²⁵ Finalmente, la asequibilidad relativa de los vinos blancos y rosados en comparación con muchos tintos proporciona una propuesta de valor convincente para los consumidores sensibles al precio en un entorno inflacionario.²⁵

Tabla 4: Cuota de Mercado Minorista por Color de Vino en Mercados Clave (2024, % Valor)

Esta tabla visualiza el cambio de color comparando la cuota de valor de los vinos tranquilos tintos, blancos y rosados en los principales mercados minoristas.

País	Vino Tinto (%)	Vino Blanco (%)	Vino Rosado (%)	Fuente
Global (Tranquilo)	62,6%	29,5%	7,9%	42
EE. UU.	~40% (Est.)	52,2%	~7,8% (Est.)	2

Francia	En fuerte declive	Resiliente/Crecimiento	En declive	28
Alemania	39,0%	47,0%	14,0%	30
Reino Unido	En declive	Resiliente	Crecimiento (Premium)	36

Notas: Las cifras se basan en la cuota de valor donde esté disponible. Las cifras globales se calculan a partir de las proyecciones de ingresos de Market.us para vino tranquilo. La cifra de EE. UU. para vino blanco es de Market.us; las de tinto y rosado son estimaciones basadas en análisis de tendencias. Las tendencias de Francia y Reino Unido son cualitativas basadas en los informes disponibles de 2024. Las cifras alemanas son del Instituto Alemán del Vino.

Esta tabla proporciona una visualización comparativa y cruda de la tendencia. Muestra claramente a EE. UU. y Alemania como mercados donde el vino blanco es dominante o codominante, liderando el cambio desde el tinto. Estos datos son inmensamente valiosos para la gestión de carteras, permitiendo a un productor ver dónde su cartera pesada en tintos o en blancos tiene las mejores posibilidades de éxito o se enfrenta a los mayores obstáculos en el canal minorista.

3.2 La Paradoja de la Premiumización: El Vaciado del Mercado Intermedio

Paralelamente al cambio de color, existe una tendencia igualmente poderosa que está remodelando la estructura económica de la categoría de vinos: la paradoja de la premiumización. Esto describe la polarización del gasto del consumidor hacia los puntos de precio más altos y más bajos, creando un terreno intermedio precario y en contracción.

La dinámica de "menos pero mejor" sigue siendo una fuerza potente, particularmente en los mercados maduros. Esta es la tendencia por la cual los consumidores pueden estar bebiendo vino con menos frecuencia, pero cuando lo hacen, eligen gastar más por botella para una experiencia de mayor calidad o más atractiva.¹⁵ Este comportamiento es una razón principal por la que el valor del mercado global se ha mantenido resiliente a pesar de la caída de los volúmenes. El mundo de los vinos finos proporciona un ejemplo claro, aunque extremo: aunque representa solo el 1,5% del mercado total de vinos por volumen, domina un impresionante 11% de su valor total, lo

que subraya el inmenso poder de apalancamiento de precios de los productos premium.⁴⁷

Sin embargo, esto es solo la mitad de la historia. Las mismas presiones inflacionarias que alientan a algunos a buscar lujos asequibles también obligan a otros a optar por productos más económicos, buscando opciones orientadas al valor, marcas blancas y promociones para gestionar sus presupuestos familiares.¹⁴ El resultado de estas dos fuerzas opuestas es una bifurcación del lineal de vinos en el comercio minorista.

Los datos de escaneo minorista del mercado estadounidense proporcionan la evidencia más clara de este fenómeno en 2024:

- **Los Niveles Premium Prosperan:** Las bodegas con un precio medio por botella superior a 20 \$ han superado consistentemente a sus competidores de menor precio. El crecimiento de las ventas de vinos con precios entre 20 \$ y 50 \$ fue el doble que el de los vinos con precios inferiores a 20 \$.²³ Los datos de NIQ confirman que el nivel de precios de 20 \$-24,99 \$ fue uno de los pocos segmentos que mostró un crecimiento positivo en un mercado en declive.²⁴
- **Los Niveles de Valor Sufren (pero persisten):** El extremo inferior del mercado ha experimentado las caídas de volumen más pronunciadas. Los niveles de precios por debajo de 11 \$ se han visto muy afectados, con segmentos como el de 8 \$-10,99 \$ experimentando caídas de ventas de dos dígitos.²¹ Sin embargo, este segmento todavía representa una gran parte del volumen total y sigue siendo un foco clave para los consumidores impulsados por el precio y los productores a gran escala.

La consecuencia crítica de esta tendencia es la "muerte del medio". El segmento entre aproximadamente 12 \$ y 19 \$ por botella está siendo presionado por ambos lados. Carece de la propuesta de valor clara para atraer al comprador consciente de los costos, que optará por un vino de menos de 11 \$ o una marca blanca. Simultáneamente, carece de las señales de calidad, el prestigio regional o la historia de marca convincente para atraer al consumidor que busca una experiencia premium. Las marcas posicionadas en este precario terreno intermedio corren el mayor riesgo de perder relevancia para el consumidor y, en consecuencia, su valioso espacio en el lineal, ya que los minoristas buscan optimizar el rendimiento de su categoría centrándose en los polos crecientes del mercado. Esto representa un desafío estratégico crítico para un gran número de productores de vino cuyos modelos de negocio se han basado en servir a este mercado intermedio ahora en erosión.

3.3 Calidad, Envase y Formato: Diferenciarse en un Lineal Abarrotado

En un mercado caracterizado por una intensa competencia y valores de consumo cambiantes, la diferenciación del producto se extiende más allá del precio y el color, hasta el formato y la presentación misma del vino. En 2024, las señales de calidad, la innovación en el envasado y la sostenibilidad se han convertido en herramientas cruciales para captar la atención del consumidor en el abarrotado Canal de Alimentación.

Si bien la botella de vidrio tradicional de 750 ml sigue siendo el formato abrumadoramente dominante, representando más del 93% del mercado estadounidense por tipo de envase, los formatos alternativos están abriéndose nichos importantes y de alto crecimiento.²

- **El Bag-in-Box (BiB) se Vuelve Premium:** Históricamente asociado con el vino de valor, el formato BiB está experimentando una revolución premium. Si bien los datos comerciales globales para la categoría general de BiB mostraron debilidad en 2024⁶, esto oculta una tendencia clave dentro de los mercados minoristas nacionales: el fuerte crecimiento del vino en caja *premium*.²⁴ Los consumidores están adoptando la conveniencia y el valor por copa del formato de 3 litros, y ahora están dispuestos a comprar vino de mayor calidad en este envase. Esto presenta una oportunidad significativa para que las marcas ofrezcan variedades y denominaciones premium en un formato que se alinea con los hábitos de consumo en el hogar.
- **Vino en Lata y Conveniencia:** El mercado del vino en lata continúa su trayectoria ascendente, con ventas que se expandieron un estimado 15% en 2024.⁴⁸ Este crecimiento es impulsado por la conveniencia inherente del formato, su portabilidad y su naturaleza de servicio individual, que atrae fuertemente a los consumidores más jóvenes y se adapta a ocasiones sobre la marcha como picnics, conciertos y viajes a la playa. Permite la prueba sin el compromiso de una botella completa y rompe la formalidad a veces asociada con el vino.¹
- **La Sostenibilidad como Argumento de Venta:** Quizás la tendencia más significativa en el envasado es el creciente enfoque del consumidor y de la industria en la sostenibilidad. Esto ya no es una preocupación de nicho, sino una expectativa generalizada que influye en las decisiones de compra. Dos tercios de los bebedores de vino habituales en los principales mercados describen la sostenibilidad como un factor importante, una cifra que aumenta al 70% en EE. UU. y a un abrumador 94% en China.¹⁵ En respuesta, las marcas, incluidas las del nivel premium, están adoptando cada vez más soluciones de envasado más

ecológicas. Esto incluye botellas de vidrio más ligeras para reducir el peso del envío y la huella de carbono, botellas hechas de PET reciclado y botellas innovadoras a base de papel.¹⁵ Para una marca en el Canal de Alimentación, el envasado sostenible sirve como una señal tangible y visible de sus valores, comunicándose directamente con el consumidor ecoconsciente en el momento crítico de la decisión en el lineal.

Sección 4: Perspectivas Estratégicas y Recomendaciones para 2025 y Años Posteriores

El análisis del mercado mundial del vino en 2024 revela una industria en una encrucijada fundamental. La convergencia de cambios estructurales en la demanda, la volatilidad climática y las presiones económicas ha creado un nuevo y desafiante panorama. Navegar en este entorno requiere una evaluación lúcida de los obstáculos, un enfoque agudo en las bolsas de oportunidad y la voluntad de realizar ajustes estratégicos audaces. Esta sección final traduce el análisis precedente en una perspectiva de futuro y recomendaciones prácticas para productores, distribuidores y minoristas centrados en el crítico Canal de Alimentación.

4.1 Navegando los Obstáculos: Desafíos Clave para el Canal de Alimentación

Los desafíos que enfrenta la industria del vino no son cíclicos ni temporales; son profundos y estructurales. Los actores del mercado deben planificar un futuro en el que estos obstáculos sean la nueva normalidad.

- **Declive Estructural de la Demanda:** El desafío central e ineludible es que en muchos de los mercados más importantes y maduros del mundo, la demanda subyacente de vino por parte de los consumidores se está reduciendo.¹² El mínimo de varias décadas en el consumo mundial es el resultado de fuerzas a largo plazo, no de una caída a corto plazo. Las estrategias basadas en la suposición de un retorno a los niveles de consumo anteriores probablemente fracasarán. El mercado se ha redimensionado fundamentalmente, y las empresas deben adaptar su escala y expectativas en consecuencia.
- **La Crisis de Reclutamiento Generacional:** La industria del vino está luchando

por reclutar a los consumidores más jóvenes en edad legal para beber —*Millennials* y Generación Z— al mismo ritmo que lo hizo con generaciones anteriores como los *Baby Boomers*. No es una cuestión de gusto, sino de contexto. Estas cohortes más jóvenes tienen un repertorio de bebidas mucho más diverso y experimental, distribuyendo su consumo entre vino, cerveza artesanal, bebidas espirituosas, RTD y opciones sin alcohol.¹⁵ Su lealtad es a la novedad y la experiencia, no necesariamente a una marca u origen específico. Ganar su cuota de consumo requiere un enfoque diferente, uno centrado en el compromiso, la conveniencia y la alineación con sus valores, en lugar de depender de las nociones tradicionales de herencia y denominación.

- **Clima y Volatilidad de la Oferta:** El cambio climático ha pasado de ser una amenaza futura a una realidad presente y disruptiva. Los eventos climáticos extremos que llevaron a cosechas históricamente bajas en 2023 y 2024 se están volviendo más frecuentes y severos.³ Esto crea una inmensa volatilidad en la oferta, lo que hace que la planificación de la producción a largo plazo, la gestión de costos y la estrategia de precios sean excepcionalmente difíciles. El frágil equilibrio de precios de 2024, impulsado por la escasez, podría romperse con una sola cosecha abundante, exponiendo a los productores a una presión de precios repentina y severa. Esta incertidumbre es ahora una característica permanente del entorno empresarial.

4.2 Identificando los Brotes Verdes: Bolsas de Oportunidad

A pesar de los formidables desafíos, los datos del mercado de 2024 también iluminan claras bolsas de crecimiento y oportunidad. El éxito provendrá de pivotar estratégicamente los recursos y el enfoque hacia estos "brotes verdes".

- **La Revolución del Blanco y el Rosado:** La oportunidad más significativa a nivel de producto es el claro y sostenido cambio del consumidor hacia los vinos blancos y rosados. No es una tendencia pasajera, sino un reequilibrio fundamental del mercado impulsado por los estilos de vida modernos. Los productores que puedan adaptar su enfoque vitícola, estilos de vinificación y marketing para satisfacer la demanda de vinos blancos y rosados frescos, crujientes y versátiles estarán mejor posicionados para capturar al consumidor moderno. Esto representa una oportunidad masiva para que las regiones y productores no tradicionalmente conocidos por el vino tinto ganen cuota de mercado.²⁵

- **Premiumización y Valor de Nicho:** La resiliencia de los niveles de precios premium y superiores demuestra que un segmento significativo de consumidores está dispuesto a pagar por calidad, autenticidad y una historia convincente.²³ Mientras el mercado intermedio se derrumba, el extremo superior sigue siendo robusto. Esto crea una oportunidad significativa para los productores más pequeños y centrados en la calidad que pueden comunicar su terruño único, prácticas sostenibles o métodos artesanales. En el entorno impersonal de un supermercado, una historia de marca sólida contada a través del etiquetado y el marketing puede justificar un precio premium y crear un seguimiento leal.
- **La Frontera del Bajo/Sin Alcohol:** Aunque todavía es una categoría incipiente, el crecimiento explosivo del vino sin alcohol en mercados sofisticados como Alemania (+86% en 2024) señala una oportunidad futura masiva.³⁰ Históricamente, la categoría ha sido frenada por problemas de calidad. El productor que logre descifrar el código y ofrecer un vino sin alcohol genuinamente satisfactorio y de alta calidad aprovechará los poderosos y crecientes movimientos de bienestar y moderación, capturando un segmento de consumidores que la industria vinícola tradicional está perdiendo actualmente.
- **Los Mercados Emergentes como Cobertura a Largo Plazo:** Si bien este informe se centra en el consumo en los canales minoristas establecidos, la salud estratégica a largo plazo de la industria puede depender de la diversificación geográfica. El potencial de crecimiento en mercados en desarrollo como India, Brasil y México, impulsado por el aumento de las clases medias y la urbanización, ofrece una cobertura crucial contra el declive estructural en los mercados occidentales maduros.¹ Construir una presencia en estos mercados, aunque desafiante, es una estrategia vital a largo plazo.

4.3 Recomendaciones Estratégicas para los Actores del Mercado

El mercado actual exige una acción decisiva. Las siguientes recomendaciones están diseñadas para los principales actores que operan dentro del Canal de Alimentación.

Para Productores/Enólogos:

1. **Realizar una Revisión Radical de la Cartera:** El tiempo del cambio incremental

ha terminado. Evalúe críticamente el equilibrio de su cartera en el contexto del Gran Cambio de Color. Si está muy ponderado hacia vinos tintos tradicionales y con cuerpo, debe desarrollar una estrategia a largo plazo para pivotar. Esto puede implicar el injerto de viñedos, la adquisición de nuevos terrenos o el desarrollo de nuevas marcas centradas en vinos blancos, rosados y tintos de estilo más ligero.

2. **Escapar del Mercado Intermedio Exprimido:** Debe tomar una decisión consciente de competir en valor o en premium. El terreno intermedio está desapareciendo del lineal minorista. Si se dirige al segmento premium, su inversión debe estar en calidad tangible, narrativa auténtica y un envase que comunique una posición premium. Si se dirige al valor, su enfoque debe estar en lograr economías de escala, eficiencia operativa y entregar un producto consistente que pueda competir con las marcas blancas.
3. **Innovar con Propósito:** Trate la innovación no como un proyecto secundario, sino como una función empresarial central. Esto significa invertir seriamente en el desarrollo de vinos de alta calidad con bajo y sin contenido de alcohol. Significa adoptar envases alternativos como el BiB premium y las latas para ocasiones de consumo específicas. Y significa integrar prácticas sostenibles en cada paso de su producción, desde el viñedo hasta la botella, y comunicar este compromiso claramente al consumidor.

Para Distribuidores/Importadores:

1. **Seleccionar para el Nuevo Consumidor:** Su cartera es su activo estratégico más importante, y debe reflejar la nueva realidad del mercado. Busque activamente y defienda a los productores que están alineados con las tendencias modernas. Esto significa priorizar vinos blancos modernos y crujientes; rosados pálidos de alta calidad de diversas regiones; y marcas premium auténticas y con una historia. Reduzca su exposición a vinos tintos genéricos de precio medio que están perdiendo relevancia.
2. **Convertirse en un Socio en la Creación de Valor:** El crecimiento de las marcas blancas y las marcas propias premium es una característica principal del Canal de Alimentación moderno. En lugar de ver esto como una amenaza, conviértase en un socio indispensable para los minoristas. Utilice su experiencia en abastecimiento para ayudarles a desarrollar programas de etiquetas exclusivas de alta calidad y ofertas de BiB premium que ofrezcan un valor excepcional al

consumidor y márgenes sólidos al minorista.

Para Minoristas (Supermercados, Hipermercados, Tiendas Especializadas):

1. **Reasignar el Espacio en el Lineal Estratégicamente:** La asignación de su espacio en el lineal debe ser un reflejo directo de las tendencias del mercado. Esto significa reducir el espacio para el segmento de vino tinto de precio medio en declive y ampliar las caras para las categorías en crecimiento. Aumente la huella para los vinos blancos, cree una sección de rosados distinta y atractiva, construya una zona de "valor premium" para vinos de alta calidad por debajo de 15 \$, y amplíe las ofertas premium y ultra-premium.
2. **Invertir en Comunicación y Educación en la Tienda:** En un entorno de autoservicio, el lineal es su vendedor. Utilice señalización mejorada, *shelf-talkers* (habladores de estante) y códigos QR para contar las historias detrás de sus vinos premium, artesanales y sostenibles. Ayude al consumidor a entender *por qué* un vino vale 25 \$, no solo que cuesta 25 \$. Esto fomenta el *trade-up* (compra de productos de mayor valor) y construye el valor de la categoría.
3. **Tratar lo Sin Alcohol como una Categoría de Alto Crecimiento:** La sección de bebidas sin alcohol ya no es un rincón de nicho para unos pocos productos simbólicos. Es un destino para un segmento de consumidores en crecimiento y valioso. Construya un conjunto de vinos sin alcohol creíble y diverso, con una gama de estilos y niveles de calidad. Colóquelo de manera reflexiva, potencialmente junto a los vinos tradicionales, para capturar al consumidor moderado que puede estar comprando ambos tipos de productos en el mismo viaje de compras.

Referencias

³ OIV. (2025, April).

OIV-State_of_the_World_Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf.

5 WineBusiness. (2025, July 6).

State of the World Vine and Wine Sector in 2024: Adaptation & Cooperation.

4 OIV. (2025, April 15).

EN_OIV_Press_release_State_of_the_World_Vine_and_Wine_Sector_in_2024.pdf.
51 OIV. (2025, April 15).
State of the World Vine and Wine Sector in 2024: adaptation & cooperation.
52 IVES. (2024).
Proceedings of the World Congress of Vine and Wine 2024.
10 OIV. (2024, April 25).
2024_OIV_April_PressConference_PPT.pdf.
18 Wine Data Researcher. (2023).
The 2023 OIV Report: The Position of the United States in the Global Wine Market.
53 Meininger's International. (2023).
Global Wine Production and Consumption Both Fell in 2023.
54 OIV. (2023).
Annual_Assessment_2023.pdf.
55 ResearchGate. (2023, December).
Evolution of world wine production Source: OIV (2023).
56 OIV. (n.d.).
OIV Statistics Database.
57 OIV. (2024, April).
OIV_STATE_OF_THE_WORLD_VINE_AND_WINE_SECTOR_IN_2023.pdf.
12 IWSR. (2025).
IWSR preliminary data release: beverage alcohol endures another tough year in 2024.
15 IWSR. (2024).
Seven key trends that will shape the global wine industry in 2024.
50 IWSR. (2025).
Developing markets key to future TBA growth after lacklustre 2024.
13 Scribd. (2024).
iwsr-global-trends-report-2024.
58 IWSR. (2025).
Lands of opportunity? Growth prospects persist in larger markets.
59 IWSR. (n.d.).
IWSR Homepage.
60 Grand View Research. (2024).
Global Wine Market Size & Outlook, 2024-2030.
61 Straits Research. (2024).
Wine Market Size.
62 Wine Intelligence. (2024).
Wine industry insights: global economic impact in 2024.
1 Grand View Research. (2025, April).
Wine Market Size & Share Report, 2030.
48 Truly Experiences. (2024).
Wine Industry Statistics & Trends (2024).
63 Wine Couture. (2024).
The red wine market size will grow to \$111.84 in 2024.

6 Gambero Rosso International. (2025, April 17).
Global wine consumption at a historic low and vineyards in decline: the OIV report outlines a 2024 to forget.

11 Sommeliers Choice Awards. (2024, September 16).
Challenges Faced by the Wine Industry in 2024: What's the Reason Behind the Decline?.

16 OH! BEV. (2024).
US Wine Market 2024 - Trends and Opportunities and Beyond.

9 Vinetur. (2025, April 15).
Global wine production and consumption hit lowest levels in decades amid climate and economic pressures.

64 YouTube. (2024).
2024 Wine Trends.

65 Food & Wine. (2023, December).
2024 Food and Drink Trends Predictions.

66 Shanken News Daily. (2025, June 27).
Off-Premise Report: Wine Market Declines Ease Slightly As Imported Sparklers Outperform.

21 Fred Minnick. (2024, October 14).
Data Shows Wine, Spirits Sales Continue to Decline.

67 WineBusiness. (2024, September 24).
Off-Premise Sales Dip 4%.

19 Vinetur. (2025).
US Wine Market 2024.pdf.

68 Just Drinks. (2025, January 24).
US DTC wine sees value and volume decline in 2024.

69 Sommelier Business. (2025, February 3).
Direct-to-Consumer Wine Sales Decline: What It Means for the On-Premise Trade.

70 NielsenIQ. (2024).
A look back at 2023 alcohol trends.

71 Toast. (2024).
Top 10 liquor store trends in 2024.

20 NielsenIQ. (2025).
2024 Beverage Alcohol Year in Review.

72 NielsenIQ. (2024, August 29).
NIQ Retail Spend Barometer: decline in spending in the 2nd quarter of 2024.

73 NielsenIQ. (2024).
4 2024 BevAI trends to watch.

22 Grocery Dive. (2024, October 16).
Wine sales slump as long-term decline continues.

42 Market.us. (2025, January 14).
Still Wine Statistics.

14 PR Newswire. (2025, April 7).
Fine wine market and restaurants hit €58 billion in 2024.

74 Reddit. (2024).

Wine sales are drying up.
75 Reddit. (2025).
Wine store staff in the US, are you experiencing a slowdown?.
76 Grand View Research. (2024).
Cooking Wine Market Size & Trends.
77 WineBusiness Monthly. (2024).
2024 Tasting Room Survey.
78 PR Newswire. (2024, October 8).
The Cooking Wine Market is projected to grow by USD 9.47 Billion (2024-2028).
44 Drinks Merchants. (n.d.).
Wine costs around the world.
17 Wine Intelligence. (2025).
The Global Wine Market in 2024: OIV Analysis Signals Record-Low Consumption.
79 IndexBox. (2024).
World - Wine - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights.
8 Vinetur. (2025).
Report_ Global Wine Consumption.pdf.
80 Vinetur. (2024, November 15).
Wine prices fall 5% mid-year.
81 EnterpriseAppsToday. (2023).
Wine Industry Statistics.
82 MarkWide Research. (n.d.).
Wine Market.
7 Decanter. (2025, April 16).
Global wine consumption falls to six-decade low as inflation bites.
46 The Wine Economist. (2024, October 22).
Global Market Trends: Is White Wine the New Red?.
45 OIV. (2023, December 6).
Focus: Evolution of the world wine production and consumption by colour.
47 Bain & Company. (2025).
Fine wine market and restaurants hit €58 billion in 2024.
23 Wine Enthusiast. (2024).
BMO Wine Market Report.
83 Market Research Future. (2024).
Premium Wine Market.
2 Market.us. (2024).
US Wine Market.
84 Silicon Valley Bank. (2024).
State of the US Wine Industry 2024.
85 PLMA. (2024).
PLMA's 2024 Private Label Report.
49 Mordor Intelligence. (2025).
US Wine Market Analysis.

27 Meininger's International. (2025, January 21).
France's wine export volume stabilizes.
40 Grand View Research. (2024).
France Wine Market Size & Outlook, 2024-2030.
37 Wine Couture. (2025).
Italian wine market and trends 2024 results 2025 outlook.
86 Gambero Rosso International. (2025, March 11).
Italian wine exports in 2024 surpass 8 billion euros.
87 Just Drinks. (2025, March 21).
Germany's wine export volume 2024.
88 Global Drinks Intel. (2025).
German wine exports up in volume, flat in value in 2024.
32 Emotio Design Group. (2025, January).
UK Wine Market Report 2025.
33 Mintel. (2024).
UK Still, Sparkling and Fortified Wine Market Report 2024.
38 Euromonitor International. (2025, June).
Wine in Spain.
41 Grand View Research. (2024).
Spain Wine Market Size & Outlook, 2024-2030.
89 Market.us News. (2024).
US Wine Market News.
26 Vinetur. (2025, June 4).
French wine production falls to lowest level since 1950s.
28 Wine Intelligence. (2024, September 3).
French still wine sales plummet: a 2023-2024 market shift.
30 Wine Intelligence. (2025, March 17).
Germany's Wine Market in 2024.
29 Just Drinks. (2025, February 27).
Wine consumption in Germany declines in 2024.
90 IndexBox. (2024).
United Kingdom - Wine - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights.
35 Vinetur. (2025, April 24).
Brits drink more wine, pay less.
39 Grand View Research. (2025, April).
U.S. Wine Market Size & Trends.
91 U.S. Bureau of Labor Statistics. (2025, June 11).
Average Price: Wine, Red and White Table.
92 YouTube. (2023).
French Supermarket Tour.
93 Reddit. (2023).
Best wine to look for in a Supermarche.
31 Meininger's International. (2024).

Germany: world's leading wine importer at low prices.
 94 Kidpassage. (n.d.).
 Food prices in Germany.
 95 The Three Drinkers. (2024, September).
 Best value UK supermarket wines 2024.
 34 Tim Atkin. (2024).
 Wine's Next Price Shock.
 25 Tablas Creek Vineyard Blog. (2024, December 12).
 American consumers' move toward white wines is happening fast.
 24 WineBusiness Monthly. (2025, April 1).
 Premium Boxed Wine Sales Up Nearly 9% Versus January 2024.
 96 Value for Venues. (2024).
 A deep dive into the spirits market 2024-2025.
 36 CGA by NIQ. (2024, February 15).
 Winning in Rosé: CGA's Wine Insights Report.
 43 Worldometers. (2023).
 World Population by Country 2023.
 97 U.S. Census Bureau. (2025, July 1).
 World Population Clock.
 98 Kaggle. (2024).
World Population by country 2024.

Obras citadas

1. Wine Market Size, Share And Trends| Industry Report, 2030 - Grand View Research, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wine-market>
2. US Wine Market Size, Share | CAGR of 4.4%, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://market.us/report/us-wine-market/>
3. State of the World Vine and Wine Sector in 2024 - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.oiv.int/sites/default/files/2025-04/OIV-State_of_the_World_Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf
4. STATE OF THE WORLD VINE AND WINE SECTOR IN 2024 - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.oiv.int/sites/default/files/2025-04/EN_OIV_Press_release_State_of_the_World_Vine_and_Wine_Sector_in_2024.pdf
5. State of the World Vine and Wine Sector in 2024: Adaptation & Cooperation, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.winebusiness.com/news/link/300867>
6. Global wine consumption at a historic low and vineyards in decline. The OIV report outlines a 2024 to forget Gambero Rosso International, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.gamberorossointernational.com/news/global-wine-consumption-at-a-historic-low-and-vineyards-in-decline-the-oiv-report-outlines-a-2024-to-forget>

- [et/](#)
7. Global wine consumption falls to six-decade low as inflation bites - Decanter, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.decanter.com/wine-news/global-wine-consumption-falls-to-six-decade-low-as-inflation-bites-554774/>
 8. Global Wine Consumption in 2024: Adaptation and Evolution in a Transforming Market - Vinetur, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.vinetur.com/documentos/article/88556/Report_%20Global%20Wine%20Consumption.pdf
 9. Global wine production and consumption hit lowest levels in decades amid climate and economic pressures - Vinetur, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.vinetur.com/en/2025041586750/global-wine-production-and-consumption-hit-lowest-levels-in-decades-amid-climate-and-economic-pressures.html>
 10. State of the Vine and Wine Sector - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.oiv.int/sites/default/files/2024-04/2024_OIV_April_PressConference_PPT.pdf
 11. Challenges and Reasons for decline of the Wine Industry in 2024, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://sommelierschoiceawards.com/en/blog/insights-1/challenges-faced-by-the-wine-industry-in-2024-whats-the-reason-behind-the-decline-1044.htm>
 12. IWSR preliminary data highlights growth spots despite another ..., fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/iwsr-preliminary-data-release-beverage-alcohol-endures-another-tough-year-in-2024/>
 13. Iwsr Global Trends Report 2024 | PDF | Cost Of Living | Alcoholic Beverages - Scribd, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.scribd.com/document/783837537/iwsr-global-trends-report-2024>
 14. Fine wine market and restaurants hit €58 billion in 2024, reinforcing their role as a pillar of global luxury - PR Newswire, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.prnewswire.com/news-releases/fine-wine-market-and-restaurants-hit-58-billion-in-2024-reinforcing-their-role-as-a-pillar-of-global-luxury-302420937.html>
 15. Seven key trends that will shape the global wine industry in 2024 - IWSR, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/seven-key-trends-that-will-shape-the-global-wine-industry-in-2024/>
 16. US Wine Market 2025 Forecasts and Trends, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.ohbev.com/blog/us-wine-market-2024---trends-and-opportunities-and-beyond>
 17. The Global Wine Market in 2024 – OIV Analysis Signals Record-Low Consumption, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-analytics-pricing-report-data/the-global-wine-market-in-2024-oiv-analysis-signals-record-low-consumption-vinovistara-wine-intelligence>

18. The 2023 OIV Report: The Position of the United States in the Global Wine Market, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://winedataresearcher.com/the-2023-oiv-report-the-position-of-the-united-states-in-the-global-wine-market/>
19. US Wine Market 2024 - Vinetur, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.vinetur.com/documentos/article/86901/US%20Wine%20Market%202024.pdf>
20. 2024 Beverage Alcohol Year in Review - NIQ, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2025/2024-beverage-alcohol-year-in-review/>
21. Data Shows Wine, Spirits Sales Continue to Decline - Fred Minnick, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.fredminnick.com/2024/10/14/data-shows-wine-spirits-sales-continue-to-decline/>
22. Wine sales slump as long-term decline continues | Grocery Dive, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.grocerydive.com/news/wine-category-sales-decline-2024-chardonnay-wswa-alcohol/729991/>
23. Guess What? There's Actually Good News for the ... - Wine Enthusiast, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.wineenthusiast.com/culture/industry-news/bmo-wine-market-report/>
24. Premium Boxed Wine Sales Up Nearly 9% Versus January 2024, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.winebusiness.com/wbm/article/299619>
25. American consumers' move toward ... - Tablas Creek Vineyard Blog, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://tablascreek.typepad.com/tablas/2024/12/american-consumers-move-toward-white-wines-is-happening-fast-most-wineries-will-struggle-to-keep-up.html>
26. French wine production falls to lowest level since 1950s - Vinetur, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.vinetur.com/en/2025060488346/french-wine-production-falls-to-lowest-level-since-1950s.html>
27. France's Wine Export Volume Stabilizes | Meininger's International, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.meiningers-international.com/wine/news/frances-wine-export-volume-stabilizes>
28. French Still Wine Sales Plummet: A 2023-2024 Market Shift – Wine ..., fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-news-insights-wine-intelligence-trends-data-reports/french-still-wine-sales-plummet-a-2023-2024-market-shift>
29. Wine consumption in Germany declines in 2024 - Just Drinks, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.just-drinks.com/news/wine-consumption-germany-2024/>
30. Germany's Wine Market in 2024: Non-Alcoholic Growth, Rosé ..., fecha de

acceso: julio 10, 2025,

<https://wine-intelligence.com/blogs/wine-news-insights-wine-intelligence-trends-data-reports/germany-s-wine-market-in-2024-non-alcoholic-growth-ros-popularity-and-consumer-trends-vinovistara-wine-intelligence>

31. Germany: World Leading Wine Importer - but at Low Prices | Meininger's International, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.meiningers-international.com/wine/news/germany-world-leading-wine-importer-low-prices>
32. UK Wine Market Report 2025 - Emotio Design Group, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://emotio-design-group.co.uk/wp-content/uploads/2025/01/UK-Wine-Market-Report-2025-1.pdf>
33. UK Wine Market Report 2024-2029 | Comprehensive Analysis - Mintel Store, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://store.mintel.com/report/uk-still-sparkling-and-fortified-wine-market-report>
34. Wine's Next Price Shock - Tim Atkin, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://timatkin.com/wines-next-price-shock/>
35. Brits drink more wine, pay less - Vinetur, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.vinetur.com/en/2025042486922/brits-drink-more-wine-pay-less.html>
36. Winning in Rosé: CGA's Wine Insights Report unveils key strategies ..., fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://cgastrategy.com/winning-in-rose-cgas-wine-insights-report-unveils-key-strategies-for-success-in-2024/>
37. Italian Wine Market and Trends: 2024 Results, 2025 Outlook - WineCouture, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://winecouture.it/article-en/italian-wine-market-and-trends-2024-results-2025-outlook/>
38. Wine in Spain - MarketResearch.com, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.marketresearch.com/Euromonitor-International-v746/Wine-Spain-41429660/>
39. U.S. Wine Market Size, Share, Trends | Industry Report 2030, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/us-wine-market>
40. France Wine Market Size & Outlook, 2024-2030, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/wine-market/france>
41. Spain Wine Market Size & Outlook, 2030 - Grand View Research, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/wine-market/spain>
42. Still Wine Statistics and Facts (2025) - Market.us Media, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://media.market.us/still-wine-statistics/>
43. World Population Clock: 8.2 Billion People (LIVE, 2025) - Worldometer, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.worldometers.info/world-population/>
44. Wine costs around the world - Drinks Merchants, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://drinksmerchants.com/en/blog/news-42/media-43/wine-costs-around-the-world-76.htm>

45. Focus: Evolution of the world wine production and consumption by colour - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.oiv.int/press/focus-evolution-world-wine-production-and-consumption-colour>
46. Global Market Trends: Is White Wine the New Red?, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://wineeconomist.com/2024/10/22/white/>
47. Fine wine market and restaurants hit €58 billion in 2024, reinforcing their role as a pillar of global luxury | Bain & Company, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/20252/fine-wine-market-and-restaurants-hit-58-billion-in-2024--reinforcing-their-role-as-a-pillar-of-global-luxury/>
48. Meta-Analysis of Global Wine Market: Key Statistics and Trends - Truly Experiences, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://trulyexperiences.com/blog/wine-industry-statistics-trends/>
49. US Wine Market Size, Share, Trends Analysis & Industry Report, 2030, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/united-states-wine-market>
50. Developing markets key to future TBA growth after lacklustre 2024 - IWSR, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/developing-markets-key-to-future-tba-growth-after-lacklustre-2024/>
51. State of the World Vine and Wine Sector in 2024: adaptation & cooperation - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.oiv.int/press/state-world-vine-and-wine-sector-2024-adaptation-cooperation>
52. OIV 2024 - IVES International Viticulture and Enology Society, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://ives-openscience.eu/category/ives-conference-series/oiv/oiv-2024/>
53. Global Wine Production and Consumption Both Fell in 2023 | Meininger's International, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.meiningers-international.com/wine/news/global-wine-production-and-consumption-both-fell-2023>
54. Annual Assessment of the World Vine and Wine Sector in 2023 - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/Annual_Assessment_2023.pdf
55. Evolution of world wine production Source: OIV (2023). State of the... - ResearchGate, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.researchgate.net/figure/Evolution-of-world-wine-production-Source-OIV-2023-State-of-the-World-Vineyard-Wine_fig2_376680788
56. OIV Statistics, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.oiv.int/what-we-do/statistics>
57. STATE OF THE WORLD VINE AND WINE SECTOR IN 2023 - OIV, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.oiv.int/sites/default/files/2024-04/OIV_STATE_OF_THE_WORLD_VINE_AND_WINE_SECTOR_IN_2023.pdf

58. Lands of opportunity? Growth prospects persist in larger markets - IWSR, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/lands-of-opportunity-growth-prospects-persist-in-larger-markets/>
59. Global leader in beverage alcohol data and insights, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.theiwsr.com/>
60. Global Wine Market Size & Outlook, 2024-2030 - Grand View Research, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/wine-market-size/global>
61. Wine Market Size, Share, Growth, Manufacturer & Forecast 2033 - Straits Research, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://straitsresearch.com/report/wine-market>
62. Wine Industry Insights: Global Economic Impact in 2024 - Wine-Intelligence, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-analytics-pricing-report-data/wine-industry-insights-global-economic-impact-in-2024>
63. The red wine market size will grow to \$111.84 Bn in 2024 - WineCouture, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://winecouture.it/article-en/the-red-wine-market-size-will-grow-to-111-84-in-2024/>
64. Wine Trends you didn't expect for 2024! - YouTube, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=kDoFWU8Qt_o
65. 2024 Food and Drink Trends Are All About Ranch, Robots, and Rooster Pasta, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.foodandwine.com/2024-food-and-drink-trends-predictions-8411753>
66. Off-Premise Report: Wine Market Declines Ease Slightly, As Imported Sparklers Outperform - Shanken News Daily, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.shankennewsdaily.com/2025/06/27/37782/off-premise-report-wine-market-declines-ease-slightly-as-imported-sparklers-outperform/>
67. Off-Premise Sales Dip 4% - Wine Business, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.winebusiness.com/news/article/292888>
68. US DTC wine sees value and volume decline in 2024 - Just Drinks, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.just-drinks.com/news/us-dtc-wine-sees-value-and-volume-decline-in-2024/>
69. DTC Wine Sales Decline: Impact on On-Premise Trade in 2024 - Sommelier Business, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://sommelierbusiness.com/en/articles/insights-1/direct-to-consumer-wine-sales-decline-what-it-means-for-the-on-premise-trade-723.htm>
70. A look back at 2023 alcohol trends - NIQ, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/a-look-back-at-2023-alcohol-trends/>
71. Top Liquor Store Trends: Statistics And Trends Shaping 2025 - Toast POS, fecha de acceso: julio 10, 2025,

- <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/liquor-store-trends>
72. NIQ Retail Spend Barometer: decline in spending in the 2nd quarter of 2024 - NIQ, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/news-center/2024/niq-retail-spend-barometer-decline-in-spending-in-the-2nd-quarter-of-2024/>
 73. 4 2024 BevAI trends to watch - NIQ, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/4-2024-beval-trends-to-watch/>
 74. Wine sales are drying up - Reddit, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.reddit.com/r/wine/comments/1i50s0p/wine_sales_are_drying_up/
 75. Wine store staff in the US. Are you experiencing a drop in sales? - Reddit, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.reddit.com/r/wine/comments/1j5sv9h/wine_store_staff_in_the_us_are_you_experiencing_a/
 76. Cooking Wine Market Size, Share | Industry Report, 2030 - Grand View Research, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/cooking-wine-market>
 77. 2024 Tasting Room Survey Report: Revenue Steady Amid Rising Stakes for Direct Sales, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.winebusiness.com/wbm/article/288917>
 78. The Cooking Wine Market is projected to grow by USD 9.47 Billion (2024-2028); rising demand in the food industry and AI reshaping the market landscape - Technavio - PR Newswire, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-cooking-wine-market-is-projected-to-grow-by-usd-9-47-billion-2024-2028-rising-demand-in-the-food-industry-and-ai-reshaping-the-market-landscape---technavio-302269661.html>
 79. Global Wine Market Report 2025 - Prices, Size, Forecast, and Companies - IndexBox, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.indexbox.io/store/world-wine-market-report-analysis-and-forecast-to-2020/>
 80. Wine Prices Fall 5% Mid-Year - Vinetur, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.vinetur.com/en/2024111583003/wine-prices-fall-5-mid-year.html>
 81. Wine Industry Statistics 2024 – By Country, Region, Demographic and Wine Exports, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.enterpriseappstoday.com/stats/wine-industry-statistics.html>
 82. Wine Market 2025-2034 | Size, Share, Growth - MarkWide Research, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://markwideresearch.com/wine-market/>
 83. Premium Wine Market Size, Share & Trends Report 2032, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.marketresearchfuture.com/reports/premium-wine-market-35495>
 84. State of the US Wine Industry Report 2025 - Silicon Valley Bank, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.svb.com/trends-insights/reports/wine-report/>
 85. PLMA's 2024 Private Label Report, fecha de acceso: julio 10, 2025, https://www.plma.com/about_industry/research_reports_publications/consumer-research/plmas-2024-private-label-report

86. Italian wine exports in 2024 surpass 8 billion euros, but consumption uncertainty weighs on the top three markets - Gambero Rosso, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.gamberorossointernational.com/news/italian-wine-exports-in-2024-surpass-8-billion-euros-but-consumption-uncertainty-weighs-on-the-top-three-markets/>
87. Germany's wine export volumes increase in 2024, value flat - Just Drinks, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.just-drinks.com/news/germanys-wine-export-volume-2024/>
88. German wine exports up in volume, flat in value in 2024 - Global Drinks Intel, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://drinks-intel.com/news/german-wine-exports-up-in-volume-flat-in-value-in-2024/>
89. US Wine Market Evaluates US Tariff Impacts | USD 138.3 Bn, fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://www.news.market.us/us-wine-market-news/>
90. UK's Wine Market: Anticipated CAGR of +2.5% for the Next Decade, Expected to Reach \$6.8B by 2035 - IndexBox, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.indexbox.io/blog/wine-united-kingdom-market-overview-2024-4/>
91. Average Price: Wine, Red and White Table, All Sizes, Any Origin ..., fecha de acceso: julio 10, 2025, <https://fred.stlouisfed.org/series/APU0000720311>
92. FRANCE Supermarket FOOD COST Tour 2024 MONOPRIX NICE FR - YouTube, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.youtube.com/watch?v=hQScg2qVoZc>
93. Best wine to look for in a supermarche for drinking in apartment : r/ParisTravelGuide - Reddit, fecha de acceso: julio 10, 2025,
https://www.reddit.com/r/ParisTravelGuide/comments/1fapa88/best_wine_to_look_for_in_a_supermarche_for/
94. Food prices in Germany 2025 - Kidpassage, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://kidpassage.com/en/publications/food-prices-germany>
95. best value uk supermarket wines 2024 — Spirits — The Three ..., fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.thethreedrinkers.com/magazine-content/tag/best+value+uk+supermarket+wines+2024>
96. Spirits Market Insights 2024–2025 - Value for Venues, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://valueforvenues.co.uk/news/a-deep-dive-into-the-spirits-market-2024-2025/>
97. Current Population - Census Bureau, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.census.gov/popclock/print.php?component=counter>
98. World Population by country 2024 - Kaggle, fecha de acceso: julio 10, 2025,
<https://www.kaggle.com/datasets/dataanalyst001/world-population-by-country-2024>