vinetur

Rías Baixas mantiene su peso en el mercado nacional

La denominación ocupa la cuarta posición en valor y la octava en volumen entre las D.O. más vendidas

viernes 8 de mayo de 2026



La Denominación de Origen Rías Baixas mantiene su buen posicionamiento en el mercado nacional y se sitúa entre los diez vinos con denominación de origen más vendidos en España en hostelería y alimentación. Según un informe de NielsenIQ presentado este viernes en el Pazo de Mugartegui, la denominación ocupa la cuarta posición en valor y la octava en volumen.

La presentación reunió a cerca de medio centenar de profesionales del sector. El secretario general del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Rías Baixas, Ramón Huidobro, dio la bienvenida a los asistentes, entre ellos el presidente del Consejo Regulador, Isidoro Serantes, y el diputado provincial de Turismo, Recursos Humanos e Servizos Centrais, Jesús Vázquez Almuiña. Huidobro agradeció la colaboración de la Diputación de Pontevedra en la elaboración del estudio, subvencionado por la institución provincial.

El informe, elaborado por la consultora NielsenIQ sobre el mercado español de los vinos de Rías Baixas, analiza la evolución entre abril de 2025 y marzo de 2026. En su intervención, Huidobro subrayó que el sector está haciendo un buen trabajo en comercialización y que las bodegas mantienen su liderazgo en posicionamiento, con avances en volumen, valor, alimentación y canal Horeca.

También señaló que todavía hay territorios en España donde la denominación puede ganar presencia. Citó el área metropolitana de Madrid, el área metropolitana de Barcelona, Andalucía y la cornisa Cantábrica como zonas con margen para seguir creciendo. Añadió que en Galicia y en la zona de Levante la marca ya está bien posicionada.

Huidobro vinculó ese comportamiento con la percepción del consumidor sobre el producto. Explicó que los datos muestran que el público acepta el precio y la calidad de los vinos de Rías Baixas, y defendió que el siguiente paso pasa por reforzar la diferenciación y seguir trabajando en productos premium para entrar en nuevos segmentos.

Durante la presentación, el secretario general recordó además que el Plan Director 2030 ya marcaba la necesidad de crecer en volumen, ventas y valor. A su juicio, los datos presentados indican avances en ventas y valor, pero todavía queda trabajo para

introducir más vinos en zonas donde la presencia de la denominación es menor.

Por parte de NielsenIQ, Josu Andrés Pérez y Bernardo Martí, customer success leader SMB y account development de la consultora, expusieron los principales resultados del estudio. Pérez señaló que el consumo de vino en España se ha mantenido estable y que, en el caso de la DO Rías Baixas, el consumo crece tanto en alimentación como en hostelería gracias al buen desempeño del sector. Añadió que es un buen momento para que el vino se consuma más en otras regiones del país.

El informe indica que los vinos con denominación de origen en el mercado nacional redujeron sus ventas en el canal de alimentación y hostelería un 1,3% en volumen, hasta 359 millones de litros, y un 0,5% en valor, hasta 2.332 millones de euros. En ese escenario, Rías Baixas figura entre las principales denominaciones españolas tanto en volumen, donde ocupa la octava posición, como en valor, donde asciende a la cuarta.

La denominación gallega es, además, la que más ha crecido en cuota de valor entre las D.O. españolas, con un avance de cinco décimas, desde el 4,8% de marzo de 2025 hasta el 5,3% en marzo de 2026. El estudio añade que los vinos gallegos con denominación de origen aumentaron sus ventas un 14,7% en valor, hasta 266,2 millones de euros, y un 12,7% en volumen, hasta 26,4 millones de litros.

Dentro del vino blanco con denominación de origen en España, el 28,4% de las ventas procede de marcas de Galicia, donde Rías Baixas es la denominación con mayor producción, ventas y valor. El informe también señala que el precio medio de venta al público de Galicia es el más alto de España, tanto en alimentación como en hostelería, con Rías Baixas al frente en ambos canales.

En el caso concreto de la principal denominación gallega, las ventas crecieron un 9,1% en volumen y un 8,6% en valor, con especial peso en hostelería. El 2,1% de todo el vino con denominación de origen que se vende en el canal de alimentación en España pertenece a Rías Baixas. Además, es la tercera denominación española en volumen de ventas de vino blanco con denominación de origen en alimentación y hostelería.

El estudio sitúa como principales zonas de venta de los vinos de Rías Baixas el Noroeste de España, con Galicia, Asturias y León, y el Este, con la Comunidad Valenciana, Murcia y Albacete. Después aparecen el Noreste, con Cataluña, Huesca y Zaragoza; el Sur, con Andalucía y el sur de Extremadura; el área metropolitana de Madrid; y el Norte, con Cantabria, La Rioja, País Vasco, Burgos y Palencia.

Como dato adicional, el informe recoge que el 2,6% de todas las ventas de vino con denominación de origen en el área metropolitana de Madrid procede de marcas amparadas por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Rías Baixas.