vinetur

El spritz impulsa las exportaciones de Prosecco, según un estudio universitario

La investigación no detecta el mismo efecto en rivales como el cava español

martes 28 de julio de 2026



Un estudio de las universidades de Turín y Verona concluye que la popularidad del spritz ha contribuido al aumento de las exportaciones de Prosecco. La investigación, publicada en la revista Applied Economics, sostiene que el reconocimiento oficial del

cóctel por parte de la International Bartenders Association en 2011 ayudó a impulsar la demanda exterior de este espumoso italiano.

Según informa ANSA, el trabajo, titulado “The Spritz Effect: Impact of Informal, Cultural Channels on Sparkling Wine Trade”, aporta por primera vez una medición econométrica de ese vínculo. Los autores analizan si un producto cultural y de consumo social como el spritz puede influir en el comercio internacional y concluyen que sí.

La investigación parte de un hecho concreto: la entrada del spritz en la lista oficial de cócteles de la International Bartenders Association en 2011. A juicio de los investigadores, ese paso convirtió la bebida en una forma de consumo reconocible en muchos mercados y dio más visibilidad al Prosecco, su ingrediente principal. Esa mayor presencia habría reforzado la demanda fuera de Italia.

Para medir ese efecto, el estudio cruzó datos de Google Trends con modelos de comercio internacional y técnicas estadísticas orientadas a aislar una relación causal. Los resultados muestran que el aumento de la popularidad del spritz está asociado a un incremento importante de las exportaciones de Prosecco. Los autores añaden que esa relación se mantiene incluso si se tiene en cuenta el posible papel del flujo turístico hacia Italia.

El análisis también compara el comportamiento del Prosecco con el de otros espumosos. En ese punto, los investigadores señalan que no observaron el mismo efecto en productos rivales como el cava español. Esa diferencia apunta, en su opinión, a una relación directa entre la difusión internacional del spritz y el avance comercial del vino italiano en los mercados exteriores.

El trabajo plantea además una lectura más amplia sobre cómo ciertos hábitos sociales pueden influir en las ventas internacionales de bebidas. Prácticas de consumo, rituales compartidos y símbolos reconocibles pueden convertirse en palancas comerciales para una denominación o una categoría concreta. En el caso del Prosecco, esa conexión entre cultura popular y exportación ofrece una referencia útil para bodegas, distribuidores y marcas que buscan ganar presencia fuera de su mercado de origen.

Esa conclusión puede tener efectos más allá del vino espumoso italiano. Para el sector de bebidas, el estudio sugiere que la expansión internacional de un cóctel puede arrastrar las ventas del producto base con más fuerza que algunas acciones promocionales tradicionales. También abre la puerta a reforzar estrategias ligadas al enoturismo, la hostelería y la construcción de marca en torno a formas concretas de consumo.

La investigación sitúa así al spritz no solo como una mezcla popular en bares y terrazas, sino como un factor con impacto medible sobre el comercio exterior. El caso del Prosecco muestra que una bebida asociada a un estilo de consumo reconocible puede traducirse en más ventas internacionales cuando logra implantarse como referencia estable en distintos países.