vinetur

Por qué Estados Unidos es el futuro inmediato del vino español

En España hay unas 4.500 bodegas españolas productoras con buenas oportunidades en el mercado estadounidense

jueves 24 de marzo de 2022



Vistas de Manhattan (Nueva York, EE.UU) al atardecer desde Top of the Rock, Rockefeller Center

Las exportaciones de vino español están acusando la situación bélica en Ucrania: la guerra, pese a librarse en un solo país, afecta a toda Europa y también a Asia. Precisamente Asia es uno de los mercados hacia los que las bodegas españolas se han

dirigido en los últimos años, junto con América Latina.

Sin embargo, en estos momentos, según los expertos, Estados Unidos se perfila como el mercado idóneo para el vino español: en particular, para las más de 4.500 bodegas españolas, de las cuales, gran parte son pequeñas y medianas.

Las cinco razones para exportar vino a Estados Unidos



Álvaro Giménez

Álvaro Giménez, CEO de la consultora especializada en internacionalización Gimenez & Sigwald Wine Associates, conoce bien el mercado estadounidense y lo considera una alternativa segura y duradera frente a la volatilidad de los mercados asiáticos y de América del Sur.

Según este experto, España podría pasar en cinco años de los mil millones de euros en exportaciones de vino a Estados Unidos y doblar su cuota de mercado.

Una opinión que comparten otros muchos expertos: durante la asamblea anual de la Federación Española del Vino, celebrada la semana pasada en Toledo, todos los ponentes citaron Estados Unidos como mercado preferente para el vino hecho en España.

Según Giménez, estas serían las razones para elegir Estados Unidos como destino de las exportaciones vinícolas españolas:

1. **Margen de crecimiento:** "el vino español solo representa en Estados Unidos el 6% - 7% de la cuota de mercado, mientras que otros países como Francia o Italia triplican nuestra presencia, por lo que aún tiene mucho recorrido para crecer."
2. **Fidelidad y visión de futuro:** "al cliente estadounidense le interesa establecer una relación duradera con la bodega: sabe que introducir un nuevo vino en su catálogo supone un esfuerzo que se ve recompensado a largo plazo. Es una filosofía de acción diferente a la de otros continentes, donde se trabaja más la oferta inmediata".
3. **Trazabilidad:** "en Estados Unidos hay mucha más transparencia burocrática, una sólida regulación de acuerdos comerciales firmes, fiabilidad y estabilidad del entorno legal, empresarial, de aduanas... Además, la comunicación es mucho más fluida y constante, y los compradores están más abiertos a establecer una relación personal sólida".
4. **Valor:** "en Norteamérica sí existe una cultura del vino, dado que también es un mercado productor. Se trata de posicionar el género en un lugar donde sea apreciado por el consumidor enfatizando su calidad".
5. **Cercanía cultural:** "los códigos culturales y empresariales entre Estados Unidos y Europa son más cercanos. Existe una mayor probabilidad de establecer lazos comerciales fuertes y duraderos".

"En España producimos grandes vinos que cuentan con buenas oportunidades en el mercado estadounidense, pero es fundamental saber llegar con una estrategia sólida, con objetivos y públicos bien definidos", concluye Álvaro Giménez.

Giménez & Sigwald es una consultora para la internacionalización de vinos especializada en el mercado estadounidense. Con un equipo con más de 20 años de experiencia, trabaja para ayudar a pequeñas y medianas bodegas a internacionalizarse acompañándolas en todo el proceso, desde el punto de vista burocrático, estratégico, comercial y logístico.