vinetur

¿Cómo será el consumo de vino en 2050?

Un informe prevé un mercado mundial del vino polarizado, tecnológico y guiado por valores éticos

viernes 18 de julio de 2025



El informe "El consumidor de vino en 2050: Un pronóstico estratégico de las dinámicas generacionales, culturales y de género", publicado por Vinetur este viernes 18 de julio, presenta un diagnóstico detallado sobre el futuro del mercado mundial del vino y describe los cambios estructurales que están reconfigurando el consumo a escala internacional. El documento, elaborado en un momento de contracción histórica del

volumen de ventas, anticipa que la industria no volverá a los niveles previos a 2018 y que la bajada en el consumo responde a nuevos hábitos sociales, a la evolución de valores y a un importante relevo generacional que está desplazando el foco hacia consumidores más jóvenes, diversos y nativos digitales.

Para 2050, el perfil dominante será el del "consumidor de portfolio", una figura que combina el perfil Millennial y de la Generación Z, acostumbrada a elegir el vino como una opción más dentro de un conjunto amplio de bebidas, y que prioriza la sostenibilidad, la autenticidad y el bienestar sobre los criterios clásicos de herencia y exclusividad. La transparencia radical y las credenciales éticas pasarán a ser requisitos esenciales para la compra, relegando a un segundo plano los discursos tradicionales ligados al origen y a la reputación histórica de las bodegas. El mercado se moverá hacia una polarización clara, donde los vinos premium y super-premium, apoyados en narrativas sólidas y verificación de prácticas sostenibles, liderarán la generación de valor mientras el segmento de vino de diario sufrirá una erosión progresiva, sobre todo en los mercados maduros de Europa y Norteamérica.

El análisis apunta a tres fuerzas externas que impulsarán la transformación: el cambio climático, el auge de las bebidas de baja o nula graduación alcohólica y la revolución tecnológica. El impacto del clima modificará el mapa mundial de las regiones vitícolas, forzando la adaptación hacia variedades más resistentes y creando nuevos centros de calidad en latitudes y altitudes antes marginales. La categoría NOLO se perfila como el principal punto de entrada para captar a las nuevas generaciones, que buscan ritual y sabor sin comprometer su bienestar. Paralelamente, la tecnología permitirá registrar mediante blockchain el recorrido completo del vino desde el viñedo hasta el consumidor, ofreciendo una trazabilidad verificable que aportará confianza y servirá como nuevo elemento diferenciador.

El relevo generacional es otro factor determinante. Los Baby Boomers, que sostuvieron durante décadas el grueso de las ventas y aportaron estabilidad a través de su fidelidad a marcas tradicionales, irán perdiendo peso hasta desaparecer prácticamente del mercado en 2050. La Generación X mantendrá su papel como consumidores fieles, aunque decrecientes en volumen, mientras que los Millennials pasarán a ser el grupo con mayor gasto y protagonismo, premiando las marcas que hayan demostrado

compromiso real con la sostenibilidad y la ética. La Generación Z impondrá un consumo mucho más flexible, motivado por el descubrimiento y la ocasión, con una preferencia clara por la diversidad de formatos y propuestas, y exigirá que la autenticidad y la transparencia sean tangibles y fácilmente comprobables.

El género también juega un papel fundamental. Las mujeres son ya mayoría en mercados clave y compran principalmente para ocasiones específicas, mientras que los hombres gastan más por botella en promedio. El informe sugiere que, para 2050, la diferenciación basada en estereotipos de género será menos eficaz y el sector deberá centrarse en comprender las verdaderas motivaciones de compra, ligadas a la ocasión y al valor de la experiencia.

El estudio subraya que la situación no será homogénea en todo el mundo. En Europa y Estados Unidos, el consumo total tenderá a bajar, pero el valor medio por botella subirá. En China y Japón, el vino se consolidará como producto de lujo o de nicho, mientras que en Brasil y Sudáfrica la clave estará en conectar con las nuevas clases medias y en presentar el vino como parte de un estilo de vida moderno y compartido.

El futuro del vino pasa por abrazar la transparencia a través de la tecnología, diversificar el porfolio de productos con opciones NOLO de alta calidad, profesionalizar la comunicación digital y reescribir la narrativa del vino premium en torno a la sostenibilidad y la autenticidad. Para los actores del sector, la supervivencia dependerá de anticipar estos cambios y adaptarse a un consumidor que, lejos de buscar únicamente una bebida, exigirá una experiencia alineada con sus valores y respaldada por pruebas concretas de impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.