



PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO DE LOS RESIDENTES EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

ESPECIAL REFERENCIA A LOS VINOS DE D.O. MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE
MÁLAGA

Elaborado por:

sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo

COFINANCIAN:



diputación de **málaga**

1. OBJETIVO Y METODOLOGÍA
2. CONSUMIDOR DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA
3. COMPRADOR DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA
4. CONOCIMIENTO DEL VINO DE D.O. MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA
5. TIPOLOGÍA DE CONSUMIDORES DE VINO
6. ESTIMACIÓN DE CONSUMIDORES Y GASTO DE VINO

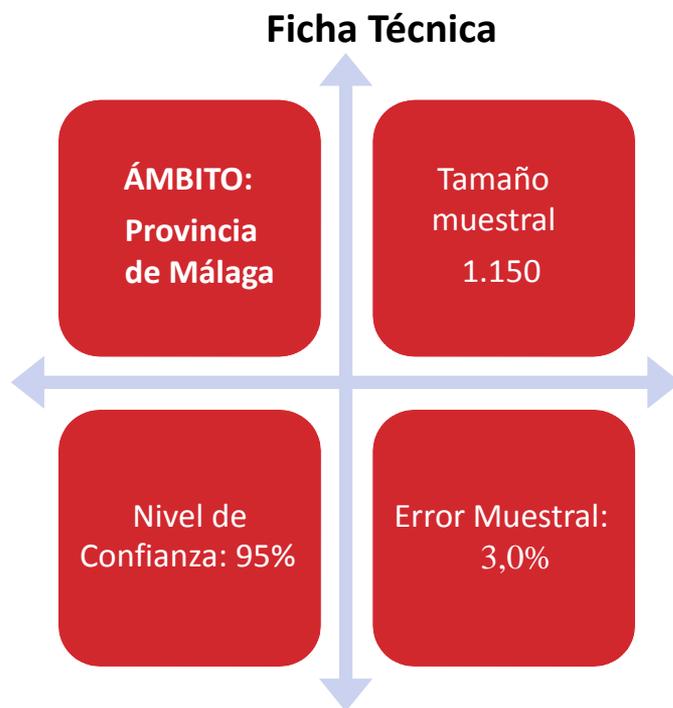
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

EL PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA tiene como objetivos:

- Conocer el perfil de la demanda real y potencial del consumo de vino de los residentes de la provincia de Málaga, y en especial de los vinos con D.O. Málaga y D.O. Sierras de Málaga, en concreto sobre consumo, compra, opinión,...
- Conocer en profundidad el posicionamiento actual de estos vinos en la provincia
- Permitir identificar posibles propuestas de actuación que mejoren y consoliden la comercialización de este tipo de vinos en el mercado de proximidad

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para definir el Perfil de Demanda del consumo se ha realizado una **encuesta personal** a la población de más de 18 años y residente en la provincia



Puntos de muestreo y encuestas realizadas

	Frecuencia	Porcentaje
Málaga	496	43,1
Marbella	128	11,1
Mijas	77	6,7
Fuengirola	72	6,3
Vélez- Málaga	70	6,1
Estepona	61	5,3
Torremolinos	60	5,2
Benalmádena	53	4,6
Antequera	37	3,2
Rincón de la Victoria	35	3,0
Ronda	33	2,9
Alhaurín de la Torre	28	2,4
Total	1.150	100,0

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El cuestionario contenía 35 preguntas que se dividieron en tres bloques:

- Preguntas encaminadas a conocer el **perfil del consumidor**: la frecuencia de consumo de diferentes bebidas incluyendo el vino, cuáles son los motivos por los que no consumen vino, en qué situaciones, cómo consumen vino y conocimiento de las denominaciones de origen
- Preguntas dirigidas a conocer el **perfil del comprador de vino**: dónde lo suelen hacer, precio, botellas que adquieren, frecuencias, estímulos para la compra, etc.
- Preguntas referentes a los **vinos elaborados en Málaga**: conocimiento de la Denominación de Origen Málaga y Denominación de Origen Sierras de Málaga, valoración de los vinos, presencia en restauración, lugares de compra, etc.

PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

Principales características:

CONSUMIDOR DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Elaborado por:

sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo

COFINANCIAN:



CONSUMIDOR DE VINO

Tipo de vino consumido

El **vino tinto** se configura como el preferido por la mayoría de los consumidores malagueños (81,6%).

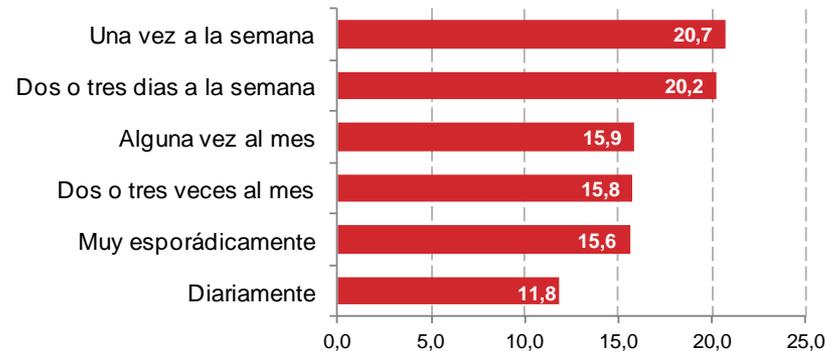
- El vino dulce está en tercer lugar del ranking con 32,1%



Frecuencia de consumo

No existe una tendencia clara en cuanto a la **frecuencia de consumo de vino** en la provincia de Málaga.

- Una vez a la semana 20,7% y
- Dos o tres días a la semana 20,2%

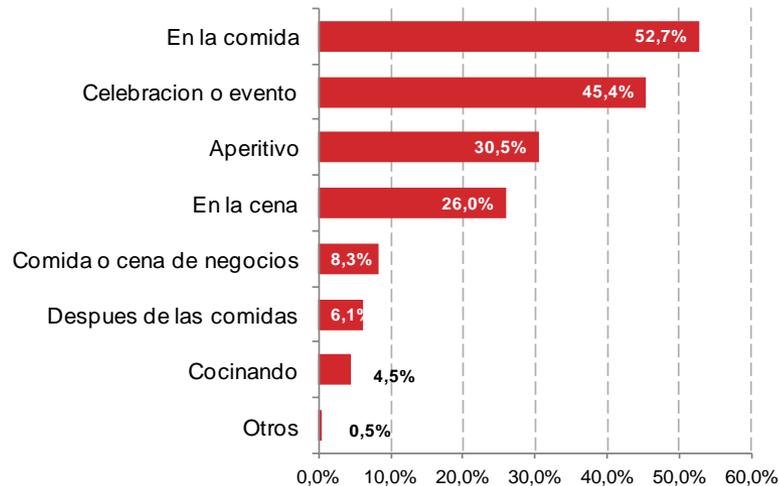


CONSUMIDOR DE VINO

Momento de consumo

El momento de mayor consumo es **la comida** (52,7%) de los encuestados

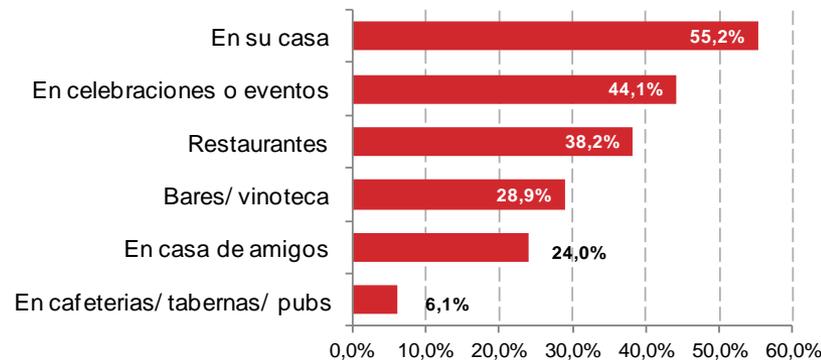
- **Celebración o evento** (45,4%)
- **Aperitivo** (30,5%)



Lugares de consumo

El 55,2% de los encuestados afirma consumir el vino en **su propia casa**

- También es destacable en **celebraciones o eventos** (44,1%)
- **Restaurantes** (38,2%)



CONSUMIDOR DE VINO

- La población malagueña prefiere consumir vino en **reuniones de amigos y/o familiares**, lo que refuerza el carácter social del vino. Destacar que el 18,1 % consume vino en **solitario**

- Se consume una media de **4,2 copas a la semana**, algo inferior al consumo de cerveza que es 6,15.

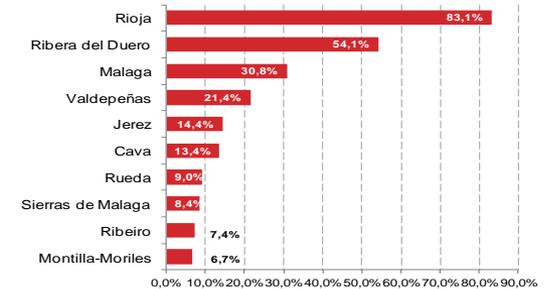
- El 56,6 % de la población declarara que en ocasiones **consume vino con Denominación de Origen**. Y la más consumida es la **D.O. Rioja**, de hecho el 83,1% de los encuestados declaran consumirla habitualmente.

- Destacar que la tercera D.O. en orden de importancia para el consumidor de vino es la **D.O. Málaga** (30,8%)

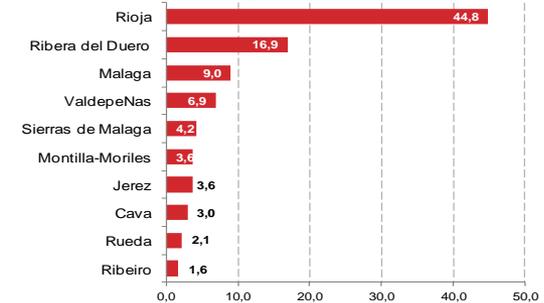
- La última DO consumida más respondida, antes de la entrevista, es de nuevo la Rioja. Destacar de la DO. de vinos de Málaga se sitúan en puestos más elevados, aunque con registros bajos:

- D.O. Málaga (9,0%)
- D. O. Sierras de Málaga (4,2%)

D. O. más consumida



Última D.O. consumida



CONSUMIDOR DE VINO

La marca más consumida es:

- *Protos* (10,2%),
- *Faustino* (7%) y
- *Marqués de Cáceres* (5,8%) y
- *Málaga Virgen* (3,5%).

Otras marcas malagueñas que también se han mencionado son:

- Carpe Diem
- Cartojal
- Quitapenas
- Los Aguilares
- Barón de Rivero

CONSUMIDOR DE VINO

En España hay muchas D.O. y cada vez mejores vinos, es la afirmación mejor valorada, el 50% del total de encuestados está totalmente de acuerdo con dicha afirmación

- Con promedios altos se encuentra ***probar vinos nuevos y a la preferencia de vinos blancos al tomar pescado***
- ***Los vinos tintos no son para el verano, el vino es la bebida favorita o más botellas pequeñas en supermercados los encuestados no se han decantado claramente ni a favor ni en contra***

	Variables	Total consumidores
Opinión	No me siento cómodo eligiendo vino por lo que suelo delegarlo	2,7
	En España hay muchas DO y cada vez mejores vinos	4,1
	Me gusta probar vinos nuevos	3,8
	Más botellas pequeñas en supermercados	3,1
	El vino es mi bebida favorita	3,1
	En general, creo que los vinos tintos no son para el verano	3,1
	Cuando tomo pescado prefiero vinos blancos	3,7

PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

Principales características:

COMPRADOR DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Elaborado por:

sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo

COFINANCIAN:



HÁBITOS DE COMPRA DE VINO

Frecuencia de compra

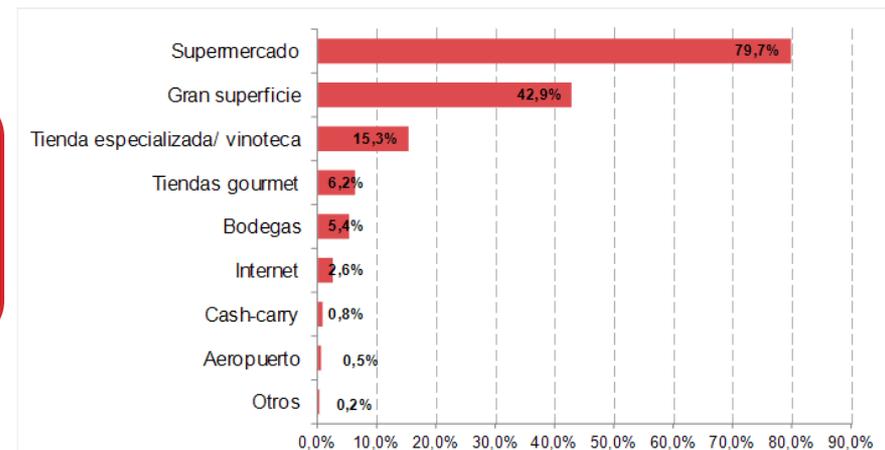
El 20,7% de la población encuestada **no compra vino, solo consume**

- Esporádicamente, no forma parte de su hábito, el 30,7%
- Un 12,7% lo hace semanalmente

Lugar de Compra

Los malagueños prefieren comprar vino en **los supermercados**

- Un 15,3% lo hace en establecimientos especializados
- La compra en bodega solo un 5,4%



HÁBITOS DE COMPRA DE VINO

Nº Botellas

- Suele comprar **2 botellas de vino** en cada compra
- Aunque la respuesta más usual es 1 botella

2,3
Botellas
Media

1
Botellas
Moda

Suele comprar vino para **consumo propio** o para **reuniones de amigos y/o familia**

Motivos por los que compra vino

- La mitad de los encuestados compra vino **porque le gusta tener en casa**
- Y **4 de cada 10 malagueños** compra vino para **momentos especiales**

Precio botella de vino

- **Diario** entre 3,7 y 8 € la botella
- **Vino Especial** entre 11,2 y 29,6 € la botella

HÁBITOS DE COMPRA DE VINO

Estado de Opinión

- Los malagueños suelen comprar más **“vino que hayan probado antes”** y suelen ser fieles a la marca (**compran la misma marca de vino**)
- El 43,4% de los encuestados **no compra más vino, cuando hay promociones**
- El 39,6% de los compradores de vino, **no suele pedir consejo**

Criterios compra de vino

- El **precio** y el **tipo de vino** (blanco, rosado o tinto) si influyen bastantes para la compra del vino, así como la **Denominación de Origen**
- Es indiferente el **nombre, tamaño de la botella, descripción de la contraetiqueta o de la etiqueta**

PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

Principales características:

CONOCIMIENTO DEL VINO DE D.O. MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA

Elaborado por:

sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo

COFINANCIAN:



D.O MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA

Conocimiento de Vinos elaborados en Málaga y Marcas

El 70% de la población encuestada declara **conocer algún vino elaborado en la provincia**

- Málaga/Montes de Málaga los más conocidos (60,7%)
- Molina (11%)
- Competa (7,9%) y Ronda (6,6%)
- La población confunde la procedencia de los vinos. Ronda y Valle del Guadalhorce han sido respondidas de forma singular

Málaga Virgen es la marca más conocida (40% de respuestas)

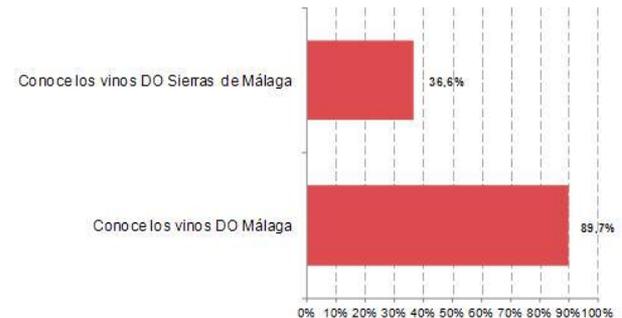
- Cartojal (19,4%)
- Pedro Ximénez (9,2%), Quitapenas (6,5%), Carpe Diem (6,4%)
- Competa (7,9%) y Ronda (6,6%)
- Los Descalzos Viejos o Los Aguilares (1,1%)

D.O MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA

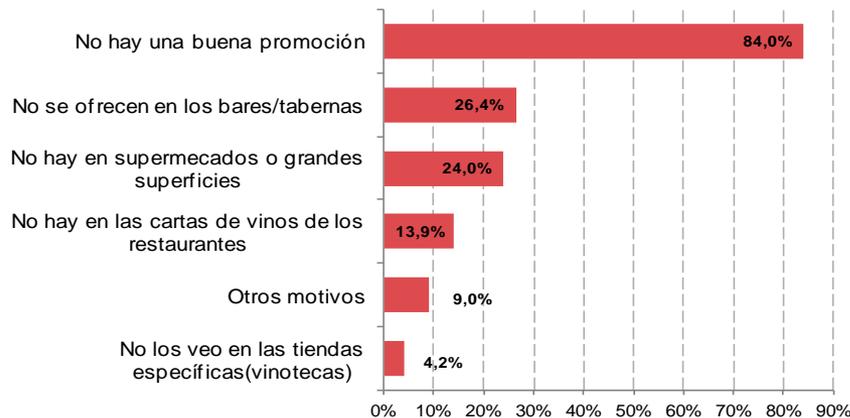
Conocimiento de Vinos elaborados en Málaga

El **90 %** de los malagueños encuestados que conocen vinos elaborados en Málaga, **conocen la D.O. Málaga**

El **36,6%** conocen la **D.O. Sierra de Málaga**



Razones por las que no las conoce



D.O MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA

Cómo conoció los vinos ...

El **50%** los conoció en casa de amigos

- El propio consumidor malagueño y el boca a boca es uno de los principales canales para hacer penetrar y consolidar los vinos de la provincia

Compra o consume...

El **90,2%** de los encuestados que conocen la **D.O. Sierras de Málaga** declaran comprarlo o consumirlo, mientras que **la D.O. Málaga**, asciende al **88,5%**.

- Este alto grado de fidelidad una vez es conocida, demuestra que éstas son valoradas como un signo distintivo de calidad y diferenciación a la hora de adquirir este tipo de bebida.

Cómo conoció los vinos DO Málaga?



Como conoció los vinos DO Sierras de Málaga?



D.O MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA

Motivos de consumo...

El principal motivo argumentado **es porque le gusta** (D.O: Sierras de Málaga un 73,3% y D .O. Málaga un 58,3%)

- Una segunda opción comentada es **porque querían probar vinos de la tierra** (un 45% de las respuestas)

Una mayor presencia de estos vinos en los **restaurantes y eventos especiales**, puede hacer que incremente su grado de conocimiento de los consumidores potenciales

Oferta de vinos en Restaurantes

D.O. Málaga: **siempre o casi siempre** un 38,1%

D.O. Sierras de Málaga: la respuesta más habitual es **nunca** (31,5%)

Oferta de vinos en lugares de Compra

D.O. Málaga: Sí que se encuentran es lo más respondido

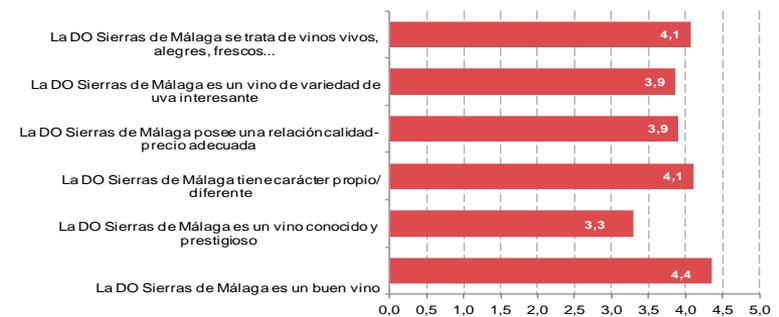
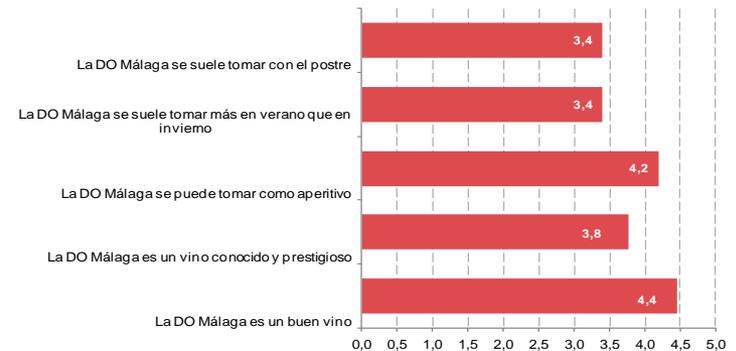
D.O. Sierras de Málaga: la respuesta más habitual es **nunca** (37,5%) o rara vez (25,0%)

D.O MÁLAGA Y D.O. SIERRAS DE MÁLAGA

Opinión sobre los vinos...

Los consumidores malagueños opinan sobre la **D.O. Málaga** que son **buenos vinos**, que **se pueden tomar como aperitivo** y que son **conocidos y prestigiosos**

Los consumidores malagueños opinan sobre la **D.O. Sierras de Málaga** que son **buenos vinos**, que son **vinos vivos, alegres, frescos** y que **tienen carácter propio/diferente**



CONCLUSIONES

- Presenta una **edad media de 46 años**, principalmente es consumidor de **vino Tinto** (81,6%), aunque también bebe blanco y dulce.

- El vino lo suele consumir acompañado **por amigos y/o familiares o pareja** (solo un 18,1% lo toma solo), normalmente **en su casa o en celebraciones**. Prefiere consumirlo en la **comida** (52,7% de las respuestas) o de **aperitivo**. Se caracterizan por tomar una media de **4 copas de vinos a la semana; siendo su consumo o una vez a la semana o entre dos o tres veces**.

-Suele tender a consumir **vino de Denominación de Origen**, destacando la preferencia por Rioja, le sigue Ribera del Duero y Valdepeñas. Aunque opina que en España hay muchas D.O. y cada vez mejores vinos y muestra cierta tendencia a probar vinos nuevos.

-Para el consumidor malagueño **es muy importante la relación calidad- precio del producto**. Son ellos mismos los que **eligen el vino y cuando compran, se decantan por vinos conocidos o con referencias** Suelen comprar vino para **consumo propio o regalo**, una media de 2 botellas y en **supermercado o gran superficie**.

-Por último, respecto a la **D.O. Málaga**, piensan que es **conocida y prestigiosa, y la asocian al consumo durante el aperitivo**.

- La **D.O. Sierras de Málaga** es menos conocida, (36,6%) aunque los que la conocen opinan que es un buen vino, con carácter propio/diferente e interesante. Normalmente, no es frecuente su presencia en restaurantes ni en los lugares típicos de compra.

PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

Principales características:

TIPOLOGÍA DE CONSUMIDORES DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Elaborado por:

sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo

COFINANCIAN:



CONOCEDORES TRADICIONALES

Las principales características que los definen son las siguientes:

-Este tipo de consumidores presenta una **edad media superior al resto, la edad media es de 51 años**

-Se caracterizan por ser los que **mayor número de unidades de vino adquieren en cada compra, así como por ser los que mayor número de copas de vino consumen por semana; siendo su consumo de manera diaria o dos- tres veces por semana.**

-Dentro de este grupo, el porcentaje de consumidores que **no toman vino dulce es superior al resto. Suelen consumir vino en el aperitivo o durante la comida.** Lo hace en casa y solo o con su pareja.

-El **vino es su bebida favorita. Prefieren los vinos con D.O. y para ellos es muy importante la relación calidad- precio del producto.**

-Son ellos mismos los que **eligen el vino y son más flexibles a la hora de decidirse por probar vinos nuevos.**

-Se manifiestan a favor con **la calidad y variedad de D.O. españolas y no creen necesario que tenga que haber más botellas pequeñas de vino en los puntos de venta.**

-Por último, respecto a la D.O. Málaga, piensan que es **conocida y prestigiosa, y la asocian al consumo durante el aperitivo.**



Conocedores
tradicionales

36%
población

CONSUMIDORES SOCIALES

-Ser de una **edad media inferior al resto**, es el grupo con la edad media más joven **39 años**.

-Dentro de este grupo, el peso de consumidores que toman **vino dulce y espumoso es superior al resto de los grupos**. Así mismo, es superior la cuota de los que **manifiestan no consumir blanco y rosado**.

-Suelen consumir **vino socialmente** (en cenas o comidas con amigos, bares, **vinotecas o celebraciones y eventos**).

-Manifiestan que **el vino no es su bebida favorita y que lo consumen socialmente: en comidas o cenas con amigos o en celebraciones y eventos, bares o vinotecas**.

-No se suelen **sentir cómodos eligiendo vino, por lo que suelen delegar esto**.

-Relacionado con lo anterior, afirman mayoritariamente que no consumen vinos con D.O.; es por ello que **no manifiestan una opinión clara sobre la variedad y calidad de las D.O. en España**.

-Existe cierta **asociación con el nombramiento de las marcas más conocidas (Málaga Virgen) y con el consumo de D.O. famosas como: Rioja, Málaga y Cava**.



Consumidores sociales

26%
población

COMPRADOR OCASIONAL

El tercer grupo identificado se caracteriza en comparación con los otros dos grupos de consumidores por:

- Presentar una **edad intermedia, de unos 45 años.**
- El peso de los que **consumen vino tinto en este clúster es significativamente mayor que en el resto de grupos de consumidores.**
- Suelen consumir vino con una frecuencia de **una vez a la semana o dos- tres veces al mes, y en casa de familiares o amigos.**
- Otro rasgo característico de este grupo es que manifiestan estar totalmente a favor de la existencia de más **botellas pequeñas en los puntos de venta.**



Comprador ocasional

38%
población

PERFIL DE DEMANDA DEL CONSUMO DE VINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

ESTIMACIÓN DE CONSUMIDORES Y GASTO EN VINO

Elaborado por:

sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo

COFINANCIAN:





ESTIMACIÓN DE CONSUMIDORES DE VINO

- Se estima que el 65% de la población mayor de 18 años es consumidora de vino, por lo que el número **de consumidores de vino en la provincia de Málaga es de unos 850.000**

- Según la encuesta el 68,5% es consumidor habitual por lo que unas **580.000 personas se estima que consumen habitualmente vino**

-Dado que la mayor parte de estos consumidores han declarado consumir o comprar vinos elaborados en la provincia, se estima que:

- **unas 370.000 personas** de la provincia han **consumido o han comprado vino de D.O. Málaga** y

- sobre **150.000 vino de D.O. Sierra de Málaga**

CONSUMO MEDIO DE VINO

