



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

Estudio de mercado para la exportación de vino tinto español para el estado de Nueva York (EE.UU.)

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Facultad de Economía y Empresa

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

AUTOR/A: Iván Vicente Benito

TUTOR/A: Vladimiro Edwin Vílchez Medina.

Salamanca, 14 de junio de 2024.

ÍNDICE

1 RESUMEN.....	3
2 INTRODUCCIÓN.....	3
3 PANORÁMICA DE ESTADOS UNIDOS Y NUEVA YORK.....	4
3.1 Marco geográfico.....	4
3.2 Marco demográfico.....	6
3.3 Marco económico.....	6
3.4 Marco político.....	7
4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	8
4.1 Introducción.....	8
4.2 Estimación de la demanda vinícola en Estados Unidos.....	8
4.3 Desglose de la demanda por tipo de vino según la información del ICEX(2023).....	9
4.4 Consumo total de vino en New York y en los diferentes estados.....	10
4.5 Demanda de vino tinto en Nueva York.....	11
4.6 Perfil del consumidor de vino en EE.UU.....	12
4.6.1 Perfil del consumidor de vino tinto español.....	13
5 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	14
5.1 Producción.....	14
5.2 Industria Vinícola de Nueva York.....	14
5.3 Competidores Internacionales.....	16
6 COMERCIO EXTERIOR.....	17
6.1 Análisis del sector a nivel mundial.....	17
6.2 Barreras de entrada al mercado.....	19
6.2.1 Aranceles e impuestos.....	19
6.2.2 Aspectos legales “Three tier system”.....	20
7 FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN.....	21
7.1 Producto.....	21
7.1.1 Introducción a la Comercialización del Vino de Priorat.....	21
7.1.2 Scala Dei y sus características.....	21
7.1.3 Producto seleccionado: Scala Dei Prior.....	22
7.2 La etiqueta.....	23
7.3 Precio.....	25
7.3.1 Análisis de segmentos de precios.....	26
7.4 Distribución.....	27
7.5 Promoción.....	28
7.5.1 Posicionamiento de marca.....	28
7.5.2 Publicidad.....	29
7.5.3 Redes Sociales.....	29
7.5.4 Eventos y ferias.....	29

8 CONCLUSIONES.....	30
9 BIBLIOGRAFÍA.....	31
10. ANEXOS.....	34

TABLAS

Tabla 4.1 Demanda de vino en Estados Unidos (en millones de hectolitros).....	8
Tabla 4.2 Consumo de vino en Estados Unidos por tipo (en millones de hectolitros).....	9
Tabla 4.3 Consumo de vino por estados en Estados Unidos (en millones de hectolitros)..	10
Tabla 4.4 Demanda vino tinto en nuestras poblaciones objetivo (en millones de hectolitros).....	11
Tabla 4.5 Demanda objetivo de nuestro proyecto (en millones de hectolitros).....	12
Tabla 5.1 Áreas vinícolas de Estados Unidos.....	15
Tabla 7.1 Estimación de precio para nuestra exportación.....	25
Tabla 7.2 Análisis mercado de vinos en base al precio.....	26

GRÁFICOS

Gráfico 5.1 Importaciones realizadas por Estados Unidos en 2022.....	16
Gráfico 6.1 Exportaciones realizadas por Estados Unidos en 2022.....	19

FIGURAS

Figura 3.1 Mapa de Estados Unidos.....	4
Figura 3.2 Mapa de Nueva York.....	5
Figura 5.1 Mapa de las áreas vinícolas de Estados Unidos.....	15
Figura 7.1 Etiqueta propuesta para nuestra exportación.....	24

1 RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo examinar el mercado del vino en el Estado de Nueva York para evaluar la viabilidad de exportar vino tinto, en particular el Scala Dei Prior con Denominación de Origen Calificada (DOQ) Priorat. En primer lugar, se ofrece una panorámica general que incluye aspectos geográficos, demográficos, económicos y políticos del Estado. Posteriormente, se realiza un análisis exhaustivo de la oferta y la demanda en el mercado, incluyendo el perfil del consumidor. También se proporciona información detallada sobre el funcionamiento de aduanas, aranceles e impuestos a la importación.

En la segunda parte, se elabora una estrategia de marketing mix destinada a competir en el segmento de vinos “Premium”, donde se ha identificado un mercado potencial. Las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación propuestas, junto con el perfil del consumidor y la demanda de vino importado, indican un panorama favorable para la exportación del Scala Dei Prior al Estado de Nueva York. Este enfoque integral y detallado permitirá determinar la viabilidad y el potencial éxito de esta iniciativa de exportación.

2 INTRODUCCIÓN

La principal finalidad de este trabajo es realizar un estudio sobre el mercado de exportación del vino tinto Scala Dei Prior con Denominación de Origen Calificada (DOQ) Priorat al Estado de Nueva York. Para ello, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo del ecosistema vitivinícola del mercado objetivo, evaluando tanto la oferta como la demanda, con el propósito de estimar la demanda potencial del producto propuesto, teniendo en cuenta las características del consumidor.

Para la elaboración de este análisis, se han recopilado datos provenientes de diversas fuentes primarias y secundarias. Los datos principales se obtuvieron de la base de datos de comercio internacional del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que proporciona estadísticas detalladas sobre exportaciones agroalimentarias. Además, se han utilizado informes de mercado y estudios sectoriales de organismos destacados, como la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) y el ICEX. Estas fuentes han facilitado una comprensión integral y actualizada de las tendencias, volúmenes y valores de exportación, garantizando la precisión y relevancia del análisis presentado.

3 PANORÁMICA DE ESTADOS UNIDOS Y NUEVA YORK

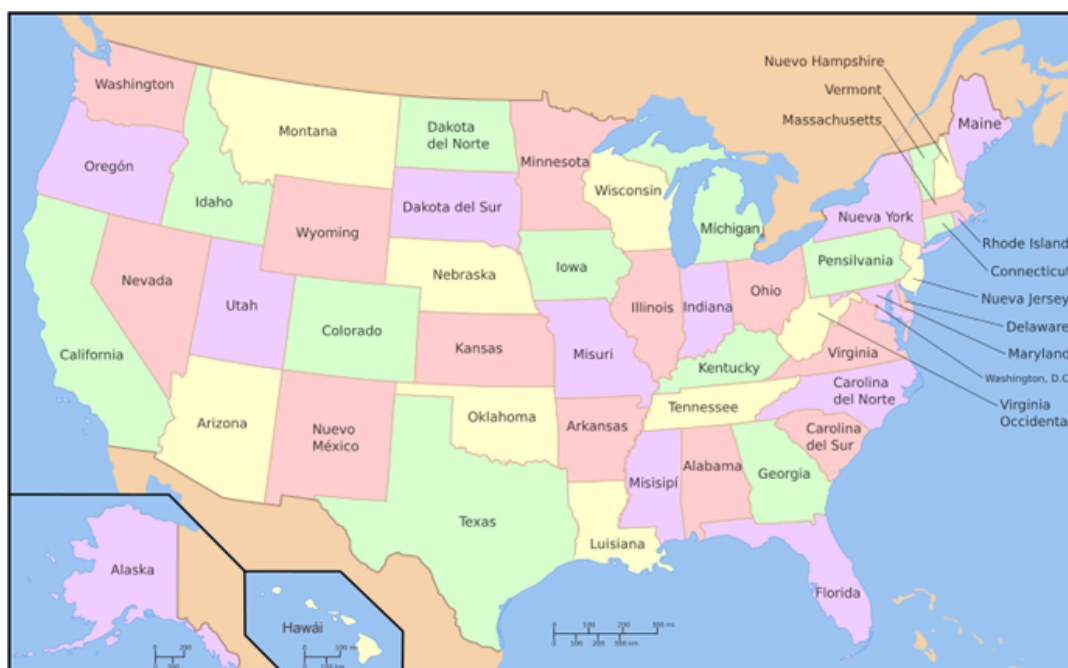
Estados Unidos es un país ubicado en América del Norte, conocido por ser una potencia mundial en diversos aspectos como la economía, la tecnología, la cultura y la política. Es una república federal compuesta por 50 estados y un distrito federal, Washington D.C. Su capital es Washington D.C. y su idioma oficial es el inglés¹.

A continuación, se presentan las principales características geográficas, demográficas, políticas y económicas de Estados Unidos y especialmente del Estado de Nueva York, que es el mercado a donde va dirigido este trabajo de oferta exportable.

3.1 Marco geográfico

Tal y como señala Barco (2024)² dada la gran extensión como país de Estados Unidos (9,834 millones km²) con características climáticas, geológicas y paisajísticas diferenciadas, podemos señalar dicho territorio como propicio para el cultivo de uvas, traducido en la producción de una amplia gama y estilos de vino.

Figura 3.1 Mapa de Estados Unidos.



Fuente: Wikipedia³

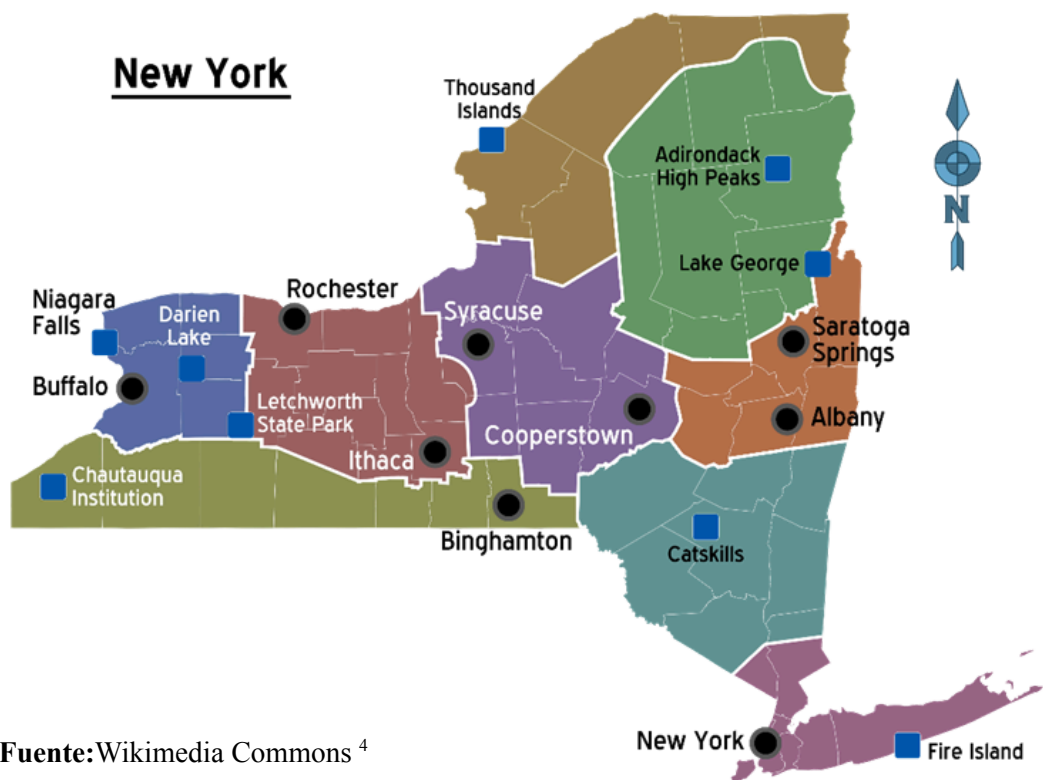
¹ Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2024). *Estados Unidos*. Oficina de información diplomática. Ficha País.

² Barco R., E. (2024). *El vino en Estados Unidos: producción, tipos de uva, y clasificación*. Cata vino.

³Map of USA with state names. (6 de septiembre de 2023). *Wikipedia Commons*. https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:Map_of_USA_with_state_names_es.svg&oldid=798937006

El Estado de Nueva York tiene ocho regiones geográficas: Las Llanuras Costeras del Atlántico, que se localizan en el sur; Las Llanuras Hudson-Mohawk, que proporcionan el único medio viable de transporte hidrográfico entre los Apalaches; La Meseta de Nueva Inglaterra de sierras y montañas bajas; Los Montes Adirondack de formato circular; Las Sierras Tug cuyo terreno es algo accidentado; Las Llanuras de San Lorenzo que están localizadas en el norte y La Meseta de los Apalaches, su región menos poblada.

Figura 3.2 Mapa de Nueva York



Fuente: Wikimedia Commons ⁴

Este Estado tal y como apunta National Geographic (2022), cuenta entre sus activos, con Nueva York la ciudad más grande y cosmopolita de EE.UU, famosa por sus rascacielos, parques, museos, y diversos barrios con ricos matices étnicos. Y para terminar destacar que en Estados Unidos las zonas de mayor consumo de vino están precisamente en la costa este de su geografía, donde el Estado de Nueva York tiene un lugar muy destacado⁵.

⁴Mapa de regiones de Nueva York. (20 de agosto de 2023). En *Wikipedia Commons*. https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:New_York_regions_map.png&oldid=794645062

⁵ National Geographic Viajes.(2022).*Nueva York. La ciudad que nunca tiene resaca.*

3.2 Marco demográfico

La población de Estados Unidos superaba los 331 millones de personas a mediados de 2022, según estimaciones de la U.S. Census Bureau (2022)⁶, esto da lugar a que exista una amplia base de consumidores potenciales de vino. Cuenta con una población envejecida debido a factores como el aumento de la esperanza de vida y la disminución de la tasa de natalidad con los retos que esto provoca, además podemos destacar su gran variedad étnica y racial todo ello derivado de sus efectos inmigratorios los que contribuyen a la creación de la mezcla cultural mencionada anteriormente. Además, la diversidad étnica del país ha llevado a una mayor demanda de una variedad de estilos de vino, desde los tradicionales hasta los más innovadores.

Nueva York por su parte cuenta con una población 8.5 millones de habitantes, siendo el Estado que más acentúa la diversidad cultural ya que es considerado un imán para inmigrantes de todo el mundo, lo que además hace que cuente con las zonas de mayores densidades de población del mundo.

3.3 Marco económico

En 2022, el marco económico de Estados Unidos se vio influenciado por una serie de factores que afectaron diferentes aspectos de su economía tales como la COVID-19 según señala CEPAL (2020)⁷ siendo el 2022 el primer año en el que se pudieron encontrar signos de su recuperación. Pese a esto Estados Unidos cuenta con un mercado laboral en el que se sigue esperando que la tasa de desempleo disminuya gradualmente mientras se recupera la economía y como principal preocupación solamente se puede encontrar su inflación, aunque se espera que se modere en comparación con los repuntes anteriores.

El PIB de Estados Unidos ha crecido un 1,9% con respecto a 2021 cuya cifra fue de 2,4 billones de dólares que le convierten en la primera economía del mundo en términos de Producto Interior Bruto. Este índice nos lleva a sugerir que este mercado, que incluye al Estado de Nueva York, dispone de una importante capacidad de compra de bienes y servicios, entre los que el vino tinto español, podría tener una interesante cuota de mercado.

⁶ U.S. Census Bureau. (2022). *Estimaciones de población para 2022*. United States Census Bureau

⁷ NU. CEPAL. *Impacto del Covid-19 en la economía de los Estados Unidos y respuestas de política*. Editorial CEPAL.

3.4 Marco político

En 2022, Estados Unidos estuvo bajo la administración del presidente Joe Biden, quien asumió el cargo el 20 de enero de 2021. Según apunta Fernández (2022)⁸ la administración de Biden se enfrentaba a desafíos como la gestión de la pandemia de COVID-19, la recuperación económica y la implementación de políticas en áreas como el cambio climático, la atención médica y la inmigración.

El Congreso de Estados Unidos está compuesto por dos cámaras: la Cámara de Representantes y el Senado. En ese momento, el equilibrio de poder está dividido, con los demócratas controlando la Casa Blanca y teniendo una ligera mayoría en la Cámara de Representantes, mientras que los republicanos tienen una presencia significativa en el Senado por lo que se puede decir que experimenta una notable polarización, con divisiones profundas en temas clave y un ambiente político cada vez más bipartidista.

En general, Estados Unidos puede proporcionar estabilidad, protección legal, apoyo a la industria agrícola, promoción del comercio internacional y regulación del consumo responsable, todo lo cual puede beneficiar a la producción y consumo de vino en el país.

Centrándonos en el Estado de Nueva York, el Partido Demócrata es el partido político que tradicionalmente ha tenido una influencia significativa y ha gobernado en la mayoría de las recientes administraciones. Actualmente su gobernadora es Kathy Hochul, quien pertenece al Partido Demócrata. Hochul asumió el cargo en agosto de 2021, sucediendo a Andrew Cuomo, también demócrata, quien renunció.

El Partido Demócrata no solo controla la oficina del gobernador sino también ambas cámaras de la legislatura estatal, esta mayoría demócrata en las principales ramas del gobierno estatal ha permitido la implementación de políticas progresistas en varias áreas, incluyendo la regulación del alcohol, el cambio climático, los derechos laborales y la reforma de la justicia penal.

⁸ Fernández, L.R. (2022). Situación económica de Estados Unidos en 2021: desafíos un año después de la inauguración del gobierno de Biden. *Economía y Desarrollo*, 166 (2).

<https://orcid.org/0000-0003-3535-2789>

4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En este punto se medirá y estimará la demanda de vino tinto español que tendrá nuestra propuesta, se estudiará la estructura de esta demanda y se analizará el perfil del consumidor de vino tinto español, que es la población objetivo del trabajo.

4.1 Introducción

La demanda de vino en Estados Unidos se encuentra influenciada por una variedad de factores que incluyen tendencias de consumo, cambios demográficos, consideraciones económicas y preferencias de distribución. A medida que estos factores continúan evolucionando, es probable que la demanda de vino en el país siga cambiando en el futuro.

4.2 Estimación de la demanda vinícola en Estados Unidos

Se empleará la ecuación de demanda aparente

(Demanda = Producción + Importación – Exportación)

Tabla 4.1 Demanda de vino en Estados Unidos (en millones de hectolitros)

Año	Producción	Importación	Exportación	Demanda
2017	23,6	12	3,5	32,1
2018	24,4	11,5	3,5	32,4
2019	24,1	12,1	3,6	32,6
2020	22,8	12,3	3,6	31,5
2021	24,8	13,9	3,3	35,4
2022	22,4	14,4	2,8	34
2023	23,3*	13,5*	3,2*	33,6*
2024	23,5*	13,9*	3,1*	34,3*

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OeMv⁹ y del ICEX (2023)¹⁰

(*) Nota - Predicción calculada a través de medias móviles con n=3 (véase detalle en el Anexo 1)

⁹OEMV. (s.f.) *Coyuntura vitivinícola mundial 2023*. Organización Internacional de la Viña y el Vino.

¹⁰Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

En general, se puede decir que a día de hoy Estados Unidos sigue siendo el país que más vino consume en el mundo, y observando la tabla propuesta con más detalle se puede ver que la demanda de vino se encontraba en un crecimiento el cual se vio frenado muy fuertemente debido a la crisis del Covid-19 pero pese a ello ha tenido una rápida recuperación y ha permitido poder seguir creciendo, pero sin llegar a las cifras conseguidas en los años prepandemia.

4.3 Desglose de la demanda por tipo de vino según la información del ICEX (2023)

Dada su importancia, merece la pena analizar con más detalle el comportamiento de la demanda de los distintos tipos de vino. Lérica (2021)¹¹ clasifica el porcentaje de vino consumido en Estados Unidos por tipo. El vino blanco es el vino más consumido en Estados Unidos (49,4 % de cuota), seguido por el vino tinto, que supone un 44,1 % del total. El vino rosado ha pasado a ser muy reducido en términos de volumen (6,4%).

Estados Unidos ha pasado de ser un mercado en el que triunfaban los vinos “fáciles” y dulces, habitualmente de precio reducido como el Chardonnay (variedad de uva blanca de origen francés), a contar con un consumidor medio de vino más informado que demanda vinos más variados y con distintos orígenes y sabores. Entre los blancos, aunque el más consumido sigue siendo el Chardonnay, destacan el Sauvignon Blanc y el Pinot Grigio; entre los tintos, el Cabernet Sauvignon sigue dominando el mercado y el Merlot ha cedido terreno al Pinot Noir (todas ellas variedades de origen francés).

Tabla 4.2 Consumo de vino en Estados Unidos por tipo (en millones de hectolitros)

Tipo de Vino	Año 2022	Año 2021
Tinto	15	15,2
Rosado	2,2	2,5
Blanco	16,8	17
TOTAL	34	34,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ICEX (2023)¹²

¹¹ Lérica, B (2021). El mercado del vino en Estados Unidos. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York. ICEX España Exportación e Inversiones.

¹²Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

4.4 Consumo total de vino en New York y en los diferentes estados

A continuación, se presentan los consumos por estados, así como la cuota que ocupan de la demanda total de Estados Unidos.

Tabla 4.3 Consumo de vino por estados en Estados Unidos (en millones de hectolitros)

Estado	Consumo 2022	Cuota de la demanda
California	6,53	19,2
Nueva York	2,88	8,47
Florida	2,86	8,41
Nueva Jersey	1,58	4,64
Texas	1,57	4,62
Massachussets	1,34	3,94
Washington	1,04	3,07
Virginia	1	2,94
Ohio	0,98	2,89
Resto EE. UU	14,22	41,82

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ICEX (2023)¹³

Analizando la tabla se observa que Nueva York es el segundo mayor consumidor de vino dentro de los distintos estados de Estados Unidos, consumiendo aproximadamente un 10% del total, como hecho reseñable comentamos que ha adelantado a Florida tras haber estado más de 5 años detrás de ella como consumidor.

Además, destacar la importancia de Nueva York como importador de vino dentro de Estados Unidos ocupando el primer puesto de la lista ya que cerca del 40% del total de las importaciones son allí.

¹³Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

4.5 Demanda de vino tinto en Nueva York

Una vez visto y definido el consumo de vino en el Estado de Nueva York vamos a depurar los datos de las tablas anteriores centrándonos solamente en el vino tinto objeto de nuestro trabajo.

Tabla 4.4 Demanda vino tinto en nuestras poblaciones objetivo (en millones de hectolitros)

Año	Demanda de Vino Tinto en Estados Unidos	Demanda de Vino Tinto en Nueva York
2017	14,16	1,2
2018	14,29	1,21
2019	14,38	1,22
2020	13,9	1,18
2021	15,62	1,32
2022	15	1,27
2023	14,82*	1,25*
2024	15,13*	1,28*

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OeMv¹⁴ y del ICEX (2023)¹⁵

(*) Nota - Predicción calculada a través de medias móviles con n=3.

Cantero y Orduña (2010)¹⁶ destacan que en el Estado de Nueva York, el vino tinto es el tipo de vino más consumido. Este Estado, conocido por su diversidad en preferencias de consumo, muestra una inclinación notable hacia los vinos tintos sobre los blancos y rosados. Esta tendencia difiere con los datos nacionales donde el vino blanco es ligeramente favorito.

La preferencia por el vino tinto en Nueva York refleja una apreciación por las variedades más robustas y complejas, como el Cabernet Sauvignon y el Pinot Noir, que son populares en todo el país. Además, la ciudad de Nueva York, con su vibrante escena gastronómica, probablemente influye en estas preferencias, ya que el vino tinto suele

¹⁴OEMV. (s.f.) *Coyuntura vitivinícola mundial 2023*. Organización Internacional de la Viña y el Vino.

¹⁵Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

¹⁶ Cantero, A & Orduña, P. (2010). *El mercado del vino en Estados Unidos*. ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

acompañar bien a una amplia gama de platos que se sirven en sus numerosos restaurantes y bares.

Este patrón de consumo no solo destaca el gusto por los tintos, sino también la tendencia general de los consumidores neoyorquinos hacia vinos que complementan su sofisticada cultura culinaria y su aprecio por experiencias gastronómicas integrales.

Tabla 4.5 Demanda objetivo de nuestro proyecto (en millones de hectolitros)

Año	Demanda “Vinos Premium”	Cuota Objetivo	Demanda Objetivo
2023	32,5*	0,7%	0,23
2024	33,28*	0,85%	0,28

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OeMv¹⁷ y del ICEX (2023)¹⁸

(*) Nota - Predicción calculada a través de medias móviles con n=3.

4.6 Perfil del consumidor de vino en EE.UU

Según los datos proporcionados por Beverage Information Group (2022)¹⁹, para el año 2022, de los 237.5 millones de adultos que residen en Estados Unidos, aproximadamente 210 millones son aficionados al vino. Dentro de este grupo, el 37% tiene preferencia por cualquier tipo de vino, mientras que el 31% prefiere vinos de producción nacional y solo el 12% opta por vinos importados. Una minoría, equivalente al 3%, se inclina por vinos de postre y fortificados y un 14% por los espumosos.

En términos de segmentación de la demanda de vino en Estados Unidos, podemos desglosarla de la siguiente manera:

- o Segmentación por género: Las mujeres representan el 57% de los consumidores y son las principales responsables de las compras de vino, particularmente en supermercados.
- o Segmentación por edad: Los millennials (de 25 a 39 años) constituyen el grupo más numeroso de consumidores, con un 37%, seguidos por los baby boomers (de 55 a 74 años) con el 29%, y la generación X (de 40 a 54 años) con el 21%. Por último, la generación Z (de 21 a 24 años) representa tan solo el 5% de los

¹⁷OEMV. (s.f.) *Coyuntura vitivinícola mundial 2023*. Organización Internacional de la Viña y el Vino.

¹⁸Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

¹⁹ Stafford, J. (2022). *Beverage Information Groups Industry Overview Handbook*. Beverage Dynamics.

consumidores de vino, lo que sugiere que este producto aún no es muy popular entre los segmentos más jóvenes de la población.

- o Segmentación por ingresos: El 65% del consumo de vino proviene de hogares con ingresos superiores a \$70,000 al año, y este porcentaje se eleva al 66% para los vinos importados.
- o Segmentación por lugar de consumo: La mayor parte del consumo de vino (el 83%) tiene lugar en los hogares estadounidenses, una tendencia que se ha consolidado con el tiempo y se ha acentuado aún más debido a la pandemia de COVID-19. No obstante, en términos de valor, esta tendencia no es tan evidente (el 64%), lo que sugiere que el consumo de vinos de mayor calidad se produce principalmente en restaurantes y establecimientos especializados.

4.6.1 Perfil del consumidor de vino tinto español

Como se ha mencionado anteriormente, España tiene una cierta importancia como uno de los proveedores de vino más destacados de Estados Unidos, ya que se importan cerca de 74 millones de litros los cuales mueven un valor de 394 millones, en proporción un valor monetario muy superior al de sus competidores. Por tanto, podemos decir que el vino español goza de una gran reputación en el mercado algo que se ha conseguido durante estos años gracias tanto a la calidad de sus vinos como a su variedad de gamas, desde los clásicos Rioja y Ribera del Duero hasta vinos menos conocidos de regiones emergentes como Priorat, Rías Baixas y Jerez, lo que proporciona una diversidad de opciones para los consumidores neoyorquinos. Este crecimiento ha sido facilitado, gracias a la presencia tanto en restaurantes como en tiendas especializadas, lo que ha dado acceso a su consumo y a los eventos promocionales promovidos por las distintas marcas junto a sus equipos de marketing que aumentan su visibilidad y popularidad a través de degustaciones, catas guiadas, cenas maridaje y festivales de vino...

En general, el consumo de vino español muestra un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de vinos de calidad y la búsqueda de nuevas experiencias gastronómicas por parte de los consumidores. Lo que crea un futuro prometedor, con un mercado receptivo y en constante expansión que ofrece oportunidades para el crecimiento y la promoción de los vinos españoles en la ciudad.

5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En este punto se intentará describir la oferta de vino tinto en el Estado de Nueva York, especialmente en los aspectos relevantes de la estructura de producción y de la competencia, y se prestará especial atención a la oferta española de vinos tintos en el Estado de Nueva York.

5.1 Producción

Siguiendo la información proporcionada por la Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) (2022)²⁰ la producción vinícola de Estados Unidos disminuyó hasta 22.4 millones de hectolitros un 7% menor respecto a 2021 debido al clima seco y caluroso predominante de 2022 lo que provocó que las vendimias fueran tempranas y de volumen medio, pese a esto Estados Unidos sigue siendo el cuarto productor más grande del mundo siguiendo Italia, Francia y España como los principales productores. Además, Estados Unidos cerró 2022 como principal importador mundial de vino en volumen por primera vez en su historia, superando a Alemania. En valor, consolidó su liderato, a un precio superior a la media del comercio mundial de vino.

En cuanto al número de viñedos, se ha estado reduciendo sistemáticamente desde 2014 y, en 2022, se estima que su superficie es de 390 miles de hectáreas, que es ligeramente inferior a la del año anterior. Cabe destacar que la reducción en el tamaño se ha realizado debido a que en los últimos años se ha producido una sobreoferta de uvas en el Estado de California.

5.2 Industria Vinícola de Nueva York

La industria vinícola de Nueva York se encuentra repartida en AVAS; cada AVA significa Área Vitivinícola (en inglés, American Viticultural Area) en Estados Unidos, es una región de producción de uva para vino en los Estados Unidos, distinguible por sus características geográficas, como la topografía, el clima, el suelo y otros factores que influyen en el cultivo de la vid y la producción de vino. Y con límites definidos por la Oficina de Comercio de Impuestos de Alcohol y Tabaco (TTB) y el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos los cuales se encargan de otorgar dichas denominaciones según las peticiones de las bodegas.

²⁰ Organización Internacional de la Viña y el Vino. *Actualidad de la coyuntura del sector vitivinícola mundial en 2022.*

Tabla 5.1 Áreas vinícolas de Estados Unidos

Zona	Bodegas	Granjas	Zona
Finger Lakes	144	430	Centro de Nueva York
Long Island	82	53	Sureste del Estado de Nueva York
Hudson River Region	59	79	Sur de la región del Hudson
Lake Erie	20	338	Costa sur lago
Upper Hudson	20	43	Norte de la región del Hudson
Niagara Escarpment	8	58	Oeste de Nueva York
Champlain Valley	7	21	Noroeste de Nueva York

Fuente: Elaboración propia a partir de (The New York Wine (2023))²¹

Figura 5.1 Mapa de las áreas vinícolas de Estados Unidos



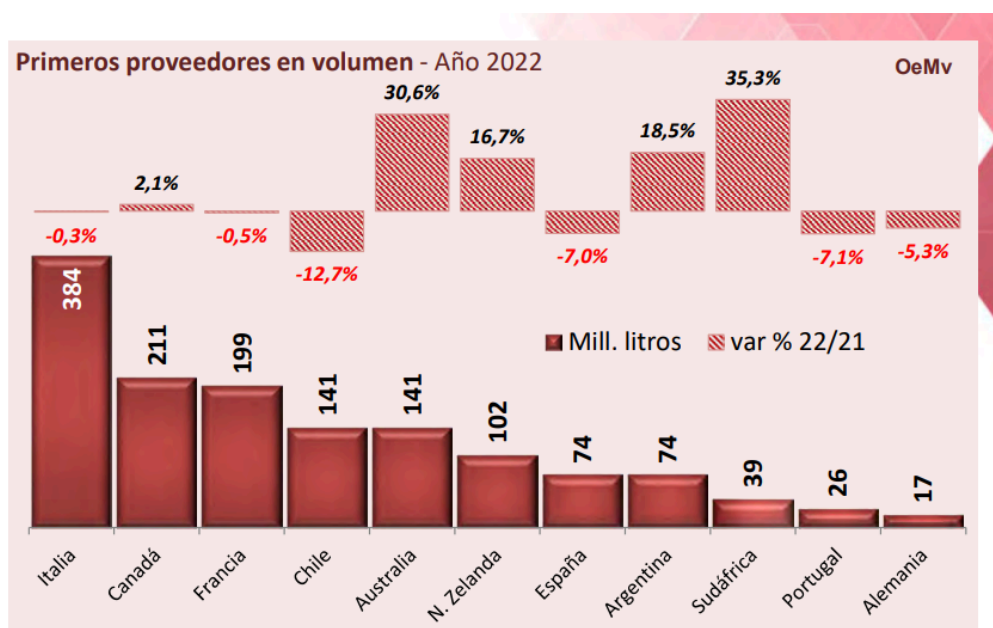
Fuente: The New York Wines (2023)

²¹ New York Wine & Grape Foundation.(2023). *New York Wine Classic 2023*.

5.3 Competidores Internacionales

Según datos de la aduana estadounidense, analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) (2023)²², Estados Unidos aumentó sus importaciones de vino un 3,3% en volumen y un 3,7% en valor durante el año 2022, hasta los 1.437 millones de litros y los 7.321,3 millones de dólares. Estas, se tratan de la mayor cifra de importación realizada hasta la fecha por Estados Unidos, superando así el récord de 2021, cuando ya sufrieron un aumento destacable frente a un 2020 cuyas cifras fueron bajas en términos de valor. Los datos de 2022 confirman que EE.UU. no sólo se ha recuperado de la crisis provocada por la pandemia de COVID19 y por los “Aranceles Trump” contra la importación de vinos envasados europeos (medida ya suprimida por la Administración Biden-Harris), que provocaron una fuerte caída del valor de las compras (año 2020), sino que el mercado está creciendo como tal.

Gráfico 5.1 Importaciones realizadas por Estados Unidos en 2022



Fuente: Oemv importaciones EE. UU (2023).

²² Observatorio Español del Mercado del Vino (2023). *Informe de las importaciones de vino en Estados Unidos en el año 2022.*

Para terminar, el vino embotellado lideró las compras de forma clara, seguido del granel en volumen y del espumoso en valor, en un 2022 récord para estas dos últimas categorías. Estados Unidos gastó más que nunca en vino de Francia y de Italia, cuya suma representó cerca del 70% del valor total. Sin embargo, redujo ligeramente el volumen adquirido desde los dos países, respecto a un 2021 de récord. Italia domina las importaciones en volumen de forma clara, mientras que Canadá sigue por delante de Francia, al ser un importante suministrador de granel muy básico. España cerró el año como cuarto vendedor en valor, tras Nueva Zelanda, pese a ser el séptimo en volumen, al registrar un precio superior a la media de mercado y al de la mayoría de los principales exportadores. Gran subida de las compras a Sudáfrica, mientras que los vinos australianos se van recuperando de un 2021 muy negativo.

6 COMERCIO EXTERIOR

En este punto se presenta, por un lado, una descripción del contexto exportador mundial de vinos tintos con especial referencia a los Estados Unidos y, por otro lado, las barreras de entrada exigidas por las autoridades estadounidenses a la importación de vinos tintos y los requisitos formales exigidos por las autoridades federales del Estado de Nueva York.

6.1 Análisis del sector a nivel mundial

Se presentan algunos indicadores del sector vitivinícola mundial según la Organización Internacional de la Viña y el Vino²³:

- ❖ En 2022, la extensión de los viñedos a nivel mundial se ha estimado en 7,3 millones de hectáreas, esto representa una ligera disminución del 0,4% en comparación con el 2021. Desde 2017, la superficie global de los viñedos ha mostrado estabilidad, pero este promedio oculta una serie de variaciones significativas entre los principales países vitivinícolas.
- ❖ La producción mundial de vino en 2022 se calcula en 258 millones de hectolitros, mostrando una leve caída del 1% respecto a 2021. A pesar de la sequía y las olas de calor que afectaron a Europa durante la primavera y el

²³ Organización Internacional de la Viña y el Vino. *La referencia científica y técnica del mundo de la viña y el vino*.

verano, la cosecha superó las expectativas, mientras que en el hemisferio sur la producción se mantuvo en la media.

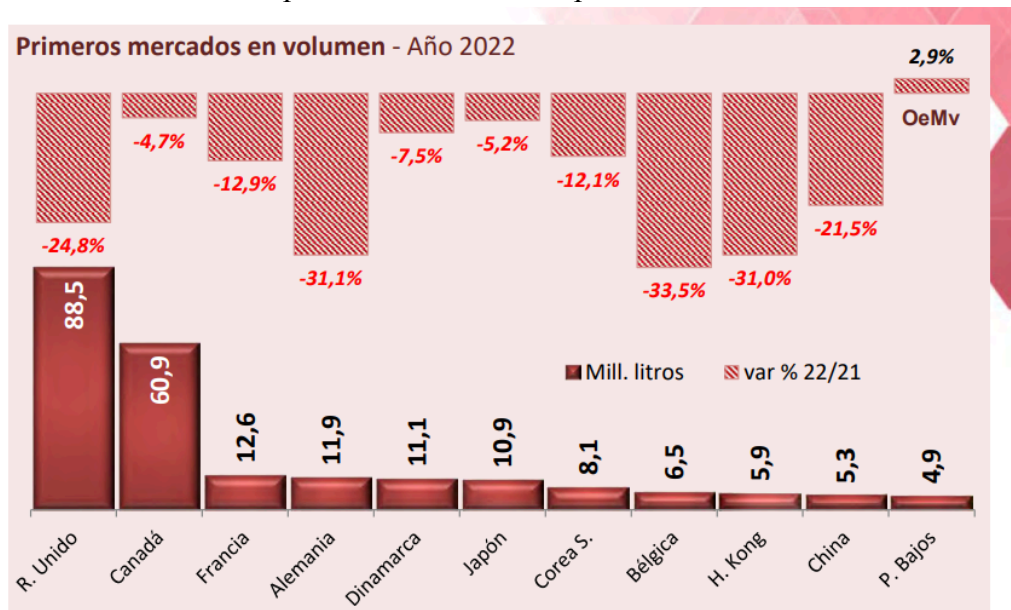
- ❖ El consumo global de vino en 2022 se estima en 232 millones de hectolitros, lo que representa una reducción de 2 millones de hectolitros en comparación con el 2021. Algunos factores como la guerra de Ucrania y la crisis energética resultante, junto con las interrupciones en la cadena de suministro mundial, incrementaron los costos de producción y distribución, elevando así el precio del vino para los consumidores de manera considerable. En este contexto, los patrones de consumo de vino variaron significativamente entre las diferentes regiones geográficas.

- ❖ Las exportaciones de vino en 2022 fueron afectadas de manera fuertemente debido a la alta inflación y las interrupciones en la cadena de suministro global, lo que ralentizó de manera considerable el transporte marítimo. Esta situación provocó una disminución en el volumen total de vino exportado, aunque a precios promedio mucho más altos (un aumento del 15% en comparación con 2021). El valor total de las exportaciones mundiales de vino se estimó en 37.600 millones de euros, la cifra más alta registrada hasta la fecha. 6.2 EE. UU a nivel de exportaciones

De acuerdo a los datos aportados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) (2022)²⁴, podemos ver que Estados Unidos contó con una exportación de 2,8 millones de hectolitros una disminución del 14,7 % respecto a 2021, mientras que el valor de las exportaciones (1,4 millones de euros) aumentó un 11,8 %. El incremento en el valor fue debido principalmente a un aumento en los precios del vino embotellado, el cual por sí solo constituye el 52% de las exportaciones de vino de EE.UU. También cabe destacar la fuerte caída de las exportaciones de vino a granel que registraron una caída del 27 % en volumen y del 14 % en valor.

²⁴ Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv). *Informe de las exportaciones del vino en Estados Unidos en el año 2022.*

Gráfico 6.1 Exportaciones realizadas por Estados Unidos en 2022



Fuente: Oemv exportaciones EE. UU (2023)

De esta forma Estados Unidos superó por primera vez a Australia como quinto exportador mundial de vino en términos de valor, si bien cerró el año como décimo proveedor en volumen a nivel mundial.

6.2 Barreras de entrada al mercado

6.2.1 Aranceles e impuestos

El United States International Trade Commission (USITC) supervisa los aranceles para productos importados en Estados Unidos. En el caso del vino de mesa español bajo el código 2204 del sistema armonizado, según señala ICEX (2021)²⁵, se aplica un arancel de 0,063 dólares por cada litro al importarlo.

Además de los aranceles, los importadores deben abonar impuestos federales, conocidos como Federal Alcohol Excise Tax (FET), los cuales gravan la producción o importación de vino. Estos impuestos varían según el tipo de vino y la cantidad importada a lo largo del año.

²⁵ Instituto Español de Comercio Exterior (2021). *Informe sobre el mercado del vino en Estados Unidos 2021*.

A nivel estatal, existen impuestos especiales, denominados Excise tax, que se aplican a la compra de vino. Estos impuestos son asumidos por los distribuidores en el lugar donde operan. Las diferencias en los precios del vino entre estados pueden ser notables debido a las variaciones en estos impuestos estatales.

Estos factores fiscales agravan el coste final de importar y vender vino español en Estados Unidos, así como en la competitividad de estos productos en el mercado local. Será fundamental tener en cuenta estos costes al determinar precios y estrategias de comercialización en las fases siguientes de nuestro proyecto.

En nuestro caso, Nueva York cuenta con una excise tax de \$.30/gal y una sale tax de 4% lo que agrava de una forma relevante el precio de nuestros vinos exportados.

6.2.2 Aspectos legales "Three tier system"

En el mundo del vino, el "Three Tier System" es la norma, donde el producto debe seguir un recorrido de tres etapas antes de llegar al consumidor final: primero, pasa por un importador, luego por un distribuidor y finalmente llega al minorista. Para las bodegas españolas, encontrar importadores y distribuidores dispuestos a trabajar con ellas es uno de los principales desafíos debido a la competencia y la saturación en el mercado.

Las bodegas enfrentan varios obstáculos, incluyendo la gestión de una amplia gama de productos de diferentes orígenes por parte de los importadores. En ocasiones, los importadores exigen exclusividad, lo que complica aún más la situación. Además, existe una concentración en la distribución, lo que puede generar dificultades para llegar al minorista y, en última instancia, al consumidor final.

Por lo tanto, es esencial que las bodegas colaboren estrechamente con todos los eslabones de la cadena de suministro para superar estos desafíos y garantizar que sus productos lleguen al mercado de manera efectiva.

7 FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN

Se presenta la estrategia de marketing-mix del proyecto de exportación en el Estado de Nueva York.

7.1 Producto

7.1.1 *Introducción a la Comercialización del Vino de Priorat*

El vino de Priorat²⁶, según aparece recogido originario de una de las regiones vitivinícolas más prestigiosas de España, ha ganado reconocimiento internacional por su calidad excepcional y su singular terroir. La combinación de suelos de pizarra, pendientes pronunciadas y una cuidadosa selección de variedades de uva, como la Garnacha y la Cariñena, contribuye a la creación de vinos potentes y complejos, con una notable capacidad de envejecimiento.

La comercialización de estos vinos en un mercado competitivo como el de Nueva York presenta tanto oportunidades como desafíos. A continuación, se explorarán los principales factores que deben considerarse para introducir con éxito los vinos de Priorat en este exigente mercado. Estos factores incluyen la segmentación del mercado, estrategias de marketing y branding, canales de distribución, precios, y la importancia de la educación del consumidor. Entender y abordar estos elementos será clave para posicionar los vinos de Priorat como una opción deseable y premium entre los aficionados al vino neoyorquinos.

7.1.2 *Scala Dei y sus características*

Scala Dei²⁷ es una de las bodegas más emblemáticas y antiguas de la región de Priorat, Cataluña. Fundada en 1974 sobre la base de una tradición vinícola que se remonta a la Edad Media, Scala Dei se asocia con la Cartuja de Scala Dei, un monasterio cartujo que data del siglo XII. Este legado histórico se refleja en la profundidad y el carácter de sus vinos, que son auténticos representantes del terroir de Priorat.

Los viñedos de Scala Dei se encuentran en suelos de "llicorella" (pizarra), característicos de Priorat, que aportan una mineralidad distintiva y una complejidad única a los vinos. Unidos a que se encuentran situados en altitudes que varían entre los

²⁶ Turismo del Vino. (s.f). *Priorat: Historia, terruño y bodegas*. Turismodevino.com

²⁷ Cellers de Scala Dei. (s.f). <https://cellersdescaladei.com/>

400 y 800 metros sobre el nivel del mar, los viñedos se benefician de un clima mediterráneo con influencias continentales, lo que favorece una maduración óptima de las uvas y da lugar a distintas variedades de uva.

En cuanto a sus métodos de producción Scala Dei practica una viticultura respetuosa con el medio ambiente, enfocándose en técnicas sostenibles para mantener la salud del viñedo y la calidad del fruto, además de combinar métodos tradicionales con tecnología moderna para preservar la pureza del fruto y la expresión del terroir.

En general, Scala Dei representa la esencia del vino de Priorat, combinando tradición y calidad con un terroir excepcional. Exportar estos vinos a Nueva York puede posicionarlos como una opción premium, ideal para consumidores que buscan autenticidad y excelencia en sus experiencias vinícolas. La historia rica, el terroir único y las características distintivas de los vinos de Scala Dei son puntos clave para destacar en el competitivo mercado neoyorquino.

7.1.3 Producto seleccionado: Scala Dei Prior

El producto elegido para su comercialización es denominado Scala Dei Prior con DOQ Priorat (siendo esta denominación una de las dos únicas en España que tienen el estatus de "Calificada") es uno de los vinos más emblemáticos de la bodega Scala Dei, una de las más antiguas y prestigiosas de la región de Priorat en Cataluña. Este vino es un claro representante del terroir único de Priorat y de la tradición vitivinícola que se remonta a la Edad Media, cuando los monjes cartujos establecieron la viticultura en la región.

Fijándonos en su composición, es una combinación de varias variedades de uva, las cuales son características del terroir de Priorat. Su composición puede variar ligeramente según la añada, pero normalmente toman presencia en él tanto la garnacha como la cariñena y en menor proporción, la cabernet Sauvignon y la Syrah.

Cuenta con un color rubí profundo y brillante, en nariz se nota una mezcla compleja y aromática, con intensas notas de frutas rojas (cerezas, frambuesas), frutas negras (moras, ciruelas), especias (pimienta negra, clavo), y sutiles matices de roble (vainilla, tabaco) y en boca es un vino potente y estructurado, con una acidez equilibrada y taninos bien integrados. Presenta sabores ricos de frutas maduras, especias, y una notable mineralidad, con un final largo y persistente.

Otro punto a su favor es su envejecimiento, ya que su estancia en barricas de roble francés y americano lo dota de una complejidad adicional y notas de vainilla, café y tabaco.

7.2 La etiqueta

El etiquetado²⁸ del vino Scala Dei Prior para su exportación a Estados Unidos debe cumplir con las normativas tanto de la Denominación de Origen Calificada (DOQ) Priorat como con las regulaciones de la Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) de Estados Unidos.

Requisitos de Etiquetado según la DOQ Priorat

- o Denominación de Origen:
Debe incluir "Denominación de Origen Calificada Priorat" o "DOQ Priorat".
- o Nombre de la Bodega:
"Scala Dei" debe aparecer claramente como el productor del vino.
- o Nombre del Vino:
"Prior" debe ser claramente visible.
- o Variedades de Uva:
Información sobre las variedades de uva utilizadas (si se decide incluir).
- o Añada:
El año de la cosecha debe estar indicado.

Requisitos de Etiquetado según la TTB (EE.UU.)

- o Nombre del Vino:
El nombre del vino debe aparecer claramente en la etiqueta frontal.
- o Declaración de Identidad:
Debe indicar claramente que es un vino tinto.
- o Contenido de Alcohol:
El porcentaje de alcohol por volumen (ABV) debe estar indicado.
Por ejemplo, "14.5% Alc/Vol".

²⁸ Instituto Español de Comercio Exterior (2021). *Requisitos de etiquetado en alimentos y bebidas en EE.UU.* Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Washington, D.C.

- o Nombre y Dirección del Importador: Debe incluir el nombre y la dirección del importador estadounidense.
- o País de Origen:
Debe indicar "Product of Spain" o "Produced in Spain".
- o Volumen del Contenido:
La cantidad de vino en la botella debe estar indicada, por ejemplo, "750 ml".
- o Declaraciones de Advertencia:
Advertencia del Gobierno²⁹:
"GOVERNMENT WARNING: (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery, and may cause health problems."
- o Sulfitos:
Si el vino contiene sulfitos, debe declarar "Contains Sulfites".

Figura 7.1 Etiqueta propuesta para nuestra exportación



²⁹ Janet, H (1994). *Estrategias de prevención del SAF*. PMC PubMed Central. 18(1), 62-66

7.3 Precio

En la siguiente tabla se va a realizar una estimación del precio por botella para el vino Scala Dei Prior con DOQ Priorat en un proceso de exportación a EE.UU.

Tabla 7.1 Estimación de precio para nuestra exportación

Proceso de Compra		
	Valor mercancía	\$18,7
	Margen bodega	\$3,3
Precio tras compra		\$22
	Aranceles	\$0,26
	Impuesto Consumo	\$0,21
	Tasas Manejo y Registro	\$0,1
Coste tras aranceles y tasas		\$22,57
	Transporte	\$1
	Seguro	\$0,5
Coste Importador		\$24,07
	Margen Importador	\$7,93
Coste Distribuidor		\$32
	Margen Distribuidor	\$4,5
Coste Minorista		\$36,5
	Margen Vendedor	\$6
Precio Cliente		\$42,5

Fuente: Elaboración propia gracias a la información del ICEX (2023)³⁰ en cuanto a tasas y aranceles y a la bodega Scala Dei por su información facilitada.

³⁰Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

El precio estimado en la anterior tabla para el vino Scala Dei Prior sería transportándose en contenedores refrigerados por vía marítima, asegurando la calidad del producto durante el tránsito, optimizando el envío en contenedores de 20 o 40 pies, y manteniendo una logística eficiente, saliendo desde el puerto de Barcelona y llegando a Nueva York a través del puerto de Nueva York y New Jersey.

Se puede observar que la mayor cantidad de precio de este vino es causado principalmente por los márgenes de todos los intercesores del proceso de compra, esto obligado principalmente por la legislación vigente (Three Tier System) algo sobre lo que ya se ha hablado anteriormente.

7.3.1 Análisis de segmentos de precios

Tabla 7.2 Análisis mercado de vinos en base al precio

Clasificación de vinos por tipo de precios		Segmento Mercado
Entrada o económicos	Precio >\$10	21%
Vinos de Rango Medio	Precio <\$10 y >\$25	48%
Vinos Premium	Precio <\$25 y >%50	26%
Vinos de Lujo o Alta gama	Precio <\$50	4%
Vinos de colección o de Prestigio	Aquellos valorados en cientos o miles de dólares por botellas	1%

Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada del WINE Institute (2022)³¹

Una vez observada la anterior tabla, se puede observar que el precio de nuestra estimación hace referencia a la exportación de un tipo de vino denominado “Premium”, algo que, sí es cierto que va a ocasionar el contar con un segmento de mercado algo reducido respecto a los de rango medio, pero que si va acorde con nuestra marca y la calidad de vino que vamos a ofrecer.

Además, enfocarse en un mercado en crecimiento donde la capacidad económica de nuestros clientes está creciendo, así como su curiosidad y su búsqueda de conocimientos sobre nuevos vinos es posible que haga aumentar los parámetros del segmento que vamos a ocupar en estos años venideros.

³¹ Wine Institute. (2022).

Por lo tanto, podemos concluir con que la exportación de nuestro vino Scala Dei Prior con DOQ Priorat es una opción muy interesante a la que también se le ven bastantes previsiones de crecimiento en los años posteriores.

7.4 Distribución

Distribuir el vino Scala Dei Prior en Nueva York implica una estrategia bien planificada que abarcará varios aspectos clave, desde la importación hasta la venta final al consumidor. Para ello se deben tener en cuenta los aspectos legales y técnicos que ya han sido comentados como el Three Tier System, y se establecerán unos pasos que buscaremos seguir para realizar una distribución de manera efectiva, ya que el trabajar estrechamente con los socios adecuados y mantener un enfoque en la calidad y exclusividad del producto, se puede asegurar una presencia exitosa y duradera en el mercado neoyorquino.

En un primer lugar se debe buscar un importador dentro de Estados Unidos el cual esté registrado dentro de la TTB y cuente con todas las licencias necesarias para realizar la exportación, además de buscar que trabaje con una buena red de distribución en todo el territorio especialmente en nuestro objetivo Nueva York. Una vez realizado este trabajo hemos dado con Soberon Wines una empresa de reciente creación en 2013 pero con un fuerte impacto y un gran crecimiento en estos últimos años, además de tener objetivos similares a los nuestros como proveer a los clientes de vinos de alta calidad y fuerte sentido de la tradición como es nuestro caso.

En segundo lugar, se debe localizar un mayorista el cual tenga un importante impacto regional en todo Nueva York, para ello se ha encontrado a World Drinks una empresa tradicional en Estados Unidos la cual tiene una gran experiencia en el sector y nos puede ayudar a su distribución gracias al gran contacto de redes minoristas que tiene además de igual que nuestro importador se dedica principalmente a vinos de alta calidad “Premium” donde estaría incluido nuestro vino Scala Dei Prior.

Como tercer paso se encontrarían las relaciones que se crearán a partir de nuestro mayorista World Drinks el cual va a hacer llegar nuestro vino a los principales lugares para que ya pueda tener contacto con nuestros clientes finales. Gracias a su amplia red y su experiencia en el sector contamos con que nuestro vino aparecerá en los mejores

hoteles y restaurantes de Nueva York, así como tienes especializadas y ferias internacionales de vinos muy tradicionales en su ciudad.

Fuera de este proceso se conseguirá tener una gran importancia ya que se van a realizar labores de seguimiento para mantener un seguimiento de las ventas a través de tus distribuidores y minoristas, evaluar el desempeño del producto y realizar ajustes en la estrategia de distribución y marketing basados en las ventas y feedback del mercado. Además de fomentar relaciones a largo plazo con distribuidores, minoristas y clientes finales mediante programas de fidelización y atención personalizada. Y realizar eventos periódicos como catas y promociones especiales para mantener el interés y la lealtad hacia el Scala Dei Prior.

7.5 Promoción

Otro de los puntos clave para que nuestra exportación sea un éxito va a ser la promoción e imagen que seamos capaces de crear sobre nuestro vino en nuestro público objetivo además de las ideas de marketing y distribución que se llevarán a cabo.

7.5.1 Posicionamiento de marca

El posicionamiento de marca para Scala Dei Prior en el mercado de Nueva York debe centrarse en resaltar su calidad excepcional, su herencia histórica y su exclusividad.

- ❖ Scala Dei Prior es un vino premium de la región de Priorat, conocido por su calidad superior y características únicas donde se debe destacar la meticulosa selección de uvas y el cuidado en el proceso de vinificación, así como comunicar las notas de cata que resalten la complejidad, profundidad y equilibrio del vino.
- ❖ Scala Dei Prior proviene de una bodega histórica con siglos de tradición en la elaboración de vinos excepcionales la cual es una de la más antiguas de la región, además de dar a conocer su historia como antiguo convento.
- ❖ Scala Dei Prior es un verdadero reflejo del terroir único del Priorat, una región reconocida por producir algunos de los mejores vinos del mundo.
- ❖ Scala Dei Prior es un vino exclusivo, ideal para los conocedores de vinos y ocasiones especiales.
- ❖ Cada botella de Scala Dei Prior ofrece una experiencia sensorial superior, con sabores y aromas complejos que deleitan los sentidos.

7.5.2 Publicidad

La publicidad para vender Scala Dei Prior en Nueva York debe ser sofisticada, enfocada en resaltar la calidad, la exclusividad y la rica historia del vino.

Para captar la atención de los consumidores más exigentes, es esencial invertir en publicidad en revistas especializadas en vinos y gastronomía, como Wine Spectator, Wine Enthusiast, y Food & Wine. Estos anuncios deben destacar las notas de cata, la historia de la bodega y las características únicas del Scala Dei Prior, utilizando imágenes de alta calidad del viñedo y del vino. Además, la presencia en periódicos de alta gama como The New York Times y The Wall Street Journal a través de artículos patrocinados y secciones de estilo de vida puede posicionar al vino como una opción ideal para ocasiones especiales y coleccionistas. En cuanto a las relaciones públicas, es importante dar lugar también a historias de fondo sobre la bodega, entrevistas con los productores y noticias sobre lanzamientos y eventos exclusivos.

7.5.3 Redes Sociales

En el ámbito digital de cada vez mayor importancia, las redes sociales juegan un papel crucial. Tendrá especial importancia la aplicación Facebook, mayormente usada por nuestro público objetivo, será utilizada para publicar contenido visualmente atractivo que muestre el viñedo, el proceso de elaboración, eventos de cata y testimonios de sommeliers. Los anuncios dirigidos en esta plataforma podrán llegar a audiencias específicas interesadas en vinos premium. Además, Google Ads y YouTube son canales efectivos para anuncios de búsqueda y display, así como videos promocionales cortos que narren la historia de Scala Dei, presenten el viñedo y muestren catas de vino, dirigidos a videos relacionados con vinos y gastronomía.

7.5.4 Eventos y ferias

La participación en ferias de vino como Vinexpo New York y New York Wine Expo será vital para aumentar la visibilidad del Scala Dei Prior. Los stands atractivos deben permitir a los asistentes probar el vino y aprender sobre su historia y características, ofreciendo catas guiadas por sommeliers. Además, patrocinar eventos exclusivos como cenas maridaje en restaurantes de alta gama y eventos de networking para profesionales del vino y la gastronomía puede posicionar el vino entre los consumidores más influyentes.

8 CONCLUSIONES

Comenzando con el análisis de mercado, se ha buscado evaluar la viabilidad de exportar con éxito el vino Scala Dei Prior con Denominación de Origen Calificada (DOQ) Priorat al Estado de Nueva York.

Al observar el análisis de la demanda, se ha encontrado que Nueva York se posiciona como el segundo Estado con mayor consumo de vino en los Estados Unidos, liderando además en consumo de vino importado. Este análisis proporciona perspectivas muy alentadoras sobre el esperado crecimiento en la demanda de vino tinto para el presente año y los siguientes, lo que constituye un estímulo para su exportación.

El producto seleccionado, Scala Dei Prior con DOQ Priorat, posee un atractivo notable para el mercado neoyorquino. Además de su rica historia, los vinos provenientes de la región del Priorat son reconocidos por su tradición y calidad, lo que favorecerá su inserción en el segmento de mercado “Premium”, donde se encuentra una clientela sofisticada que valora la calidad por encima del precio.

En cuanto a la distribución, se planifica realizar a través de intermediarios propuestos, cumpliendo estrictamente con la legislación vigente tanto a nivel federal como estatal en Estados Unidos y en el Estado de Nueva York. Por otro lado, la comunicación será un punto crucial de la estrategia, enfocándose en establecer un posicionamiento de marca exclusivo y una presencia publicitaria destacada en periódicos, ferias, tiendas y restaurantes, sin descuidar las redes sociales.

Gracias a la información recopilada sobre el mercado, sus consumidores y las estrategias propuestas, podemos concluir que la exportación del vino Scala Dei Prior al Estado de Nueva York presenta condiciones favorables y un elevado potencial de éxito.

9 BIBLIOGRAFÍA

2023 New York Wine Classic.

<https://newyorkwines.org/classic/new-york-wine-classic-2023/>

Banco Mundial.(2024). *Superficie- United States*. Surface area-United States.

<https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2?locations=US>

Barco, E. (2024). *El vino en Estados Unidos: producción, tipos de uva, y clasificación*. Cata vino.

<https://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/el-vino-en-estados-unidos-produccion-tipos-de-uva-y-#:~:text=En%20EEUU%20el%20cultivo%20de,de%20esa%20regi%C3%B3n%2C%20la%20Zinfandel.>

Cantero, A & Orduña, P. (2010). *El mercado del vino en Estados Unidos*. ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

<https://aplicam.camarazaragoza.com/AplicamWeb/Descarga.aspx?id=7176>

Cellers de Scala Dei. (s.f).

<https://cellersdescaladei.com/>

Center for American Progress. (2022). *The Biden Boom: Economic Recovery in 2021*. CAP20.

<https://www.americanprogress.org/article/the-biden-boom-economic-recovery-in-2021/>

Fernández, L.R. (2022). Situación económica de Estados Unidos en 2021: desafíos un año después de la inauguración del gobierno de Biden. *Economía y Desarrollo*, 166 (2).

<https://orcid.org/0000-0003-3535-2789>

Instituto Español de Comercio Exterior (2023). *El mercado del vino en Estados Unidos*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York.

Instituto Español de Comercio Exterior (2021). *Requisitos de etiquetado en alimentos y bebidas en EE.UU*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Washington, D.C.

Janet, H (1994). *Estrategias de prevención del SAF*. PMC PubMed Central. 18(1), 62-66

Khoury, L (2019). *El mercado del vino en los Estados Unidos: Análisis del comercio exterior (Trabajo de Fin de Máster)*. Universitat Politècnica de València.

Lérida, B (2021). El mercado del vino en Estados Unidos. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York. ICEX España Exportación e Inversiones.

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/086/documentos/2021/12/documentos-anexos/DOC2020866603_2.pdf

Mapa de regiones de Nueva York. (20 de agosto de 2023). En *Wikipedia Commons*.
https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:New_York_regions_map.png&oldid=794645062

Map of USA with state names. (6 de septiembre de 2023). *Wikipedia Commons*.
https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:Map_of_USA_with_state_names_es.svg&oldid=798937006

McKinsey & Company. (2023). *The U.S. economic recovery in international context*. U.S. Department of the Treasury.

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2024). *Estados Unidos*. Oficina de información Diplomática. Ficha País.

https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (n.d). ICEX España Exportación e Inversiones.

<https://www.icex.es/>

National Geographic Viajes.(2022).*Nueva York. La ciudad que nunca tiene resaca*.

<https://viajes.nationalgeographic.com.es/c/nueva-york>

New York Wine & Grape Foundation.(2023). *New York Wine Classic 2023*.

<https://newyorkwines.org/classic/new-york-wine-classic-2023/>

NU. CEPAL. *Impacto del Covid-19 en la economía de los Estados Unidos y respuestas de política*. Editorial CEPAL.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2023). *Exportaciones de vino en Estados Unidos. Año 2022*. Interprofesional del vino de España.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2023). *Importaciones de vino en Estados Unidos. Año 2022*. Interprofesional del vino de España.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2023). *Informe de las importaciones del vino en Estados Unidos en el año 2022*.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-estados-unidos-ano-2022#:~:text=Estados%20Unidos%20realiz%C3%B3%20en%202022,reforzando%20su%20liderato%20en%20valor.>

Observatorio Español del Mercado del Vino.

<https://oemv.es/>

OEMV. (s.f.) *Coyuntura vitivinícola mundial 2023*. Organización Internacional de la Viña y el Vino.

Organización Internacional de la Viña y el Vino. *Actualidad de la coyuntura del sector vitivinícola mundial en 2022*.

https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV_Actualidad_de_la_coyuntura_del_sector_vitivinicola_mundial_en_2022_0.pdf

Organización Internacional de la Viña y el Vino. *La referencia científica y técnica del mundo de la viña y el vino*.

<https://www.oiv.int/es>

Organización Internacional de la Viña y el Vino. *La referencia científica y técnica del mundo de la viña y el vino*.

Stafford, J. (2022). *Beverage Informatio Groups Industry Overview Handbook*. Beverage Dynamics.

Turismo del Vino. (s.f). *Priorat: Historia, terruño y bodegas*.

<https://turismodevino.com/blog/priorat-historia-terruno-y-bodegas/>

U.S. Census Bureau. (2022). *Estimaciones de población para 2022*. United States Census Bureau.

U.S. Census Bureau. (2022). *Las ciudades de más rápido crecimiento y las estimaciones de población para 2022*.

Wine Institute. (n.d).

<https://wineinstitute.org/>

Wikipedia (s.f.). *Map of USA with State names*.

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/78/Map_of_USA_with_state_names_es.svg/1200px-Map_of_USA_with_state_names_es.svg.png

10. ANEXOS

ANEXO I: Procedimiento de cálculo de las predicciones de medias móviles.

A continuación, se disponen en detalle los pasos para calcular a través del procedimiento de medias móviles las predicciones utilizadas en las tablas anteriores, en este caso vamos a desarrollar el cálculo utilizado para la predicción de la Tabla 4.1 Demanda de vino en Estados Unidos (en millones de hectolitros).

El procedimiento de medias móviles consiste en predecir una media en base a los datos de los años anteriores (algo que se denomina n), en nuestro caso seleccionamos que nuestro parámetro n sería igual a 3 por lo que se han seleccionado los datos de los 3 años anteriores para conseguir el resultado propuesto.

La fórmula utilizada según lo explicado sería la siguiente:

$$\text{Predicción 2023} = \frac{\text{Dato 2020} + \text{Dato 2021} + \text{Dato 2022}}{3}$$

A continuación, la desarrollaremos para cada columna, en nuestro caso vamos a realizar como ejemplo la primera columna que hace referencia a los datos de producción.

$$\text{Predicción Producción 2023} = \frac{22,8 + 24,8 + 22,4}{3} = 23,3$$

Cabe destacar que para la predicción del 2024 ya utilizaremos como dato la predicción realizada del año 2023, al ser ya el resultado propuesto de uno de los 3 años anteriores.

$$\text{Predicción Producción 2024} = \frac{24,8 + 22,4 + 23,3}{3} = 23,5$$

Una vez realizado este proceso ya tendríamos finalizada la predicción sobre la producción y continuaremos con el resto de variables