



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

---

Escola d'Enginyeria Agroalimentària  
i de Biosistemes de Barcelona

# **ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL VINO DULCE VINSANTO**

Trabajo de final de grado

Ingeniería de Sistemas Biológicos

Autor: Andrés Sánchez Baena

Tutor: Zein Kallas Calot

23/septiembre/ 2022

## Resum

Grècia és un país amb gran tradició vinícola, i amb una gran varietat de vins amb característiques úniques i diverses pel fet que les vinyes se situen en zones amb trets topogràfics diferents. Entre aquests vins es troba el Vinsanto, el qual s'elabora de manera exclusiva a l'illa de Santorini.

Amb la finalitat de valorar el possible potencial d'aquest vi en el mercat espanyol, s'ha dut a terme una cerca bibliogràfica, realitzant una anàlisi del sector a nivell nacional i català, i sobretot d'aquelles característiques que tenen una estreta relació amb el Vinsanto, com són les ampolles de menys de 75 cl, vins DOP, estrangers, i vins blancs, com també de les principals associacions del sector. A més, es va analitzar el nombre de varietats de vins dolços produïdes a Espanya, que es poden agrupar en 10 varietats, i en alguns casos compten amb vins amb una gran reputació internacional. També es van analitzar els cellers que produeixen actualment el Vinsanto i algunes de les seves característiques, atès que els vins varien lleugerament entre cellers, i la forma en la qual es pot adquirir actualment els seus productes, ja que no hi ha una única fórmula aplicada a tots els cellers.

En aquest sentit es va realitzar una visita a diferents negocis de la ciutat de Barcelona, on se'ls preguntava per les varietats de vins dolços i pels països de vins estrangers. En el cas dels vins estrangers, la majoria procedien d'Itàlia i França i alguns tenien vins dolços com el Tokay o el Porto. Pel que fa a botigues amb productes grecs només trobem a dos negocis, però això pot canviar en uns anys amb l'aparició d'un nou distribuïdor.

Tenint en compte la varietat de vins, s'ha realitzat una enquesta per a determinar les preferències de consumidors, però degut a la varietat de les característiques del vi solament s'ha pogut identificar globalment les preferències dels consumidors sense assenyalar cap atribut com a determinant per a l'elecció d'un vi en aquest cas.

Finalment, pel que fa a l'estudi exploratori sensorial on es comparava el Vinsanto i la Malvasia de Sitges, el Vinsanto va ser el que va rebre la millor valoració amb una mitjana de 6,09. A més de que els tastadors en molts dels casos van valorar diferent les mostres d'un mateix vi, concretament en el 70,37 % dels casos, tenint en la segona mostra una millor puntuació en la majoria de casos.

## Resumen

Grecia es un país con gran tradición vinícola, y con una gran variedad de vinos, con características únicas y diversas debido a que los viñedos se sitúan en zonas con rasgos topográficos diferentes. Entre estos vinos se encuentra el Vinsanto, el cual se elabora de manera exclusiva en la isla de Santorini.

Con la finalidad de valorar el posible potencial de este vino en el mercado español, se ha llevado a cabo una búsqueda bibliográfica, realizando un análisis del sector a nivel nacional y catalán, y sobre todo de aquellas características que tienen una estrecha relación con el Vinsanto, como son las botellas de menos de 75 cl, vinos DOP, extranjeros, y vinos blancos, como también de las principales asociaciones del sector. Además, se analizó el número de variedades de vinos dulces producidas en España, que se pueden agrupar en 10 variedades, y en algunos casos cuentan con vinos con una gran reputación internacional. También se analizaron las bodegas que producen actualmente el Vinsanto y algunas de sus características, dado que los vinos varían ligeramente entre bodegas y la forma en la cual se puede adquirir actualmente sus productos, ya que no hay una única fórmula aplicada a todas las bodegas.

En este sentido, se realizó una visita a diferentes negocios de la ciudad de Barcelona, donde se les preguntaba por las variedades de vinos dulces y por los países de vinos extranjeros. En el caso de los vinos extranjeros, la mayoría procedían de Italia y Francia y algunos tenían vinos dulces como el Tokay o el Porto. En lo que respecta a tiendas con productos griegos, solo encontramos a dos negocios, pero esto puede cambiar en unos años con la aparición de un nuevo distribuidor.

Además, se ha realizado una encuesta para determinar las preferencias de los consumidores, pero debido a las diferentes características que influyen a la hora de seleccionar un vino, solamente se ha podido identificar de manera general las preferencias de estos sin señalar ningún atributo como determinante a la hora de seleccionar un vino u otro.

Finalmente, en lo que respecta al estudio exploratorio sensorial donde se comparaba el Vinsanto y la Malvasía de Sitges, el Vinsanto fue el que recibió la mejor valoración con una media de 6,09. Además, de resultar llamativo que los catadores en muchos de los casos valoraron diferente las muestras de un mismo vino, concretamente en el 70,37 % de los casos, teniendo la segunda muestra mejor puntuación en la mayoría de los casos.

## Abstract

Greece is a country with a great wine tradition, and with a great variety of wines, with unique and diverse characteristics due to the fact that the vineyards are located in areas with different topographic features. Among these wines is Vinsanto, which is made exclusively on the island of Santorini.

In order to assess the possible potential of this wine in the Spanish market, a bibliographic search was carried out, analyzing the sector at national and Catalan level, and more specifically those characteristics that are closely related to Vinsanto, such as bottles of less than 75 cl, PDO wines, foreign wines, and white wines, as well as the main associations of the sector. In addition, the number of varieties of sweet wines produced in Spain was analyzed, which can be grouped into 10 varieties, and in some cases have wines with a great international reputation. The wineries currently producing Vinsanto and some of their characteristics were also analyzed, given that the wines vary slightly between wineries and the way in which their products can currently be acquired, as there is no single formula applied to all wineries.

In this context, several visits were carried out to different businesses in the city of Barcelona, where they were asked about the varieties of sweet wines and the countries of foreign wines. In the case of foreign wines, most came from Italy and France and some had sweet wines such as Tokay or Porto. As far as stores with Greek products are concerned we found only two businesses, but this may change in a few years with the appearance of a new distributor.

Taking into account the variety of wines, a survey was conducted to determine consumer preferences, but given the variety of wine characteristics it was only possible to identify overall consumer preferences without pointing out any attribute as a determinant for the choice of a wine in this case.

Finally, with regard to the exploratory sensory study comparing Vinsanto and Malvasia de Sitges, Vinsanto received the best rating with an average of 6.09. In addition, the tasters in many cases rated the samples of the same wine differently, specifically in 70.37 % of the cases, with the second sample having a better score in most cases.

## Sumario

<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>9</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>11</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>12</b>
<b>2. OBJETIVO DEL TRABAJO</b>	<b>13</b>
<b>3. SECTOR ACTUAL</b>	<b>14</b>
Sector del vino español en cifras .....	14
Estudio de las principales variedades de vinos dulces en España .....	26
<b>4. BODEGAS PRODUCTORAS DE VINSANTO</b>	<b>29</b>
<b>5. OBSERVACIÓN DIRECTA E INDIRECTA DE NEGOCIOS RELACIONADOS CON EL SECTOR DEL VINO</b>	<b>37</b>
Vinoteca .....	38
Tienda de vinos .....	39
Bodegas .....	42
Distribuidor .....	43
Análisis de los países extranjeros con mayor presencia entre los establecimientos visitados ....	44
Restaurantes griegos .....	45
Negocios que si tienen el Vinsanto .....	45
<b>6. ENCUESTA PARA EL ANÁLISIS DE PREFERENCIAS DEL PÚBLICO GENERAL</b>	<b>47</b>
Objetivo .....	47
Metodología .....	47
Resultados .....	51
Análisis y discusión de los resultados .....	51
<b>7. ESTUDIO EXPLORATORIO: CATA DE VINO VINSANTO</b>	<b>56</b>
Estudio exploratorio de aceptación sensorial .....	57
Materiales .....	57
Metodología .....	57
Resultados .....	60
Análisis de los resultados y discusión .....	64
<b>8. PROMOCIÓN DEL VINO VINSANTO</b>	<b>71</b>
Modelo de negocio .....	71
Estrategias de marketing .....	71

---

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>73</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>75</b>
Referencias bibliográficas .....	75
Bibliografía complementaria .....	77
<b>ANEXOS</b>	<b>81</b>

---

## Índice de figuras

Figura 1. Países con mayor porcentaje de superficie de viñedos (Ránking de la superficie de viñedo por países, 2022)	15
Figura 2. Superficie total dedicada en España a la viña (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	15
Figura 3. Consumo de vino en litros por persona en España (Organización Internacional de la Viña y el vino, 2022)	16
Figura 4. Países con mayor consumo de vino por persona (Vinetur, 2022)	17
Figura 5. Consumo total de vino en España (Organización Internacional de la Viña y el vino, 2022)	17
Figura 6. Consumo total por país (Marcos, 2022)	18
Figura 7. Comparativa entre volumen y consumo totales (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	19
Figura 8. Precio medio del vino consumido en los hogares en España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	19
Figura 9. Evolución de la producción de vino en España (Organización Internacional de la Viña y el vino, 2022)	20
Figura 10. Volumen y valor de los vinos en envase de hasta 75 cl respecto al total del mercado. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	20
Figura 11. Volumen y valor de los vinos DOP respecto al total del mercado. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	21
Figura 12. Volumen y valor de los vinos tranquilos blancos DOP respecto al total de vinos DOP (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	21

Figura 13. Volumen y valor de los vinos extranjeros DOP respecto al total de vinos DOP. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	22
Figura 14. Superficie dedicada a la viña en Cataluña (Gencat, 2022)	23
Figura 15. Comparativas entre el total de vinos en Cataluña y España. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	23
Figura 16 Comparativa entre vinos en envase de hasta 75 cl entre Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	24
Figura 17 Comparativa entre vinos DOP de Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	24
Figura 18. Comparativa entre vinos tranquilos DOP de Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	25
Figura 19. Comparativa entre vinos tranquilos DOP de Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)	25
Figura 20. Variedades de Vinsanto por cada bodega mostrados en su página web	33
Figura 21. Formato seleccionado por las bodegas	34
Figura 22. Países extranjeros productores de vino con mayor presencia en los negocios visitados	44
Figura 23. Esquema de la estructura de la encuesta realizada	49
Figura 24. Autoevaluación respecto al nivel de conocimiento que se tiene sobre el sector del vino	52
Figura 25. Valoración sobre la existencia de alguna preferencia regional	54
Figura 26. Preferencias regionales a la hora de comprar un vino	54
Figura 27. Ficha de trabajo	59
Figura 28. Ficha de cata	59





## Índice de tablas

Tabla 1. Variedades de vinos dulces producidas en España puntuadas por The Wine Advocate (2022)	28
Tabla 2. Bodegas productoras de vino Vinsanto	29
Tabla 3. Bodegas, formatos, alcohol, variedad de uvas y precios de las bodegas	30
Tabla 4. Vinos Vinsanto valorados en función de la bodega (Robert Parker Wine Advocate.-Vinsanto (2022))	35
Tabla 5. Resultados obtenidos de la cata por participante	61
Tabla 6. Puntuaciones medias de las dos variedades de vino	64
Tabla 7. Análisis descriptivo de los dos de vino	65
Tabla 8. Prueba Kolmogórov-Smirnov para una muestra (medias de muestras A y B)	66
Tabla 9. Prueba t de Student para muestras emparejadas	67
Tabla 10. Valoraciones realizadas para un mismo vino	67
Tabla 11. Prueba Kolmogórov-Smirnov para una muestra (valoraciones 1ª y 2ª muestra de un mismo vino)	69
Tabla 12. Prueba t de Student para muestras emparejadas	69
Tabla 13. Bodegas valoradas por su variedad de vino Pedro Ximénez (Robert Parker Wine Advocate- Pedro Ximenez, 2022)	82
Tabla 14. Bodegas valoradas por su variedad de vino Vino de hielo (Robert Parker Wine Advocate- Ice Wine, 2022)	85
Tabla 15. Bodegas valoradas por su variedad de vino cream (Robert Parker Wine Advocate-cream, 2022)	85

Tabla 16. Bodegas valoradas por su variedad de vino mistela (Robert Parker Wine Advocate-Mistela, 2022)	87
Tabla 17. Bodegas valoradas por su variedad de vino con uva tardía (Robert Parker Wine Advocate-Tardia, 2022)	87
Tabla 18. Bodegas valoradas por su variedad de vino Moscatel (Robert Parker Wine Advocate-Moscatel, 2022)	88
Tabla 19. Bodegas valoradas por su variedad de vino Malvasía (Robert Parker Wine Advocate-Malvasia, 2022)	91
Tabla 20. Bodegas valoradas por su variedad de vino cariñena (Robert Parker Wine Advocate-Cariñena, 2022)	93
Tabla 21. Bodegas valoradas por su variedad de vino monastrell (Robert Parker Wine Advocate-monastrell, 2022)	94
Tabla 22. Bodegas valoradas por su variedad de vino garnacha (Robert Parker Wine Advocate-Garnacha, 2022)	96
Tabla 23. Nacionalidades de los vinos encontrados en los negocios visitados	98
Tabla 24. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 1	100
Tabla 25. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 2	101
Tabla 26. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 3	101
Tabla 27. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 4	103
Tabla 28. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 5	109
Tabla 29. Registro del número de participantes que realizaron la cata	112
Tabla 30. Comentarios realizados por los participantes para las muestras	114

## Agradecimientos

Quisiera agradecer Zein Kallas, por aceptar y supervisar mi proyecto, ya que a pesar de tener una agenda apretada siempre ha podido sacar tiempo cuando lo he necesitado. A Cristina Escobar por ofrecerse y posteriormente preguntar a enólogos por un vino español y a poder ser de Cataluña con características similares al Vinsanto para la realización de la cata.

Tampoco quisiera olvidarme, de amigos y familia que me han apoyado tanto con el trabajo de final de grado como estos años de universidad, pero con una mención especial a Júlia Lliberia y a Carla Rodríguez por su ayuda en cuanto a consultas relacionadas con mejorar el desarrollo de este trabajo.

## 1. Introducción

El presente trabajo se centra en el vino griego Vinsanto que se produce en la isla de Santorini, ubicada en el Mar Egeo. El Vinsanto debe su nombre a la influencia italiana presente en la vinificación de Santorini, ya que el vino dulce más importante de la toscana recibe el nombre de Vin Santo, es decir, se escribe igual pero el caso del vino griego, se escribe junto para diferenciarlo del italiano. Se trata de un vino que no sufre una chaptalización ya que está compuesto únicamente por los azúcares, superando los 45 g/L, lo que lo clasifica como un vino dulce; y ácidos naturales de la uva.

Su elaboración se realiza con uvas de las variedades Assyertiko, Aidani y en algunos casos Athiri, que se han secado al sol durante 12 a 14 días, ya que es un vino de cosecha tardía, con una posterior trituración y fermentación seguido de un periodo de envejecimiento en barricas de roble durante un mínimo de 24 meses (Santorini (wine), 2021).

Por último, se plantea un cuarto objetivo secundario, consiste en explorar la aceptación sensorial, para ello se realizará un estudio exploratorio en la cual se comparará el Vinsanto con otro vino nacional con características similares.

## 2. Objetivo del trabajo

Para el desarrollo del trabajo, se ha establecido como objetivo la introducción del Vinsanto como vino de postre en mercado español, para ello se ha realizado una búsqueda previa para valorar si existían proyectos similares o iguales a este, y durante la búsqueda no se ha hallado ningún estudio de mercado relacionado con el Vinsanto.

Tras la búsqueda de posibles proyectos iguales o similares a este, se han establecido unos objetivos secundarios, el primero de ellos caracterizar el sector del vino y el mercado español en base a las características que presenta el Vinsanto. Para se requerirá consultar fuentes de información secundaria, a través de páginas web y artículos entre otras fuentes bibliográficas.

El segundo objetivo secundario, es analizar los puntos de ventas y distribución de vino. Para ello, se evaluarán directa e indirecta, los tipos de vinos dulces presentes en los negocios, además de la presencia de vinos extranjeros en ellos y sus nacionalidades. Como también se evaluarán los negocios que estén vinculados con la gastronomía griega.

El tercero, analizar las preferencias del consumidor, así como su comportamiento a la hora de seleccionar un vino, para ello se realizará una encuesta en la cual se pretende evaluar su conocimiento sobre los vinos, su autopercepción y de manera más específica los criterios que tienen a la hora de seleccionar un vino y frecuencia de consumo.

### 3. Sector actual

Tal como se ha mencionado, este trabajo trata sobre la exportación del vino Vinsanto, procedente de la isla de Santorini en Grecia, y valorar la posibilidad de introducirlo en el mercado español, por ello en este apartado, se quiere mostrar la situación del sector del vino y la en España y Cataluña, además de valorar como se perciben algunas de las características relacionadas con el Vinsanto en el mercado español, como son los vinos DOP, envases hasta los 75 cl, etc. Por este motivo, se hablará de las cifras más relevantes y actuales disponibles de dominio público, con la intención de entender las preferencias de los consumidores. También, se mostrarán las principales variedades de vinos dulces producidos en España.

#### Sector del vino español en cifras

El sector del vino es uno de los sectores económicos más importantes de la economía española dado que su actividad y su extensa cadena de valor genera un Valor Añadido Bruto (VAB) total superior a los 23.700 millones de euros anuales (la factura de las bodegas españolas asciende a 5.381 millones de euros al año solo vino y mosto), lo que equivale alrededor del 2,2% del Valor añadido Bruto (media equivalente al PIB). Además, su aportación económica a las arcas del estado es superior a los 3.800 millones de euros anuales y a su alrededor se crean más de 427.700 empleos de forma directa e indirecta (La importancia del sector del vino en España: 427.700 puestos de trabajo generados, 2022).

España tenía en el 2021 unas 957.856,53 ha dedicadas a la viña (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022) que equivale aproximadamente al 13% del total mundial, situándola como el país con mayor superficie de viñedos. A continuación, se muestra en la siguiente figura sobre el porcentaje de superficie según los principales países.

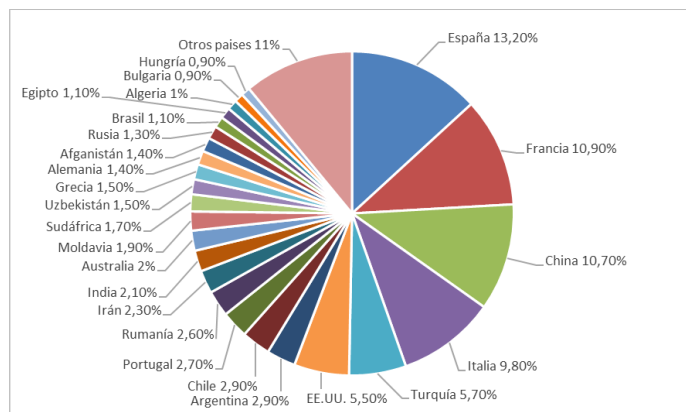


Figura 1. Países con mayor porcentaje de superficie de viñedos (Ránking de la superficie de viñedo por países, 2022)

A pesar de que España tal y como se ha dicho es el país con mayor superficie dedicada a la viña con un 13% de la superficie total a nivel mundial, que su superficie se ha visto reducida en los últimos años manteniendo esta tendencia desde el 2007 donde su superficie equivalía en ese momento al 15% de la superficie mundial. A continuación, se observa en la figura 2, los datos de superficie en España.

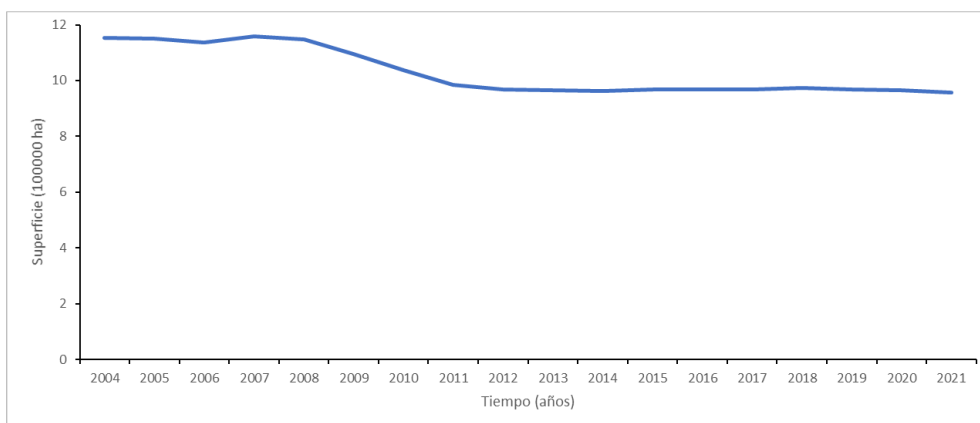


Figura 2. Superficie total dedicada en España a la viña (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

A pesar de que la tendencia desde el 2007 ha sido la reducción de la superficie dedicada a la viña, la pérdida de superficie tan brusca en los años posteriores al 2007 coinciden con el periodo de una crisis financiera, pero esta tendencia tan clara cambia a partir del 2012, donde se da disminución



más lenta y progresiva, incluso en tiempos de pandemia la reducción de superficie no ha sido equiparable a la que se produjo a partir del 2007.

Respecto al consumo por persona en España ha disminuido desde los años 90, el cual superaba los 40 litros por persona, hasta situarse en los valores actuales, que se sitúan por debajo de los 30 litros por persona. A pesar de esta disminución, los últimos años ha aumentado el consumo ligeramente, solo disminuyendo en el 2020, debido a los efectos económicos que causó el COVID 19 en la mayoría de sectores económicos entre ellos en el sector del vino, pero que volvieron a aumentar en el 2021 volviendo a un consumo similar al de los años previos a la pandemia. A continuación, se ilustra en la figura 3 para visibilizar el consumo por persona a lo largo de los años.

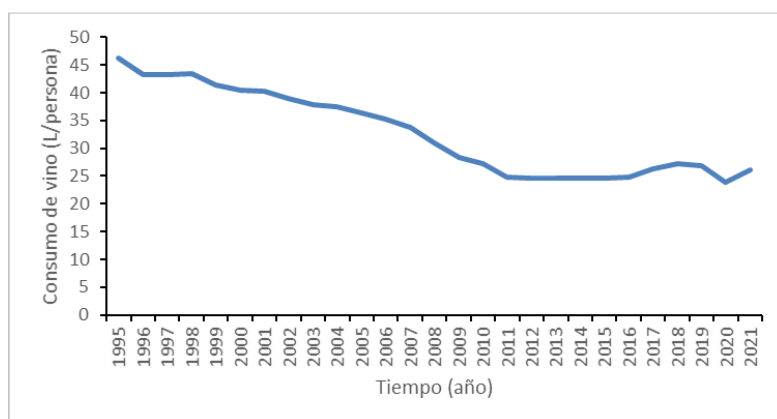


Figura 3. Consumo de vino en litros por persona en España (Organización Internacional de la Viña y el vino, 2022)

Con los niveles de consumo por persona actuales en España, se sitúa en el octavo país donde las personas consumen más vino dentro de los países que superan los 200 millones de litros consumidos.

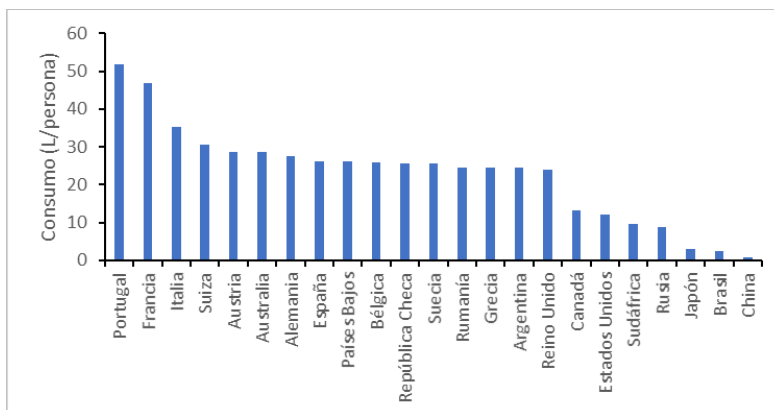


Figura 4. Países con mayor consumo de vino por persona (Vinetur, 2022)

Dado que el consumo por persona ha disminuido en términos generales tal y como se ha mostrado anteriormente, esto repercute también en los millones de hectolitros consumidos totales. A continuación, se muestra en la figura 5 la evolución del consumo total en España.

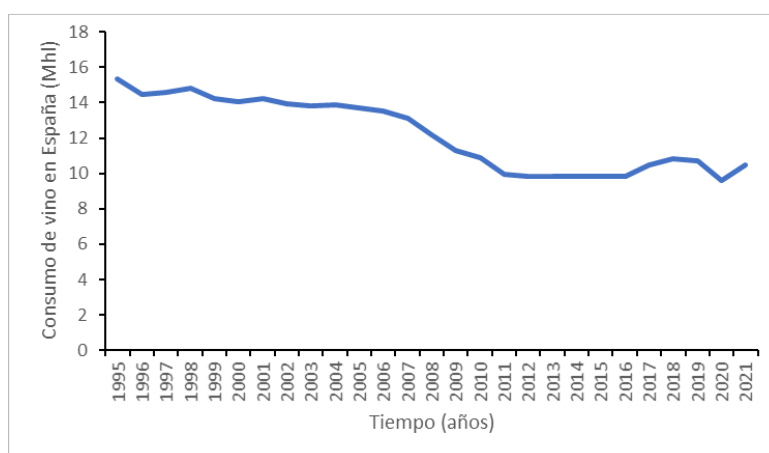


Figura 5. Consumo total de vino en España (Organización Internacional de la Viña y el vino, 2022)

No obstante debido a su consumo total en el 2021 10,5 millones de hectolitros (Marcos, 2022), España es el octavo país con mayor consumo de vino del mundo, tal y como se muestra en la figura 6.

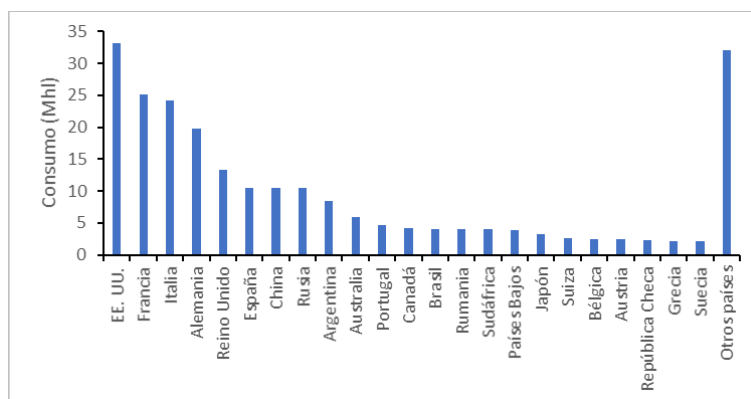


Figura 6. Consumo total por país (Marcos, 2022)

Profundizando en el apartado del consumo, a continuación se va a analizar desde el punto de vista del consumo que se realiza en los hogares, dado que una parte del consumo que se realiza independientemente del producto se realiza en este entorno. Para ello se han seleccionado las características que tienen mayor relación con el Vinsanto como son:

- Números totales del sector del vino
- Volumen de la botella (envases hasta los 75 cl)
- Vino DOP
  - Vino DOP Extranjero
  - Vino DOP Blanco

Cabe destacar que los datos utilizados se sitúan entre el año 2016 y 2021 debido a que los datos previos al 2016 se rigen por unos criterios ligeramente diferentes a este año como también lo son a los años posteriores.

A continuación, se ilustra una figura 7, comparativa entre el volumen total y el consumo total en los hogares españoles.

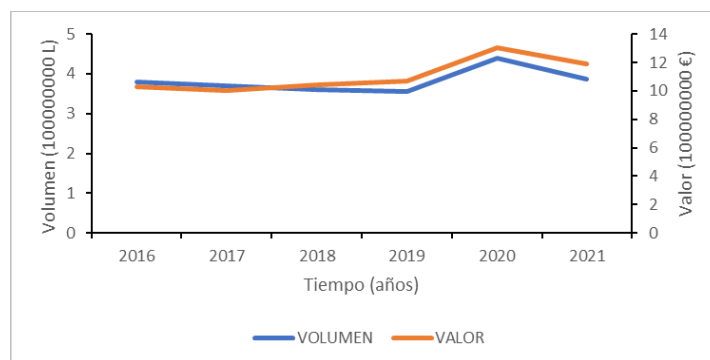


Figura 7. Comparativa entre volumen y consumo totales (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

Se puede observar que a nivel nacional el volumen total consumido se ha estado reduciendo, pero en los últimos años este consumo aumentó debido probablemente por las restricciones en otros sectores como la hostelería y la restauración. En la mayoría de los años a pesar del descenso en el consumo del vino, se ha observado un aumento en el precio medio de los vinos consumidos en los hogares españoles tal y como se muestra en la figura 8.

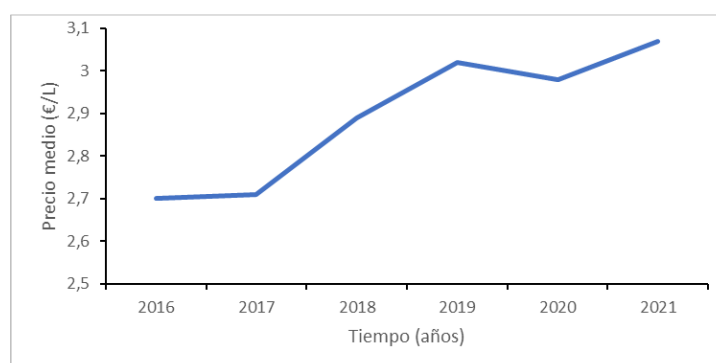


Figura 8. Precio medio del vino consumido en los hogares en España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

A pesar de la disminución de la superficie dedicada a la viña y que el consumo no es el que se tenía en los 90, su producción, tal y como se muestra en la figura 9, ha sido irregular independientemente de los de la superficie y el consumo, a excepción de los periodos de crisis y pandemia donde se puede observar que la producción tiene un comportamiento brusco a la baja como pasaba con la superficie y el consumo.

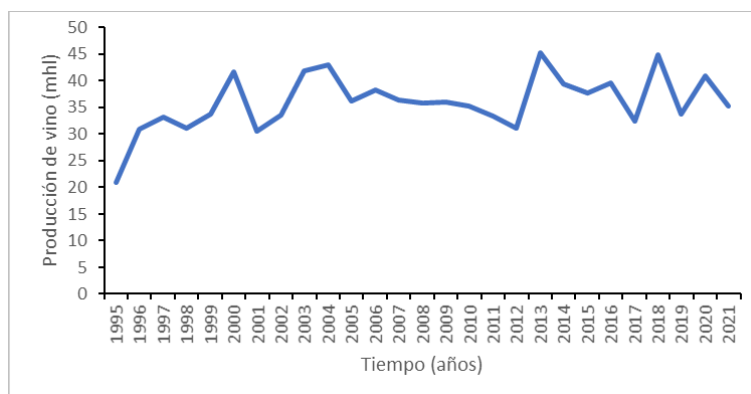


Figura 9. Evolución de la producción de vino en España (Organización Internacional de la Viña y el vino, 2022)

En lo que se refiere a características de consumo en hogares que están relacionados de manera más estrecha con la variedad de vino Vinsanto, como es ser un tipo de vino que se comercializaría en un envase de hasta 75 cl, clasificado como DOP, de origen extranjero y a pesar de su color, se trata de un vino blanco, para estas características, España registra los datos que se comentan en los siguientes párrafos.

En lo que respecta a los valores totales y el consumo total de vinos en envase de hasta 75 cl, durante el 2001 fueron de 15.759,1 millones de euros y 5.334,68 millones de litros respectivamente, estando en torno al 1% del valor y consumo total de vinos en los hogares españoles, manteniendo esta tendencia de los anteriores años, tal y como se ilustra en la figura 10.



Figura 10. Volumen y valor de los vinos en envase de hasta 75 cl respecto al total del mercado. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

Respecto a los vinos DOP, los cuales se clasifican en tranquilos, aguja, espumosos, gasificados y vinos licorosos, estos representan aproximadamente el 75 % de los vinos consumidos, variando ligeramente durante los años, lo que supuso el año pasado un consumo total de 203653 millones de litros, además de representar aproximadamente el 50 % del volumen total de vinos consumidos en los hogares, tal y como se observa en la figura 11.

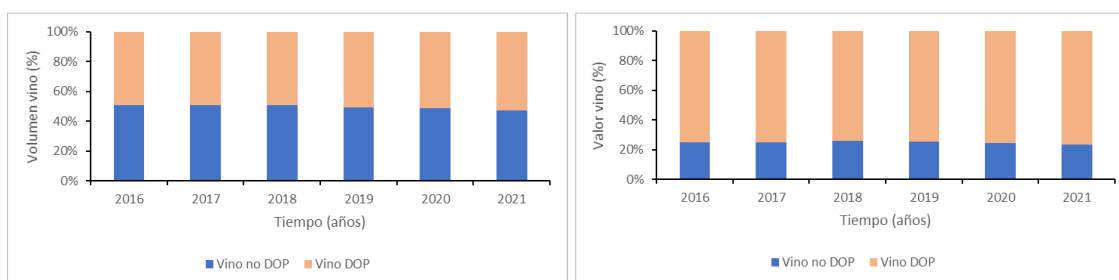


Figura 11. Volumen y valor de los vinos DOP respecto al total del mercado. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

Respecto al precio medio de los vinos DOP, durante los 6 años ha estado por encima del precio medio de los vinos totales, incluso en algunos años ha sido el doble del precio medio total.

En lo que se refiere a los vinos tranquilos, se pueden clasificar por el tipo de uva o por su procedencia. Por lo que respecta al tipo de uva blanca, los vinos tranquilos blancos DOP, su porcentaje ha ido en aumento a lo largo de los 6 últimos años, alcanzando el 22 % del consumo y casi el 21 % de su valor de los vinos DOP, esto se puede ver reflejado en la figura 12.

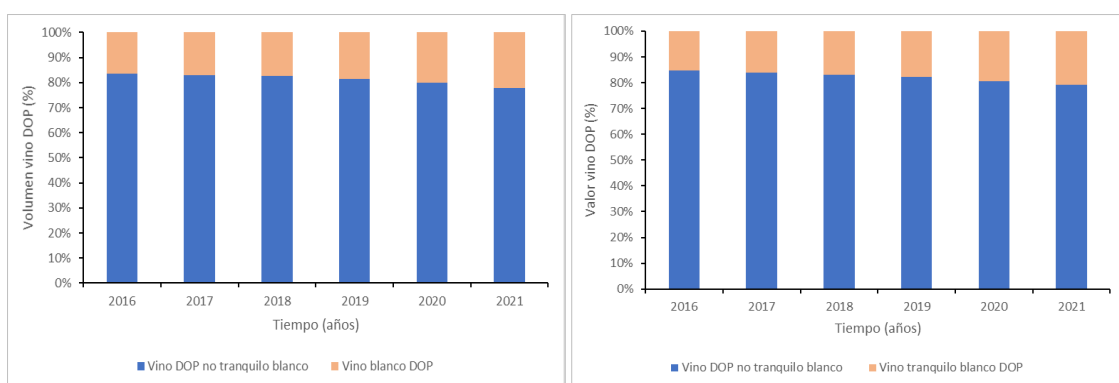


Figura 12. Volumen y valor de los vinos tranquilos blancos DOP respecto al total de vinos DOP (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

En el caso del criterio en base a su origen, la presencia de los vinos tranquilos extranjeros dentro de los vinos DOP ha ido aumentando durante los años, aun así, su valor no alcanza 1,5 % del valor de los vinos DOP en el último año, y apenas supone el 2% del valor de estos, como se puede observar en la figura 13.

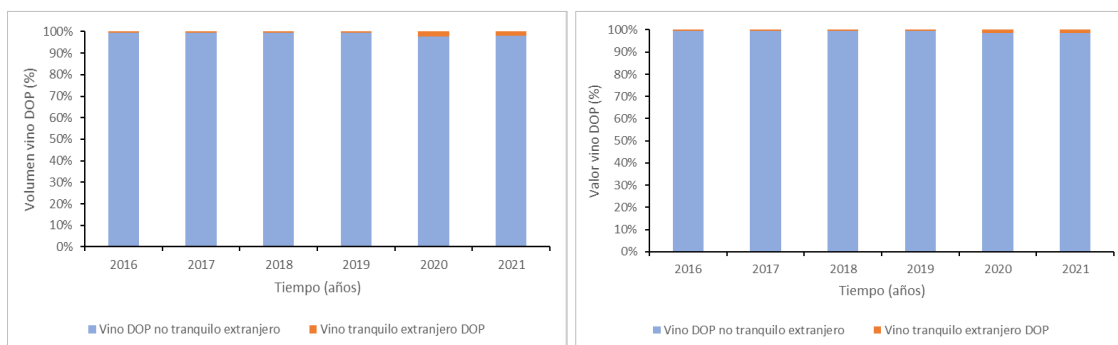


Figura 13. Volumen y valor de los vinos extranjeros DOP respecto al total de vinos DOP.

(Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

En lo que se refiere a los datos en Cataluña, la superficie dedicada a la viña, ha variado mucho a lo largo de las décadas. Desde finales del XX la superficie superaba las 60.000 ha, alcanzando su máximo en el año 2005 con 67.930 ha, desde este momento la superficie dedicada a la viña descendió, sobre todo entre 2007 y 2012 donde se observa un descenso acelerado, como paso en el resto de España debido a la crisis financiera. A partir del 2012, a diferencia de la situación que se vive en España la superficie ha ido aumentando, pero sin llegar a acercarse a las 60.000 ha, esta evolución se ve reflejada en la figura 14. Actualmente la superficie en Cataluña supone casi el 5,9 % de la superficie dedicada a la viña en España.

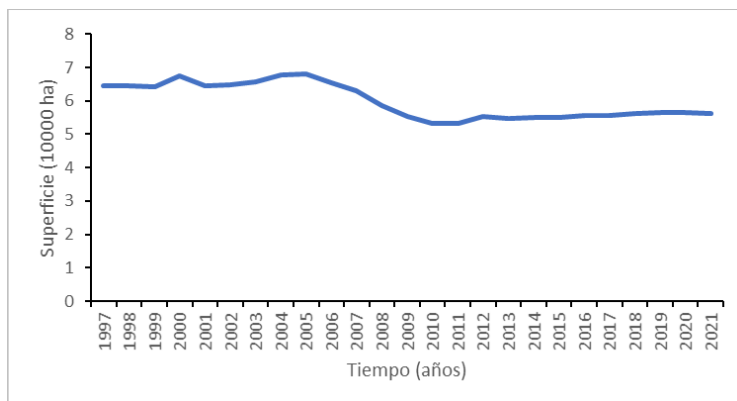


Figura 14. Superficie dedicada a la viña en Cataluña (Gencat, 2022)

En lo que se refiere al valor y consumo totales de vino, Cataluña supone aproximadamente el 22 % de media para ambos, dando como resultado un valor de 269.452 millos de euros y un consumo de 79.322,3 millones de litros en el 2021. Esta evolución se muestra en la figura 15.

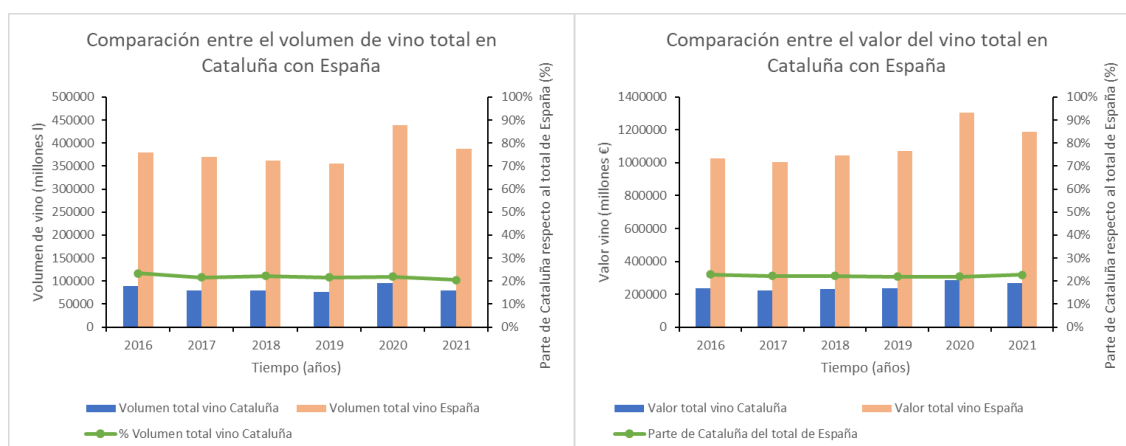


Figura 15. Comparativas entre el total de vinos en Cataluña y España. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

El volumen de vinos en envase de hasta 75 cl en Cataluña supuso el último año el 13% del volumen a nivel nacional lo que se tradujo en el 18,5% de su valor. Se ilustran los datos de los últimos 6 años, en la figura 16.



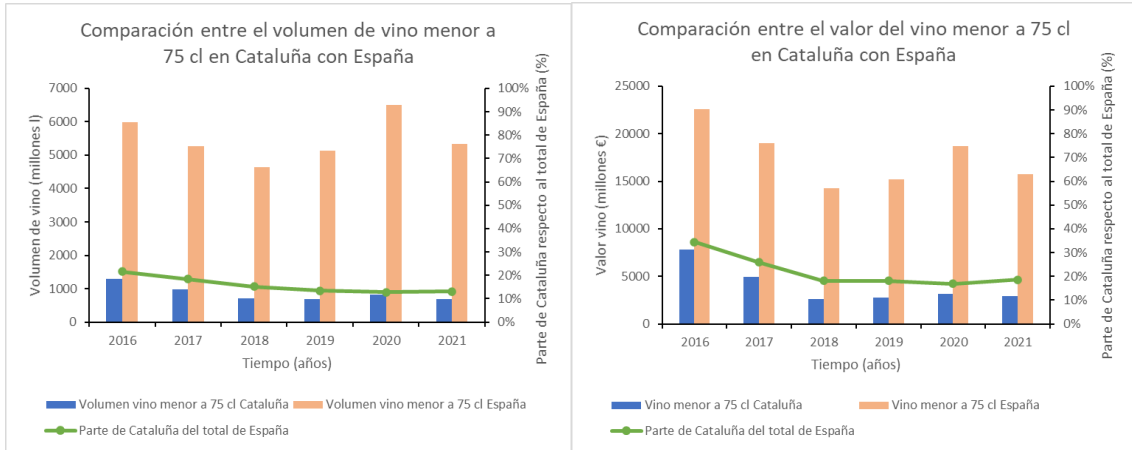


Figura 16 Comparativa entre vinos en envase de hasta 75 cl entre Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

El volumen y valor de los vinos DOP de Cataluña en relación al total de ambos valores tienen una media entre los 6 años de 21,3% y 22,5% respectivamente, siendo este último el año con mayor porcentaje en lo que respecta al valor llegando a un 23,5% a pesar de que no es el año con el mayor volumen de consumo con un 21,2%. tal y como se ve reflejado en la figura 17.

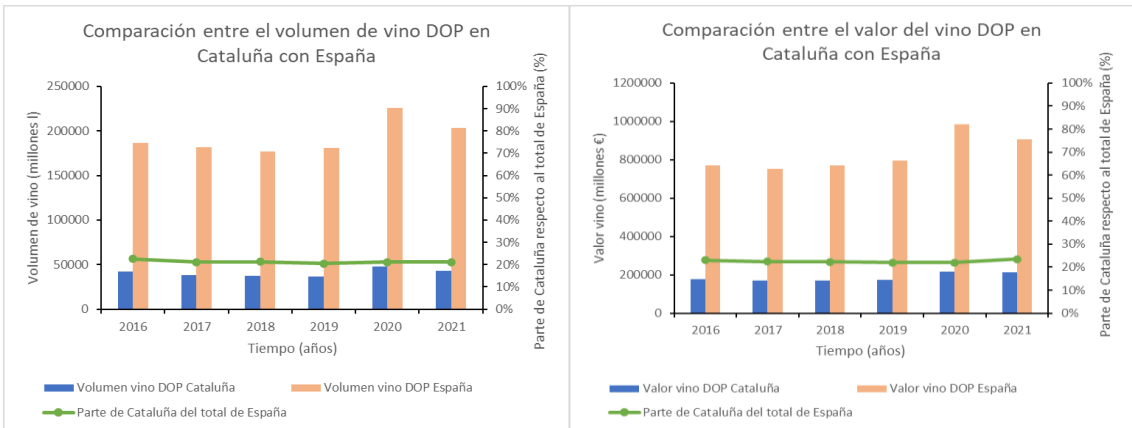


Figura 17 Comparativa entre vinos DOP de Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

En cuanto a los vinos tranquilos DOP según su clasificación por el tipo de uva, los blancos DOP en Cataluña suponen de media el 20,9 % del volumen y el 22,3 % del nacional. Cabe destacar, que a pesar de que su porcentaje de volumen el último año no ha variado mucho, respecto a los anteriores, aunque cabe destacar que en el 2021 se obtuvo el porcentaje más alto de su valor

respecto a España llegando al 24% del valor nacional, lo que supone un 1,5% respecto al segundo año con mejor porcentaje, lo que quiere decir que en Cataluña se alcanzaron los 46.000 millones de euros.

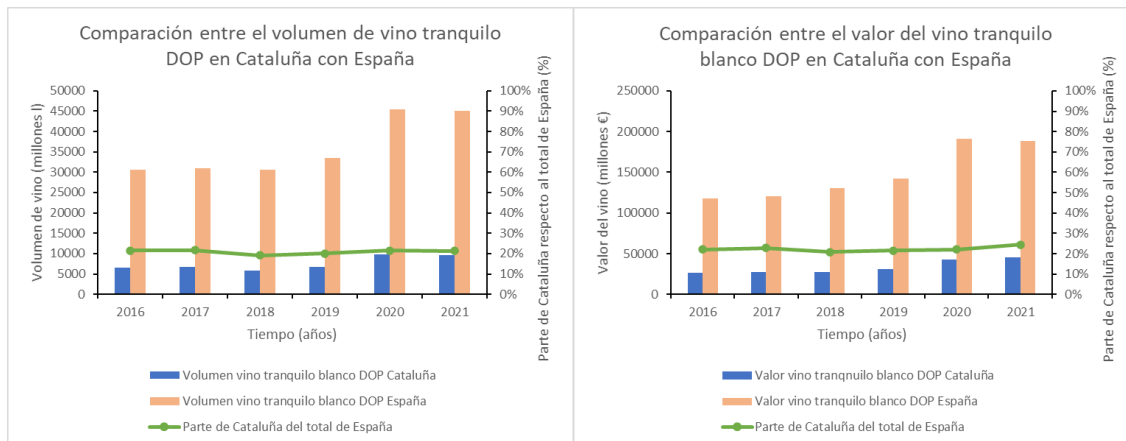


Figura 18. Comparativa entre vinos tranquilos DOP de Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

Por último, en cuanto a los vinos tranquilos DOP extranjeros, el valor se sitúa de media al rededor del 24% del valor nacional. En el caso del 2021 fue más del 32 %, que corresponden a 3832,09 millones de euros, con un volumen de 1283,72 millones de litros lo que equivale al 30,34 %. La evolución se muestra en la figura 19

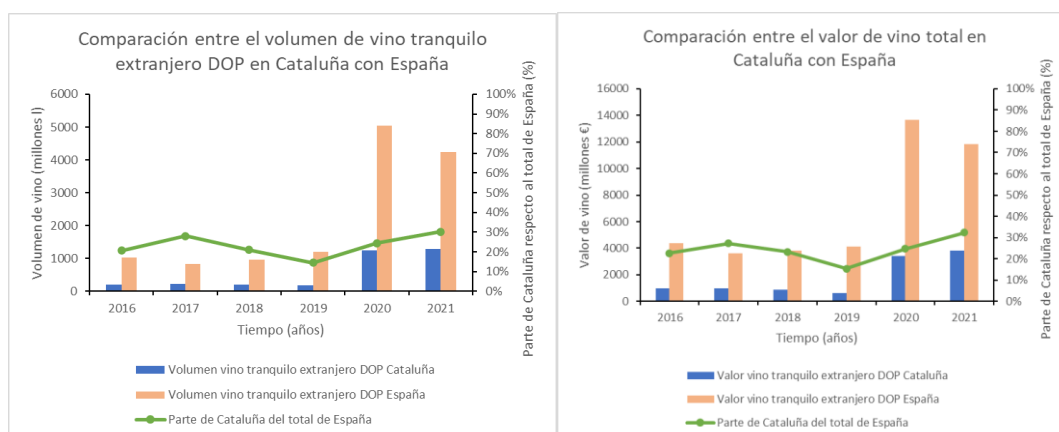


Figura 19. Comparativa entre vinos tranquilos DOP de Cataluña y España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022)

## Estudio de las principales variedades de vinos dulces en España

A la hora de comparar la variedad de vino Vinsanto, con vinos producidos en España, y con la intención de centrarse en aquellos que comparten alguna característica con este y así acotar de alguna manera esta comparación, se tendrá en cuenta la cantidad de azúcar residual, por lo tanto, al tratarse de un vino que supera los 45 gramos de azúcar por litro, esto lo sitúa en la categoría de vinos dulces y son estos los que se van a analizar.

En España los vinos dulces se clasifican en dos categorías, vinos dulces naturales o vinos naturalmente dulces, los cuales se definen a continuación.

Los vinos dulces naturales, son aquellos que se endulza, añadiendo vino dulce o mosto de uva un vino seco, con esto se quiere mejorar la cantidad de azúcar. Dentro de esta los vinos dulces naturales tenemos vinos cream, vinos maestro, vinos mistela.

Los vinos cream son vinos generosos, que han sufrido una crianza oxidativa en barricas de gran tamaño, con matices de almendras, maderas y pasas. Es un vino propio del Marco de Jerez y del Condado de Huelva.

Los vinos maestros se diferencian debido a que se les añade alcohol vínico para que la fermentación sea muy lenta y no termine con todo el azúcar, quedando un mosto añadido, fermentado de forma parcial.

Los vinos Mistela, en este caso se elaboran encabezando con alcohol el mosto, de manera que este no puede fermentar.

Los vinos naturalmente dulces, son aquellos que han alcanzado su dulzor, de manera natural. Debido a que tienen una concentración tan alta de azúcar, las levaduras son incapaces de vivir en su propia producción de alcohol. Esto se consigue por la propia viña o por la aplicación de algún proceso concreto durante el proceso de producción. Dentro de esta clasificación tenemos vinos de hielo, vinos de vendimia tardía, de Pedro Ximénez, los vinos moscateles, malvasía, monastrell u otros.

Los vinos de hielo, son aquellos que, durante la recolección de la uva de la viña, esta está congelado o se introducen en cámaras donde se congelan. Al congelarse se concentran los azúcares.

Los vinos de vendimia tardía, se producen a partir de uvas que sufren el proceso de pasificación de manera ligera en la viña, de esta manera se obtienen concentraciones elevadas de azúcares.

Los vinos Pedro Ximénez, se producen recogiendo la uva en perfecto estado de la viña, y posteriormente se asolean las uvas, provocando que la uva se deshidrate y se produzca una pasificación de la uva.

Los vinos moscateles, se producen a partir de la uva moscatel, la cual tiene diversas variedades y se extiende en todo el mundo., en el caso de España predominantes son la variedad de Alejandría o de Málaga. Estos vinos se pueden elaborar de diversas maneras. Debido a su gran potencial glucomético y fuerte carga aromática, la moscatel es ideal para elaborar vinos dulces. Aunque esta casta versátil

Los vinos Malvasía es una variedad de vino producida a partir de la uva que le da nombre al tipo de vino, es ligeramente menos aromática que el moscatel, pero soportan bien las altas temperaturas. Las más famosas son las elaboradas en las islas Canarias.

Monastrell, es una uva típica del mediterráneo, con la cual se elaboran tanto vinos dulces como tintos.

También cabe destacar denominaciones catalanas como son el Priorat, Monstant y Terra Alta, donde se elaboran vinos tintos dulces con uvas garnacha y la cariñena.

Existen diversas bodegas que producen vinos dulces comentados anteriormente, pero con la intención de poder establecer una relación con los vinos Vinsanto, se utilizarán los vinos que están puntuados por Robert Parker, las cuales las da el crítico de vinos Robert McDowell Parker, Jr; y son muy influyentes en el sector del vino a nivel internacional.

A continuación, se muestra un breve resumen de los vinos mencionados, donde se muestra el número de vinos analizados, la puntuación media ponderada, la puntuación máxima, la puntuación mínima, el precio medio ponderado, el precio máximo y el mínimo, el desglose por tipo de vino en función de las bodegas se encuentra en el *Anexo A*.

Tabla 1. Variedades de vinos dulces producidas en España puntuadas por The Wine Advocate (2022)

VARIEDAD DE VINO	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Pedro Ximénez	104	91,86	100	84	120,69	725	14
Moscatel	66	89,73	100	83	36,57	350	12
Cream	10	90,70	95	84	41,90	145	10
Tardia	12	89,67	93	92	42,17	90	27
Mistela	34	90,60	96	87	52,16	150	13
Malvasía	34	90,60	96	87	52,16	150	13
Cariñena	2	91,50	92	91	60,00	60	60
Monastrell	71	91,34	97	83	87,46	1640	15
Vino de hielo	2	91,00	91	91	31,50	35	28
Garnacha	29	90,67	95	86	47,86	104	15

Como se puede ver en términos generales los vinos españoles puntuados por The Wine Advocate tienen una media entre 90 y 92 puntos Parker, teniendo vinos Pérez Ximénez y Moscatel, con puntuaciones máximas en algunos de sus vinos. Además, solamente 3 de las clases de vinos tienen notas mínimas superiores a los 90 puntos, es decir, 7 de ellos tienen por lo menos un vino con una clasificación inferior a excelente. Los precios por lo general en todos ellos son muy variables, por ejemplo, se tiene cream de 10 \$ y un Monastrell de 1640 \$, lo que permite una mayor variabilidad en los precios para que el consumidor final pueda escoger.

## 4. Bodegas productoras de Vinsanto

El Vinsanto es uno de los vinos más conocidos de la isla de Santorini, por no decir el que más, formado principalmente por la variedad de uva Assyrtiko y el cual tiene la Denominación de Origen Protegida desde el 2002, dado que sus características y calidad vinculadas a su origen geográfico, y otros factores como son los humanos y culturales de la zona.

Este tipo de vino en la actualidad se produce por diversas bodegas que se encuentran en la isla, las cuales son (tabla 2):

Tabla 2. Bodegas productoras de vino Vinsanto

<b>BODEGAS PRODUCTORAS DE VINSANTO</b>
1- Estate Argyros
2- Domaine Sigalas
3- Gavalas winery
4- Hatzidakis Winery
5- Artemis Karamolegos Winery
6- Santo Wines 1911
7- Venetsanos Winery
8- Boutari
9- Gaia'a Wines
10- Canava Roussos
11-Koutsoyannopoulos (Volcan Wines)

Tras ver que bodegas producen Vinsanto, se ha realizado una profundización sobre cada uno de los Vinsanto que ofrecen las diferentes bodegas y sus características principales, teniendo en cuenta únicamente las añadas que aparecen en sus respectivas páginas web dado que hay distribuidores que tienen otras añadas. A pesar de ello, algunas de las bodegas no cuentan con los precios de sus productos por lo que se utilizarán precios de otras fuentes externas que servirán como orientación dado que pueden variar ligeramente y serán marcados con un asterisco.

Tabla 3. Bodegas, formatos, alcohol, variedad de uvas y precios de las bodegas

<b>BODEGA</b>	<b>AÑADA</b>	<b>FORMATO</b>	<b>ALCOHOL (%)</b>	<b>VARIEDAD DE UVAS</b>	<b>PRECIOS</b>
<b>Estate Argyros</b>	2001	500 ml	13,50	80% Assyrtiko, 10% Athiri, 10% Aidani	70,00 €*
	2013	500 ml	13,65	80% Assyrtiko, 10% Athiri, 10% Aidani	35,00 €*
<b>Domaine Sigalas</b>	2015	500 ml	11,00	75% Assyrtiko, 25% Aidani	34,88 €*
<b>Gavalas winery</b>	2005	500 ml	10,00	85% Assyrtiko; 10% Aidani, 5% Athiri	90,00 €
	2006	500 ml	10,00	85% Assyrtiko; 10% Aidani, 5% Athiri	80,00 €
	2009	500 ml	10,00	85% Assyrtiko; 10% Aidani, 5% Athiri	60,00 €
	2010	500 ml	10,00	85% Assyrtiko; 10% Aidani, 5% Athiri	55,00 €
	2012	500 ml	11,70	85% Assyrtiko; 10% Aidani, 5% Athiri	45,00€

BODEGA	AÑADA	FORMATO	ALCOHOL (%)	VARIEDAD DE UVAS	PRECIOS
	2013	500 ml	11,70	85% Assyrtiko; 10% Aidani, 5% Athiri	40,00 €
<b>Hatzidakis Winery</b>	16 años de envejecido	375 ml	10,00	80% Assyrtiko, 20% Aidani	38,00 €*
<b>Artemis Karamolegos Winery</b>		500 ml	11,00	85% Assyrtiko, 15% Aidani	43,50 €
<b>Santo Wines 1911</b>	2016	500 ml	11,40	85% Assyrtiko, 15% Aidani	29,90 €
	2008	500 ml	11,40	85% Assyrtiko, 15% Aidani	41,00 €
	12 años de crianza (2002-2003-2004)	500 ml	11,50	85% Assyrtiko, 15% Aidani	52,00 €
	8 años de crianza (2008-2009-2010)	500 ml	11,70	85% Assyrtiko, 15% Aidani	42,00 €
<b>Venetsanos Winery</b>	2016	375 ml	9,50	70% Assyrtiko, Aidani 25%, 5% otros tipos de uva blanca	40,00 €
	2003	375 ml	9,50	70% Assyrtiko, 25%Aidani, 5% otros tipos de uva blanca	80,00 €



BODEGA	AÑADA	FORMATO	ALCOHOL (%)	VARIEDAD DE UVAS	PRECIOS
	12 años	375 ml	9,50	70% Assyrtiko, 25%Aidani, 5% otros tipos de uva blanca	90,00 €
<b>Boutari</b>	2002 (12 años)	500 ml	12,30	80% Assyrtiko, 20% Aidani	42,00 €*
<b>Gaia'a Wines</b>	2002	500 ml	12,00	-	26,67 €*
<b>Canava Roussos</b>	1999	375 ml	9,50	Assyrtiko, Athiri, Aidani	
<b>Koutsoyan nopoulos (Volcan Wines)</b>	2015	375 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	33,00 €
	2015	200 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	28,00 €
	2015	100 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	15,00 €
	2015	40 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	10,00 €
	2015	500 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	39,00 €
	2014	500 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	42,00 €
	2013	500 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	46,00 €
	2012	500 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	54,00 €
	2011	500 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	61,00 €
	2010	500 ml	10,00	Assyrtiko y Aidani	69,00 €

\* Precios extraídos de otras fuentes que no corresponden a la

En términos generales, se puede decir que el precio se ve influido, al igual que pasa con otros vinos por el año de cosecha, ya que este tipo de vino de una misma bodega su precio aumenta cuantos más años tenga el vino. También, influye la bodega que produzca el vino, por lo que, de manera general, esta variedad de vino tiene un rango de precios muy amplio yendo desde los 25 € hasta alcanzar los 90€ en algunos casos.

Es necesario aclarar, que es difícil dado el tamaño de mercado y su especialización una comparación de manera exhaustiva entre algunos de los parámetros como podrían ser el precio en función del volumen dado que el precio viene marcado por diferentes factores que afectan a la empresa a la hora de producirlo, o las ligeras diferencias de producción como puede ser el porcentaje de cada uva, entre otras características. Por lo tanto, con la intención de mantener el mayor grado de objetividad, se realizarán comparaciones que no sean especulativas y/o ambiguas sin justificación previa. Teniendo en cuenta, el criterio mencionado, se han realizado las siguientes comparaciones entre las diferentes bodegas.

La bodega que presenta una mayor variabilidad de añadas en su página web, tal y como se observa en la figura 20, es Koutsoyannopoulos (Volcan Wines) con 10 tipos de añadas. En el caso de Artemis no nos muestran ninguno de los vinos, pero a pesar de eso, nos muestran un precio en su carta de vinos, por lo que se podría intuir que solamente tienen una añada.

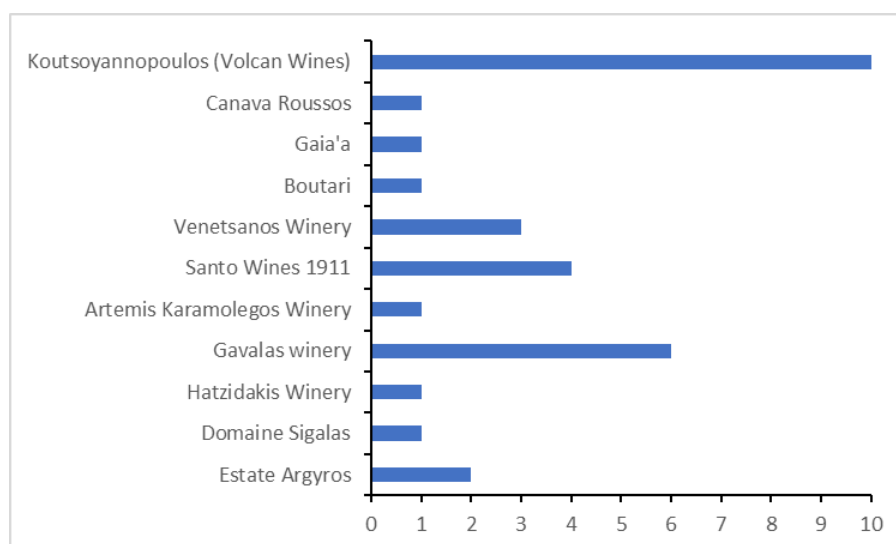


Figura 20. Variedades de Vinsanto por cada bodega mostrados en su página web

El formato en el cual se distribuye el Vinsanto, es de 500 ml o 375 ml en su mayoría, según la bodega, pero es el primero de estos dos formatos, el más utilizado a la hora de embotellar el vino, dado que solo tres de las once bodegas utilizan botellas de 375 ml en su Vinsanto, y en menor medida botellas de 200 ml, 100 ml y 40 ml que solamente realiza una bodega. A continuación, se muestra en porcentaje cuantas empresas utilizan uno y otro volumen (figura 21).

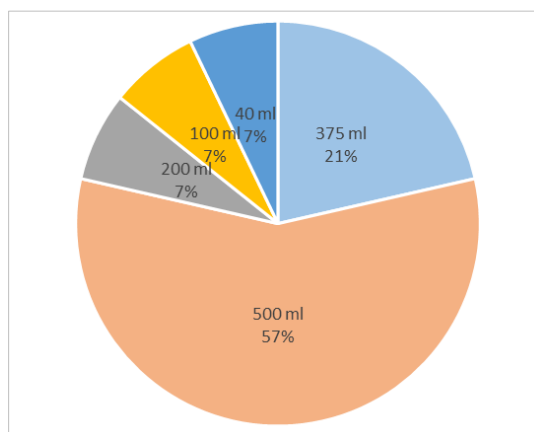


Figura 21. Formato seleccionado por las bodegas

También cabe destacar que la forma en la cual comercializan o facilitan la compra de su producto a través de fuentes oficiales, como puede ser la página web de la bodega, varía en función de la bodega.

En el caso de Venetsano Winery, Galavas Wines, Santo Wines 1911 y Koutsoyannopoulos (Volcan Wines) permiten la compra de sus productos a través de su página web, permitiendo en el caso del Vinsanto poder escoger el año de la cosecha, a no ser que sean vinos ya especiales como pueden ser los que tienen 12 años, pero también se pueden comprar en sus páginas webs.

En lo que respecta a Gai'a wines y Hatzidakis, a pesar de no poder comprar sus productos desde su página web informan a los posibles clientes de otras fuentes desde las cuales pueden acceder a sus productos, ya sean otras páginas webs como es el caso de Gai'a, o informando de sus distribuidores por zonas como hace Hatzidakis, el cual tiene dos distribuidores en España, de esta manera es el único que de manera oficial muestra que tiene una cuota de mercado fija en España pero muy reducida y de manera muy exclusiva.

Otras bodegas, como son Estate Argyros, Domaine Sigalas, Artemis Karamolegos y Boutari, no facilitan la compra de los usuarios, ya que tienen ninguna opción de comprar en su página web, ni facilitan otras fuentes a las cuales se puede acceder para comprar sus productos. En el caso de Artemis se puede saber el precio de la botella dado que tienen una carta de vinos en su página web.

Por último. Cabe destacar la página de Canva Roussos, la cual no da apenas información y la que da, no está actualizada respecto a lo que se puede ver en otras páginas que no pertenecen a la bodega, dado que mencionan un vino de 1999 en su página web, el cual no se encuentra y en cambio el único que si se encuentra es uno de 2006 pero no se muestra en la página de la bodega.

Respecto a la calidad de los vinos, se puede valorar de manera objetiva en base a las puntuaciones Robert Parker, las cuales se les ha puesto al menos una vez a vinos Vinsanto de nueve de las once bodegas que lo producen a día de hoy, las únicas que no han sido valoradas hasta el momento de la presentación de este trabajo han sido Gavalas winery y Venetsanos winery. A continuación, se muestra la media aritmética de cada uno de las bodegas en función del número de vinos valorados, puntuación máxima y puntuación más baja de cada bodega y la media ponderada total, valores máximos y mínimo entre ellos, además de los precios en dólares que están puestos en The Wine Advocate de Robert Parker.

Tabla 4. Vinos Vinsanto valorados en función de la bodega (Robert Parker Wine Advocate.- Vinsanto (2022))

BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
<b>Boutari</b>	4	91,75	94	90	33,00	34,00	32,00
<b>Canva Roussos</b>	1	95,00	95	95	-	-	-
<b>Domaine Sigalas</b>	5	94,40	95	94	55,20	90,00	36,00
<b>Estate Argyros</b>	22	95,10	98	90	107,60	150,00	34,00
<b>Gai'a</b>	1	96,00	96	96	70,00	70,00	70,00

BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Hatzidakis	2	92,00	92	92	24,00	24,00	24,00
Kamaromolegos Winery	1	94,00	94	94	-	-	-
Koutsoyannopoulos (Volcano Wines)	2	89,50	90	89	36,00	36,00	36,00
Santo Wines	7	93,00	95	90	36,86	45,00	34,00
<b>Total</b>	49	94,00	98	89	71,63	150,00	32,00

En base a los criterios del crítico Robert Parker, 2 de las bodegas han presentado al menos en una ocasión vinos excepcionales, los cuales reciben esta distinción al situarse entre los 96 y 100 puntos, mientras que solo uno de ellos ha recibido alguna vez una nota de vino muy bueno, es decir, valor entre 80 y 89 puntos, y el resto se han considerado vinos excelentes obteniendo valores entre 90 y 95 puntos. En promedio se puede decir que el Vinsanto alcanza los 94 puntos situándolo en un vino excelente, alcanzando la excepcionalidad en alguna ocasión.

## 5. Observación directa e indirecta de negocios relacionados con el sector del vino

Para tratar sobre algunos aspectos del trabajo, que no se han mencionado en los puntos anteriores de manera tan profunda, se decidió realizar una visita a diferentes negocios relacionados con la venta del vino ubicados en Barcelona, y de esta manera también poder conocerlos en persona. Además, para acabar de complementar la información aportada por las visitas a los negocios se decidió también contactar con algunos negocios vía telefónica.

El motivo por el cual se escogió Barcelona, se debe a varios factores, tanto económicos, como sociales. Barcelona es la ciudad con mayor población de toda Cataluña, con un total de 1.636.732 personas en 2021 (Idescat, 2022), dentro de una comunidad autónoma que su población va en aumento todos los años, siendo en el 2021 de 7.739.758 habitantes, equivaliendo al 16,3% de la población española (Idescat, 2022), situándola como la segunda comunidad autónoma con mayor población de España.

En lo que respecta al tema económico, es la cuarta comunidad autónoma donde más se gana de media, unos 2.398 € (datos correspondientes a una jornada de trabajo a tiempo completo durante el año 2020) (Espallargas, 2022). Cataluña aportó en el 2021 el 19,02 % del PIB de España, situándola como la segunda comunidad que más aporta (Barroso, 2022) Además, durante el 2021 fue la segunda comunidad autónoma que más turismo recibió en el 2021, con 5.787.837 de turistas (Instituto Nacional de Estadística, 2022), de las cuales 3.222.771 se concentraron en Barcelona (Movimientos Turísticos en Fronteras, 2022), lo cual tiene unas implicaciones económicas y culturales en la comunidad.

Para la realización de esta parte del trabajo, en lo que respecta a las visitas a los establecimientos, se planteó una ruta, por zonas, mediante una búsqueda en internet (se buscaron utilizando términos como bodega, tiendas de vinos, vinotecas y cellers), y mediante recomendaciones de los propios propietarios de los establecimientos, y en algunos casos, fueron tiendas encontradas en el camino y que no aparecieron por internet.

Dado el gran número de locales, se visitaron aquellos que estuviesen situados en zonas concurridas de gente; como son zonas turísticas, con mayor concentración de estos tipos de negocios; ya que

eso podría ser una señal de que en esas zonas había un mayor consumo de vino o uso de estos establecimientos y como se ha mencionado anteriormente, sitios recomendados por otros establecimientos.

Dado la dificultad, y las posibles preguntas relacionadas con los vinos que se les podría hacer a los propietarios y/o trabajadores de estos negocios, por minimizar lo máximo posible las molestias que podría causar mi presencia en sus establecimientos. Se realizaron tres preguntas simples dado que la persona a cargo en ese momento podría no ser experta o entendida. Las preguntas fueron las siguientes.

- ¿Tienen vinos extranjeros en sus negocios? Sí/No (Si contestaban que sí, se les preguntaba de qué países)
- ¿Respecto a vinos de postres que variedades de las siguientes mencionadas tiene? (se le mencionaban las aportadas en el trabajo)
- ¿Qué rango de precios tienen los vinos de postre disponibles en su establecimiento?

Con la primera, se buscaba intentar valorar la presencia de los vinos extranjeros en los negocios, y qué países tenían mayor presencia.

Con la segunda, se quería ver si los locales contaban con todas las variedades de vinos dulces producidos en España, mencionadas el trabajo.

Con la última de estas, el rango general de los vinos de postre en los establecimientos visitados.

## **Vinoteca**

Las vinotecas son los negocios que aparte de vender vino, además realizan otras actividades relacionadas con este, como pueden ser acciones para promocionar la cultura del vino, donde entrarían las catas, cursos de catas o maridajes, entre otras acciones.

[Vinosbarcelona.com](http://Vinosbarcelona.com)

Situado en el barrio de Sant Antoni, cerca de Plaça de la Universitat. En este establecimiento a pesar de lo que puede sugerir el nombre, se venden otros tipos de alcoholes, como pueden ser cavas, whisky, ginebras, etc. Además, ofrecen catas. En este establecimiento si ofrecen a sus clientes la

opción de adquirir vinos extranjeros de tres continentes diferentes, Europa; América del Sur y Oceanía. En cuanto a vinos dulces de postre, ofrecen una amplia gama de productos, que van desde los 5 a los 20 €.

#### 10Vinos.com

Se sitúa en el centro del barrio de la Sagrada Familia. Este local tiene productos de países extranjeros, no tiene una variedad muy amplia en cuanto a países y la mayoría son europeos. En cuanto a vinos de postres, se pueden encontrar todos los mencionados en el trabajo que se producen en España, y tienen un rango de precio que van desde los 5 a los 20 €. Además, Realizan catas en su establecimiento.

#### Vila Viniteca

Ubicado en el barrio Sant Pere, Santa Caterina i La Ribera, dentro del distrito de la Ciutat vella, está formado por dos locales uno en frente del otro. Una de ellas, tiene un perfil más de tienda de vinos, mientras que la segunda es donde aparte de vender vinos, se pueden realizar catas, y venden otros productos de alta calidad con los que maridar los vinos, como quesos, jamón, etc. Además, tienen otra tienda que es un outlet de vinos. En cuanto a variedades de vinos por su origen, es una de las tiendas con mayor variedad por no decir la que más, dado que tienen diferentes vinos tanto de América del Norte y del Sur, Europa, Oceanía y Asia. Además de tener vinos de postre de cada uno de los vinos mencionados en el trabajo con un rango de precios muy amplio, desde los 5 a los 10000 €.

## **Tienda de vinos**

Las tiendas de vinos son aquella que venden exclusivamente vino, no realizan otra actividad como si se ha visto de las vinotecas. Las tiendas de vinos visitadas han sido:

#### Uve-i

Situado en l'Antiga Esquerra de l'Eixample, esta tienda tiene vinos de diferentes países del mundo, sin incluir España, y curiosamente a pesar de que es variada, solo unos pocos pertenecen a países europeos. En cuanto a los vinos de postre, en él podemos encontrar todos ellos, pero en el caso de



los de hielo, solamente en momentos puntuales. Además, los vinos de postre tienen un rango que va desde los 7 a los 50 €.

#### PER TU Vinoteca & Degustació

Este local situado en el barrio del Clot, ofrece una variedad de vino procedentes de otros países de Europa y uno de Sudamérica. Cabe destacar que es el único que he encontrado que tiene vinos griegos en su establecimiento. Respecto a vinos dulces, tienen algunos vinos dulces, cubriendo todos los tipos de vinos mencionados, con unos precios que van desde los 10 a los 20 €. Además, tiene unas cuantas mesas para que las personas puedan tomar en sus establecimientos, lo que también hace que tenga un perfil similar a una bodega.

#### La Vilanoteca

Situado en el Raval, la Vilanoteca tiene vinos extranjeros de unos cuantos países, los cuales están divididos entre Europa, Oceanía y Sudamérica. En cuanto a los vinos de postre tienen los mencionados en el trabajo, y su rango de precios va de los 5 € a los 20 €.

#### Vinalium

En el este caso, estamos delante de una franquicia, la cual tiene diferentes locales en la ciudad condal, para esta parte del trabajo se visitaron los establecimientos situados en Poblenou y en l'Antiga Dreta de la Eixample. En los dos casos encontramos vinos extranjeros, coincidiendo la mayoría de ellos en su origen. En cuanto a los vinos de postre, en ambos casos tenían todas las variedades mencionadas en apartados anteriores, pero con rangos de precios diferentes, en el caso del local situado en l'Antiga Dreta de l'Eixample, el rango de precios iba desde los 5 a los 30 €; mientras que el que se situaba en Poblenou entre los 5 y 18 €.

#### Art de Vins

La tienda está situada en el barrio de Sant Antoni, y cerca del barrio del Raval y del barrio de l'Esquerra de la Eixample. Aparte de vinos también venden otros productos alcohólicos, como cavas o destilados. Tiene una lista bastante reducida en cuanto a orígenes de vinos extranjeros, solo presenta dos europeos y uno Sudamericano. Tienen todas las variedades de vinos dulces mencionados, y los precios se sitúan entre los 4 y 50 €.

### Gauví vinoteca

Situado en el barrio de la Sagrada Familia. A pesar de su nombre, no realizan otras actividades que no sea la venta de vinos. En este caso encontramos, vinos de origen extranjeros de Europa, y Sudamérica. Además, tiene presencia de todos los vinos de postres españoles mencionados en el trabajo, y tienen un rango de entre 7,50 a 31 €.

### El Celler de la Boqueria

Este pequeño negocio, tal y como su nombre indica está situado en uno de los sitios más emblemáticos de toda Barcelona, la Boqueria, que pertenece al barrio del Raval. Son propietarios de otros negocios relacionados con los vinos como es Mas del mercado situado en el Raval cerca de la Boqueria. En este caso no hay presencia de ningún vino extranjero, todos son nacionales. Respecto a los vinos dulces tiene los mencionados en el trabajo, con un precio en torno a los 7 y 25€. Durante el tiempo que se estuvo, el propietario mostró interés sobre un vino en particular el cual no tenía debido a su dificultad por conseguirlo, llamado Fondillón originario de Alicante. que durante la realización del trabajo no se había leído nada al respecto. Debido a la dificultad por obtenerlo no se ha introducido en trabajo.

### Álava de la cruz

Es un pequeño negocio situado en el barrio de la Sagrada Familia, en el cual ofrecen una pequeña variedad de vinos tanto europeos como Sudamericanos. Si bien tiene vinos de postre con un rango de precios entre los 10 y 20 €, no cuenta con algunas de las variedades como son los de hielo o de mistela. Además, realiza catas en su establecimiento y tiene un blog sobre vino.

### 75 cl Vins i més

Este pequeño negocio situado en el barrio de la Sagrada familia, tiene una variedad de vinos procedentes de otros países europeos, además de que es de los pocos sitios en los cuales va a introducir un vino de origen griego tal como mencionó el propietario. No obstante, no presenta vinos de otros continentes. Además, ofrece catas a ciegas en su establecimiento. En cuanto a los vinos de postre dulces, tiene todas las variedades mencionadas en el trabajo, con precios entre los 8 y 20 €.

### El Celler del Pep

Ubicado en el barrio de la Sagrada Familia, y muy cerca del barrio el Baix Guinardó. Este pequeño negocio realiza catas además de la venta de vinos. Los vinos que tienen en son todos nacionales, por lo que la presencia de vinos extranjeros es nula. En cuanto a los vinos de postres, tienen pocos vinos a disposición, pero no les falta ninguno de los tipos mencionados en el trabajo que rondan entre los 7 y 50 €.

### Di-Ví Muntaner

Este pequeño negocio se sitúa en el barrio L'Antiga Esquerra de L'Eixample. Este negocio a parte tiene una Vinoteca en frente llamada Can Canellas, donde realizan las catas y venden vinos. En cuanto a vinos extranjeros, tienen una amplia gama que cubre cuatro continentes, Europa, Sudamérica, África y Oceanía. Respecto a los vinos de postres no les falta ninguno de las variables más típicas del territorio nacional, con precios que van desde los 10 a los 40 €.

### La vinícola

Situado en el barrio de la Dreta d'Eixample, este establecimiento, se centra sobre todo en vinos de zonas de habla catalana, es decir del sur de Francia, Cataluña y Mallorca. Por lo que de extranjero tiene solamente de un país. Respecto a los vinos de postre dulces, al igual que mayoría de sitios tiene todas las variables, entre los 6 y 35 €.

## **Bodegas**

### La Bodega Valls

Se trata de un local ubicado en el barrio del Raval desde el 1903. En lo que respecta a la parte de vinos, dado que también hacen tapas, son únicamente del territorio catalán, por lo que no tiene vinos de otras regiones del territorio español, y por ende no tiene vinos extranjeros. En cuanto a vinos dulces, tiene vinos de variedad moscatel y pedro Ximénez, con precios entre los 7 y 20 €.

### Wine mood

Este establecimiento se sitúa en el barrio de Sant Antoni y relativamente cerca de los barrios del Raval y el barrio de la Esquerra de l'Exemple. Es una especie de restaurante, donde los vinos tienen una gran importancia. En este caso, tenían vinos extranjeros, tanto europeos, de América del Sur y África. además de presentar todas las variedades de vinos de dulces para postres mencionados, con precios que van de los 16 a los 100 €.

### Celler Florida

El establecimiento se encuentra en el barrio de Sant Antoni, cerca tenía otros establecimientos relacionados con el vino. En este establecimiento ambientado en un cine americano. En este local tienen vinos extranjeros, europeos en su mayoría y uno de América del sur, pero en este caso el propietario, está reduciendo la presencia de estos. En cuanto a vinos de postre tienen todos los mencionados en el trabajo, y sus precios son entre 10 y 20 €.

### Bodega Sopena

Situado en el barrio del Clot, este pequeño negocio cuenta con tres vinos extranjeros, de tres continentes diferentes. En lo que respecta a vinos dulces, únicamente tiene Pérez Ximénez, vinos de hielo, garnacha y moscatel con precios que se sitúan entre los 8 y 30 €.

## **Distribuidor**

### Satyrs Wine

Es un distribuidor con que lleva desde julio operando en España, el cual solo importa vinos griegos artesanos. De manera oficial según su página web a cinco puntos de venta en Barcelona, pero no aparece el 75 cl dado que hay no ha comenzado a vender sus productos, uno en Lleida y uno de manera online. En cuanto a restaurantes y bares, tienen nueve clientes en Barcelona, uno en Mallorca y otro en Vilafranca del Penedès. Cuentan con una oferta de treinta y dos vinos de ocho bodegas diferentes. Actualmente no cuentan con el Vinsanto pero es uno de los vinos que quieren incorporar. Sus vinos como precio de distribución se sitúan actualmente entre los 7 y 20 €.

## Análisis de los países extranjeros con mayor presencia entre los establecimientos visitados

A pesar que los vinos extranjeros son minoritarios dentro de los establecimientos, se ha observado que la gran mayoría de locales visitados, ya fuesen vinotecas, tiendas de vinos o bodegas han apostado por tener productos de otros países, además de los vinos nacionales, Por ello se muestra en el Anexo B los establecimientos visitados y de qué países tienen vinos en sus negocios. Además, se ha realizado un recopilatorio en forma de gráfica para valorar qué países tienen mayor presencia (figura 22).

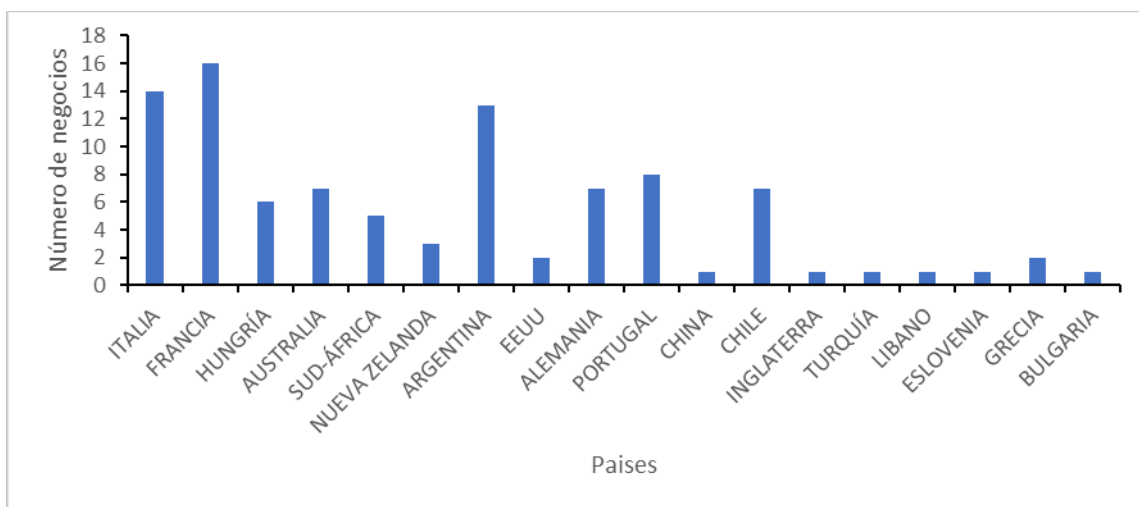


Figura 22. Países extranjeros productores de vino con mayor presencia en los negocios visitados

## Restaurantes griegos

Respecto a los restaurantes griegos que se ubican en Barcelona, hay algunos que tienen publicada su carta en internet, dado que no fue posible su visita ya que solo abren durante los turnos de comida y cena, y no se pretendía interrumpir el trabajo de los empleados.

### H τρελή ροδιά / El Magraner Boig

Situado en el Raval, este negocio tiene como objetivo, intentar presentar la gastronomía griega tradicional. Con la intención de cumplir su objetivo, tienen en su carta vinos y otras bebidas alcohólicas griegas. En el caso de los vinos tienen un precio entre los 9 y 15 €.

### La Taberna Griega

Este negocio se ubica en el barrio de la Vila de Gracia, que abrió sus puertas en el 1997. En su carta ofrecen bebidas alcohólicas típicas de Grecia, pero no aparece ningún vino. Además, tienen una tienda en la cual se pueden comprar productos griegos.

### DIONISOS

Se trata de una franquicia de restaurantes ubicada por diferentes puntos de la ciudad, abriendo el primero de ellos en el 1993. Tiene una amplia carta de vinos de origen griego aparte de otras bebidas alcohólicas griegas. En el caso de los vinos los precios van desde los 6 € hasta los 26 €. Además, cabe destacar que la franquicia es quien presenta mayor variedad de vinos griegos.

## Negocios que si tienen el Vinsanto

Actualmente existen dos distribuidores de vinos griegos que tengan Vinsanto, ambos de la bodega Hatzidakiswines. El primero de ellos, Distribuciones Pagofiel SLU ubicado en Peñafiel, y el segundo Caskadia Wines S.L. ubicado en Barcelona, ambos distribuyen el producto de manera exclusiva por lo que no permite el fácil acceso a los consumidores.

En el caso de Caskadia Wines, se trata una empresa importadora de vinos extranjeros, que tienen como clientes restaurantes de estrella Michelin, wine bars y tiendas de vinos de España.

En lo que respecta el Vinsanto, Caskadia tiene como clientes seis restaurantes a los cuales suministra el vinsanto, dos de ellos ubicados en Barcelona, como son el restaurante 2 Pebrots y Alkimia, ambos con estrellas Michelin.

En el caso del 2 pebrots, tiene en internet los precios de sus vinos, en lo que respecta al Vinsanto la copa tiene un precio de 9,90 € mientras la botella tiene un precio de 72 € siendo la tercera copa y botella más cara de los vinos dulces y respecto a la oferta de bebidas alcohólicas, no es de las más caras que presenta el restaurante, ya que tiene vinos espumosos que superan los 100€. Cabe destacar que el distribuidor dicho por la botella tiene un precio de salida de su negocio de 38 € aproximadamente.

## 6. Encuesta para el análisis de preferencias del público general

Con la intención de profundizar en este trabajo se hizo una encuesta para analizar las preferencias de los potenciales consumidores del Vinsanto, de esta manera se profundizaría sobre como estos ven el sector del vino y en que se basan a la hora de seleccionar uno.

### Objetivo

El principal objetivo de realizar esta encuesta es poder observar las principales preferencias de los consumidores, respecto a diferentes aspectos. Esta encuesta se centra principalmente en una serie de puntos:

- Nivel de conocimiento sobre vinos
- Consumo preferente de los clientes potenciales
- Compra preferente de los clientes potenciales
- Conocimiento y consumo específico sobre vinos griegos
- Situación socioeconómica de los encuestados

La información obtenida a través de esta encuesta realizada será útil para poder establecer una estrategia comercial a la hora de introducir el Vinsanto en el mercado español.

### Metodología

#### Plataforma utilizada

La encuesta se realizó mediante la plataforma Qualtrics XM y es propiedad de la compañía alemana SAP® la cual es una de las principales productoras a nivel mundial de software relacionados con la gestión de negocios y desarrollo de soluciones para el procesamiento sencillo y eficaz de datos. Su tecnología que se basa en inteligencia digital, permite que la plataforma pueda evaluar las encuestas que se realicen dentro de la misma. Para esta encuesta la plataforma de forma que la propia plataforma avalúa al realizar la encuesta si esta es apropiada o no, además de sugerirte cambios.



Qualtrics® no deja que un dispositivo que ya haya finalizado la encuesta pueda repetirla, por lo que dos personas no podrían realizar la encuesta desde el mismo dispositivo. Además, la plataforma permite, que la persona encuestada pueda dejar la encuesta a medias y seguir en otro momento desde la misma pregunta, sin borrar la información que ya se había complementado ni obligando al usuario a volver a empezar.

Por último, cabe destacar que Qualtrics tiene la opción de extraer los datos de los resultados de la encuesta en formato SPPS, para que sean analizados por el programa de IBM llamado SPSS, el cual se ha utilizado como herramienta de análisis de los datos de la encuesta

### Estructura de la encuesta

La encuesta se ha desarrollado mediante la agrupación de las preguntas en bloques, que se encadenaban entre sí según las respuestas a la encuesta. En total se han realizado un total de 35 preguntas repartidas entre 5 bloques.

En el primer bloque, nombrado filtro, consta de tres preguntas y tiene como objetivo seleccionar al público potencial del Vinsanto, por lo tanto, únicamente las personas que pueden ser posibles clientes pueden realizar el resto de la encuesta, y por lo tanto el contestar una de estas preguntas de la manera que no se desee, finalizaran la encuesta al instante sin pasar por el resto de bloques. En este bloque se ha establecido una edad mínima de 18 años, dado que es la edad mínima legal para poder consumir alcohol; que no sean abstemios, dado que eso implicaría que no consumen ningún tipo de alcohol y que no hayan participado en los últimos 6 meses en ninguna encuesta, para que no le afecte a la hora de tomar decisiones en los futuros bloques lo contestado en anteriores encuestas.

En el segundo bloque, llamado conocimiento sobre el mundo del vino. En este bloque, que tiene cuatro preguntas, se quiere establecer el nivel de conocimiento sobre algunos conceptos del sector de los vinos para valorar que ideas tiene sobre el sector.

En el tercero, autopercepción y actividades relacionadas con el sector, que tiene 4 preguntas, se evalúa la percepción que tiene el posible consumidor sobre sus conocimientos sobre vino, y que actividades realiza para poder justificar estos conocimientos

El cuarto bloque se denomina consumo y compras de vino, que está formado por diecinueve preguntas, con las cuales se quiere analizar en que momentos consume el encuestado cualquier

tipo de vino, lugar de consumo (en casa o fuera), precios, tipo de vino que suele consumir, además de reconducir al consumir a una serie de preguntas relacionadas con el Vinsanto.

Finalmente, el bloque cinco, nombrado como situación socioeconómica, se constituye de siete. Además, con este bloque se pretende establecer algunas características que definen al encuestado, como son el sexo o su situación económica entre otras cosas.

Tras la finalización de la encuesta se agradece al encuestado su participación en esta encuesta y el haber dedicado un rato de su tiempo a contestar la encuesta., acabando así con la misma.

De manera visual se muestra, en la figura 23, cómo se estructura la encuesta y como se enlazaban los bloques entre sí.

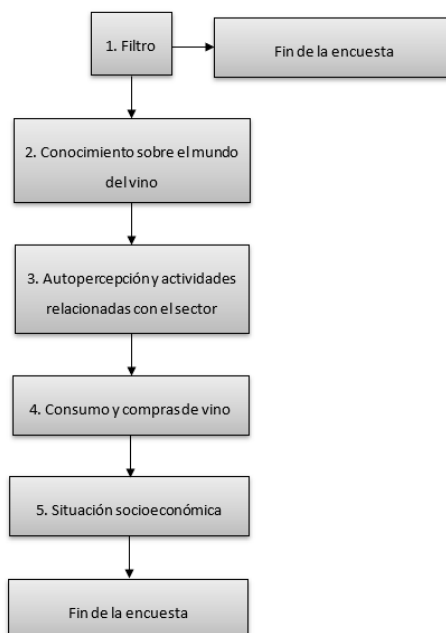


Figura 23. Esquema de la estructura de la encuesta realizada

### Tipología de preguntas y respuesta

En lo que respecta a la tipología de las preguntas no se optó por un único tipo de formato, sino que se optó variar los tipos en función del que se adaptase mejor a cada pregunta, para ello previamente se planteaba que información se quería obtener de cada pregunta.

Se ha usado los siguientes tipos de preguntas:

- Opción múltiple
- Escala de Likert
- Dicotómicas

En relación con la tipología de las respuestas, también ha sido variada, al igual que las preguntas. Las preguntas variaban entre, preguntas abiertas, de escala, cerradas y de opción múltiple o única. Además, algunas de las preguntas solo se podían contestar en función de la respuesta a preguntas previas.

### Difusión y normativa

La difusión de la encuesta se realizó a través de WhatsApp e Instagram. Tanto en el primer caso como el segundo, la difusión es fácil de realizar pero a la vez genera la incertidumbre por no poder conocer el número de personas que han podido recibir la encuesta, dado que Whatsapp permite reenviar mensajes recibidos a otros contactos y Instagram permite adjuntar un link en el perfil del usuario y hacer difusión de este mediante el comunicado a través de una historia o publicación, dos de las herramientas que permite esta red social para que la gente se entere de que existe el enlace.

La encuesta estuvo a disposición de los posibles usuarios durante 18 días, en el cual contestaron un total de 161 encuestadas, de diferentes zonas del territorio español, pero principalmente de Cataluña.

Para finalizar, respecto a la normativa legal y la ley de protección de datos, se siguió la normativa de la Unión Europea respecto a las preguntas opcionales que pueden incluirse en una encuesta.

Además, se mantuvo privacidad y protección de sus datos acorde al Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) (2016/679 EC) y la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, estos incluyen el derecho a acceder a sus datos, rectificarlos, si es preciso borrarlos, restringir u oponerse al procesamiento de sus datos, informando de ello al correo que se facilitó para ello, el cual es [andres.sanchez.baena@estudiantat.upc.edu](mailto:andres.sanchez.baena@estudiantat.upc.edu).

## Resultados

En cuanto a los resultados obtenidos de la encuesta, estos se podrán ver en el ANEXO, donde se mostrarán los porcentajes de cada una de las preguntas a sus posibles respuestas, separados por bloques. A continuación, se analizarán y a su vez se discutirán los resultados obtenidos.

## Análisis y discusión de los resultados

### Filtro

Al inicio de la encuesta, como se ha comentado anteriormente se realizaron una serie de preguntas para descartar perfiles que no interesan para el desarrollo y posterior análisis de la encuesta. Los resultados a estas preguntas por orden de aparición en la encuesta:

- El 1,30 % de las personas habían participado en encuestas de vinos en los últimos 6 meses
- Ninguno de los encuestados fue menor de edad
- El 6,54 % de las personas que realizaron la encuesta eran abstemios

Tras esto aproximadamente un 89,5 % realizaron el resto de la encuesta.

### Conocimiento, autopercepción y actividades relacionadas con el sector del vino

Posteriormente se les realizó una serie de preguntas relacionadas con el sector del vino, la primera de ellas fue preguntar sobre los países que asociaban con la producción de vino, la mayoría de los encuestados pusieron Italia y Francia como países productores, seguidos de países como EEUU, Argentina, Australia, Chile y Nueva Zelanda, en menor medida China, Hungría o Grecia. En el caso de Grecia solamente apareció dos veces como respuesta, las respuestas se pueden ver en el ANEXO D

Además, se les preguntó por lo que entendían por DOP, la mayoría de los encuestados escribieron una respuesta bastante acertada mencionando conceptos como zona de origen, Zona determinada, no se puede realizar en otras zonas, condiciones de producción únicas y desde hace mucho tiempo, otras de las respuestas se alejan más del concepto original, mencionando términos como protección industrial o marca registrada.

La mayoría de los encuestados afirmaron que conocen alguna DOP, siendo las DOP más conocidas por estos, la del Penedès, la Rioja, Priorat y Ribera del Duero. También cabe destacar que algunos de los usuarios pusieron la DOP de otros productos como vinagre o queso.

En cuanto al nivel de conocimiento que creían ellos que podían tener sobre el mundo del vino, ninguno de los encuestados que pasase el filtro se consideró muy experto sobre el tema, y la mayoría se consideró como nada experto, como se puede observar a continuación (figura 24).

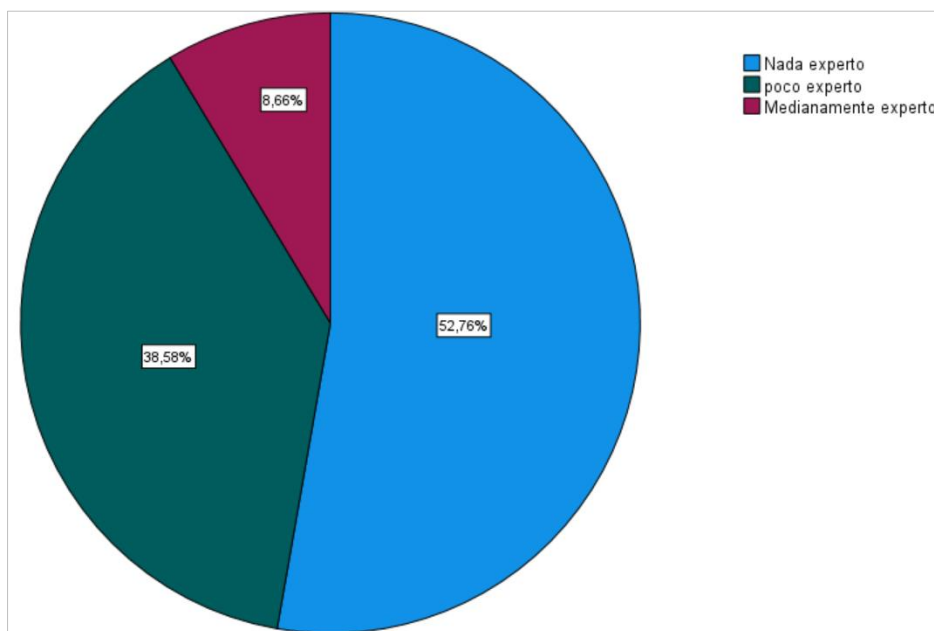


Figura 24. Autoevaluación respecto al nivel de conocimiento que se tiene sobre el sector del vino

A pesar de que la mayoría de personas se han considerado nada expertas, cabe resaltar que la segunda opción más contestada respecto a las actividades realizadas con un 30,86 %, después de leer la información de la etiqueta con un 31,25 %, haya sido la de visitar bodegas en las zonas de producción, lo que significa que a pesar de que se consideren poco expertos les intriga conocer cómo se producen o en qué condiciones se encuentran algunos de los vinos que consumen de manera más o menos frecuente. Posteriormente las otras dos opciones que más se realizan superando el 10%, son asistir a cursos de cata de vinos y consultar páginas de internet sobre vinos. El resto de opciones no llegan al 10 % ninguna de ellas.

### Hábitos de consumo y de compras

Respecto a las preguntas relacionadas a los hábitos de consumo relacionados al vino, para saber qué tipo de vino consume, ocasiones en las que lo consume, sabor del vino, entre otras preguntas asociadas al consumo.

Debido a la cantidad de información que aporta el bloque 4 de la encuesta relacionado con las preferencias del consumo solamente se comentaran aquellas de mayor relevancia.

Se ha podido observar que existe una relación entre vinos para ocasiones especiales con negocios relacionados con el sector del vino, mientras que, para vinos de consumo más habitual, se opta por negocios poco especializados. También cabe destacar que las compras online es el único que tiene unos porcentajes elevados en ambos casos.

También se ha visto que los consumidores, prefieren consumir vino en situaciones lúdicas o que impliquen una mayor interacción social de manera lúdica, dado que más del 50 % de los votos son la suma de comidas y cenas en restaurantes más cuando hay invitados en casa.

En cuanto a las preferencias de tipo de vino, la mayoría de los encuestados prefieren vinos blancos, con más del 50 %, mientras que un porcentaje muy alto opta por vinos tintos con un 41,40%, y solamente un 8,28 % bebe vino rosado.

En cuanto al sabor de los vinos, la mayoría de los consumidores prefieren vinos semidulces (31,37%), mientras que en una proporción más o menos similar encontramos los vinos semisecos y secos, con un 25,39 y 23,53 % respectivamente, y por último los dulces, que no llegan ni al 10 %.

En cuanto a criterios que más se fijan las personas que consumen vino en sus casas a la hora de comprar un nuevo vino, son la opinión de terceros, la región y precio, donde los porcentajes de las notas entre el 8 y el 10 superan el 12 %, mientras que los aspectos que menos importan son el año de la cosecha o el prestigio color donde los porcentajes de las notas inferiores al 5, son elevados como es el caso de los premios donde casi un 22% le da una puntuación de 0.

En cuanto a preferencias territoriales, un 53,97 % de las personas tienen preferencia por una zona geográfica en concreto, mientras que el porcentaje restante no tiene ninguna preferencia, tal y como se muestra en la figura 25

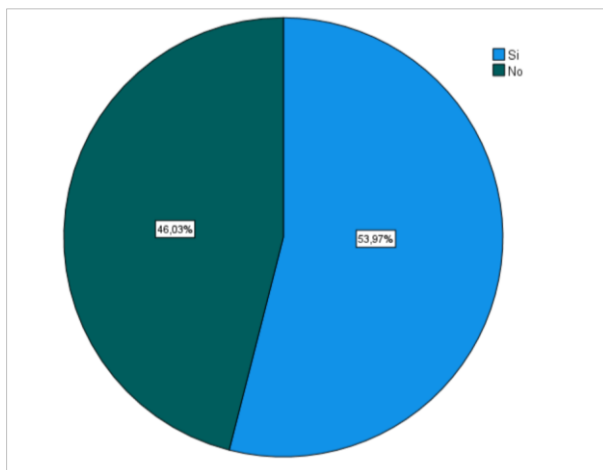


Figura 25. Valoración sobre la existencia de alguna preferencia regional

Dentro de las personas que tienen preferencia por algunas zonas en concreto, el 48,48 % tiene preferencias por regiones españolas que no sean Cataluña, mientras que un 40,91 % prefieren vinos de esta región, en cuanto a vinos fuera de España, siendo la Rioja la opción mayoritaria, algo más de un 10 % optan por vinos europeos o de otros países fuera de Europa, esto se puede apreciar en la siguiente figura 26.

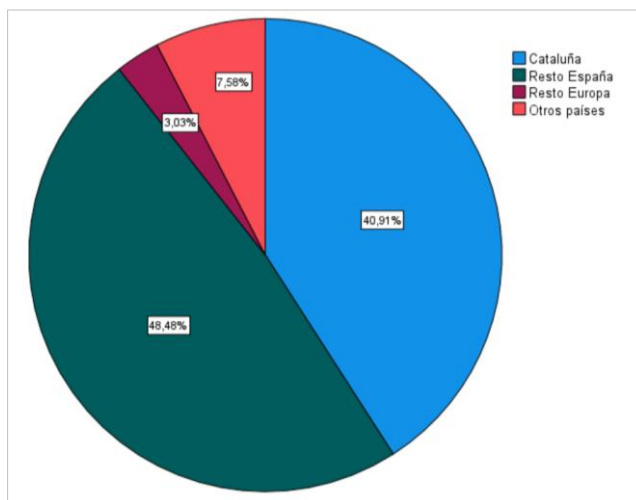


Figura 26. Preferencias regionales a la hora de comprar un vino

Otra de las preguntas realizadas, era respecto a sus preferencias sobre el sabor del vino, la mayoría optaron por sabores semidulces (31,37 %) sin embargo, la menos escogida fueron los vinos dulces (19,61 %).

Una de las preguntas que se realizó fue si consumían vino en los postres, donde más de un 60,16 % de los encuestados contestaron que nunca. Solamente un 3,25 y un 36,59 %, consumen vino con los postres la mayoría de veces o algunas veces respectivamente.

En lo que respecta a los restaurantes o bares, el 50 % de los encuestados varía entre copa o botella a la hora de consumir vino en alguno de estos establecimientos, en cambio el 35,11 % pide botella siempre y solamente un 14 % de los encuestados piden copa siempre, por lo que la opción preferida para los consumidores entre botella o copa, suele ser la botella.

En lo que respecta a vinos griegos, se les preguntó a los encuestados, si habían consumido algún vino griego alguna vez. De los cuales un 15,19 % contestaron que sí habían tomado por lo menos una vez algún vino griego. Posteriormente se les preguntó a estas personas si recordaban el nombre del vino que habían consumido, y aproximadamente un 16 % si lo recordaba, además de que una de las personas contestó que había probado el Vinsanto, dado que el vino que menciono a la pregunta abierta era este vino.

En cuanto a las personas que no habían consumido nunca un vino griego, una de las personas afirmaba conocer alguno, pero en ese momento no recordaba el nombre.

Tras esto, una de las preguntas que podía aparecer a los encuestados que habían marcado vino blanco semidulce o dulce, era si estarían dispuestos a probar un vino griego que encajase con sus gustos. Casi el 95 % de los encuestados dijeron que si a esta respuesta.

En cuanto al precio que suelen gastar los encuestados en vinos para ocasiones especiales, que dado el precio y sus características es donde se debería de situar el Vinsanto; su rango de precios es el mismo tanto si su consumo se realiza en casa como en un restaurante. El rango de los vinos para ocasiones especiales se encuentra entre los 20 y 40 €.



## 7. Estudio exploratorio: Cata de Vino Vinsanto

EL estudio exploratorio se elaboró con la finalidad de poder comparar el vino Vinsanto, con otro vino del mercado español, en este caso el vino recomendado fue la Malvasia Dolça de l'Hospital Sant Joan Baptista de Sitges y de esta manera conocer a priori la percepción que causa cada uno de los vinos, sobre todo el Vinsanto a los posibles consumidores.

El estudio se realizó en el laboratorio de análisis sensorial o sala de tast (D4-L023) de la Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y Biosistemas de Barcelona (EEABB), situada en el campus del Baix Llobregat perteneciente a la Universidad Politécnica de Cataluña, el cual se ubica en el municipio de Castelldefels.

El número de personas que realizaron la cata y de esta manera participaron en el estudio fue de 27 personas. Se trató de un público no experto, pero a su vez, se ajusta más al consumidor real, dado que por lo general la mayoría de la población no es panelista, es decir, no es gente que reúna unas capacidades sensoriales y caracterológicas que permitan que sean aptas para un panel de cata. En la carta participaron un 38 % de mujeres y un 62 % de hombres y en cuanto a las edades de los participantes, si dividimos estos en intervalos entre 18 a 25, de 26 a 33, de 34 a 41, de 42 a 49, de 50 a 57 y de 58 a 65, el 74 % de los participantes se situaron en el primer intervalo, un 7 % en el segundo, un 11 % en el cuarto, un 4 % en el último, y un 0 % tanto en el tercero como en el penúltimo. Cabe destacar que una persona no puso el año de nacimiento por lo que consta como en blanco.

La cata se realizó dando la menor información posible al catador con la intención de no influir sobre sus decisiones, ya que el exceso de información pudiese provocar ciertos prejuicios o ideas preconcebidas tanto positivas como negativas a la hora de valorar cada uno de los vinos, por lo que solo sabía que iban a probar diferentes tipos de vinos. El tipo de prueba a la cual se les sometió a los participantes fue una prueba hedónica de cada una de las muestras.

Se valoró realizar una prueba triangular, pero dado que las tonalidades eran diferentes a simple vista, a partir de las primeras personas que participaron se decidió quitar esta pregunta por su poca relevancia, no obstante, se mantuvieron las 3 muestras dado que para un vino que presentaba dos muestras iguales a veces podía ser valorado de diferente manera, si no se le informaba a la persona de que había dos iguales.

## Estudio exploratorio de aceptación sensorial

El estudio exploratorio se realizó con el objetivo de poder observar si la realización de una cata a ciegas, el catador podía valorar cuál de los vinos les gustaba más. Por este motivo, se realizó una prueba hedónica ya que debido a la diferencia de tonalidades entre los vinos no era posible realizar una prueba triangular.

### Materiales

Los materiales utilizados para poder realizar del estudio exploratorio fueron los que se muestran a continuación:

- 1,5 L de Vinsanto de Santo Wines del 2016
- 1,5 L de Malvasia Dolça de l'Hospital Sant Joan Baptista de Sitges del 2011
- 3 botellas de agua bezolla
- 81 vasos de plástico de 30 ml
- 40 vasos de cartón de 220 ml
- 1 rollo de 50 servilletas de papel
- 1 paquetes de 48 mini tostas de trigo
- 2 paquetes de 15 mini platos de plástico
- 10 bolígrafos convencionales de color azul

### Metodología

Para la realización del estudio exploratorio, se informó sobre la cata a los posibles participantes a través de un correo electrónico a los estudiantes, personal docente e investigador de la Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y de Biosistemas de Barcelona. El ensayo se realizó el día 14 y 15 de septiembre para poder facilitar a los participantes el poder asistir a la cata, dado que en un único día podría dificultar que algunos posibles participantes pudiesen realizar el test. Además, el correo incluía una encuesta para controlar el aforo, y tener una estimación de la gente que podría venir.

Para facilitar que los participantes se centraran en la cata, se ha evitado que la influencia del entorno fuese lo menor posible, de esta manera se ha evitado que se produzcan posibles ruidos en

la sala, que las condiciones de temperatura y humedad fuesen constantes, y que no hubiese ningún olor en el entorno durante el tiempo que se realizase la cata.

Para la preparación de las muestras, se controló que el volumen fuese el mismo en cada una de las muestras, de unos 30 ml, y que las temperaturas de cada una de las muestras fuesen lo más cercana a sus temperaturas óptimas de consumo, para ambos casos se situaba entorno a los 8°C. Además, se estableció que el tiempo máximo para la preparación de cada una de las muestras fuese de 5 minutos, para que la temperatura de las muestras con el vino, fuera lo más cercana posible a la temperatura de la botella tras sacarla de la nevera.

Para esta cata se ha realizado una prueba hedónica, que consiste en que el participante señale en una escala del 1 al 9, siendo 1 me desagrada extremadamente y 9 me gusta extremadamente la percepción que le dan las diferentes muestras.

Para la ejecución de la cata, se han numerado los vasos, los cuales se exponían con un orden preestablecido, dado que cada combinación de tres números correspondía a una de las 6 combinaciones posibles con las tres muestras de vino, dos iguales y uno diferente. Las 6 combinaciones se han repetido en torno a 4 siendo las 3 primeras combinaciones las únicas que se han realizado 5 veces, dado que solo se realizaron 27 catas.

A continuación, se muestra la ficha de trabajo donde se muestra la metodología y los cálculos de manera resumida, y la ficha de cata que utilizaron las personas que participaron en la cata. Además, en el Anexo D se muestra los dígitos de las tres muestras de cada persona con su respectiva combinación.

**FICHA DE TRABAJO**

Número máximo de catadores: 33

Cantidad de producto:

- Vinsanto o Malvasia Dolça (tienen el mismo volumen)
  - o 3 x 500 ml (Volumen botella) + 30 ml (volumen vaso) = 50 vasos
- 50 vasos x 2 tipos de vinos = 100 vasos
- 100 vasos + 3 muestras por réplica = 33,33 ≈ 33 catadores/Participantes

MUESTRA DE VINO	VASOS
Vinsanto	50
Malvasia Dolça	50
TOTAL	100

Identificación de las muestras:

MUESTRA DE VINO	CÓDIGO
Vinsanto	A
Malvasia Dolça	B

Combinaciones posibles:

COMBINACIÓN	TOTAL DE VECES REPETIDA
ABB	6
AAB	6
BAA	6
BBA	5
ABA	5
BAB	5

Preparación de las muestras

Las 100 muestras posibles se codificarán con tres dígitos, y cada 3 muestras irán asociadas a una combinación previamente establecida.

Controlar la combinación correspondiente en cada cabina.

Material por cabina:

3 muestras (2 de un vino y 1 del otro), 1 vaso de agua, plato con 1 rebanada de pan, una servilleta de papel, un bolígrafo y una ficha de cata

Figura 27. Ficha de trabajo

**FICHA DE CATA**

Número de cabina: \_\_\_\_\_ Año de nacimiento: \_\_\_\_\_ Sexo:  Hombre  Mujer  No binario

Instrucciones: A continuación recibirá tres muestras codificadas con un orden preestablecido. Deberá probar las muestras de izquierda a derecha. Por favor, durante la cata, gruebe cada muestra individualmente, cogiendo un poco de pan tostado, agua entre muestra y muestra y apunte el código de cada muestra en el papel. Para cada cata indique cuanto le ha gustado el producto, marcando con una X el cuadro que mejor se ajuste a su evaluación, desde "me desagrada extremadamente" a "me gusta extremadamente".

Código de la muestra: \_\_\_\_\_

Me desagrada extremadamente	Me desagrada mucho	Me desagrada	Me desagrada un poco	Ni me gusta ni me desagrada	Me gusta un poco	Me gusta	Me gusta mucho	Me gusta extremadamente

Si desea realizar algún comentario sobre los motivos de su decisión o cualquier otra observación que considere de relevante puede escribirlos a continuación:

Código de la muestra: \_\_\_\_\_

Me desagrada extremadamente	Me desagrada mucho	Me desagrada	Me desagrada un poco	Ni me gusta ni me desagrada	Me gusta un poco	Me gusta	Me gusta mucho	Me gusta extremadamente

Si desea realizar algún comentario sobre los motivos de su decisión o cualquier otra observación que considere de relevante puede escribirlos a continuación:

Código de la muestra: \_\_\_\_\_

Me desagrada extremadamente	Me desagrada mucho	Me desagrada	Me desagrada un poco	Ni me gusta ni me desagrada	Me gusta un poco	Me gusta	Me gusta mucho	Me gusta extremadamente

Si desea realizar algún comentario sobre los motivos de su decisión o cualquier otra observación que considere de relevante puede escribirlos a continuación:

Figura 28. Ficha de cata

## Resultados

Tras la realización de la cata se han recogido los resultados de las 27 personas que participaron, y por lo tanto complementaron la ficha de cata mostrada en el apartado anterior, los resultados de cada una de las personas participantes se pueden ver a continuación en la tabla 6. También se puede ver en el Anexo E los comentarios, que los catadores han dejado en el apartado correspondiente a observaciones para cada una de las muestras.

Tabla 5. Resultados obtenidos de la cata por participante

NÚMERO DEL PARTICIPANTE	AÑO DE NACIMIENTO	SEXO	PUNTUACIÓN MUESTRA A	PUNTUACIÓN MUESTRA A	PUNTUACIÓN MEDIA MUESTRAS A	PUNTUACIÓN MUESTRA B	PUNTUACIÓN MUESTRA B	PUNTUACIÓN MEDIA MUESTRAS B
1	1992	Hombre	6,00	-	6,00	5,00	7,00	6,00
2	2001	Hombre	9,00	9,00	9,00	7,00	-	7,00
3	1976	Mujer	6,00	6,00	6,00	5,00	-	5,00
4	2002	Hombre	5,00	-	5,00	4,00	8,00	6,00
5	2002	Mujer	4,00	9,00	6,50	6,00	-	6,00
6	2002	Hombre	6,00	-	5,00	6,00	4,00	5,00
7	2002	Hombre	7,00	-	7,00	3,00	4,00	3,50
8	2002	Mujer	4,00	5,00	4,50	7,00	-	7,00
9	2002	Mujer	8,00	6,00	7,00	9,00	-	9,00

NÚMERO DEL PARTICIPANTE	AÑO DE NACIMIENTO	SEXO	PUNTUACIÓN MUESTRA A	PUNTUACIÓN MUESTRA A	PUNTUACIÓN MEDIA MUESTRAS A	PUNTUACIÓN MUESTRA B	PUNTUACIÓN MUESTRA B	PUNTUACIÓN MEDIA MUESTRAS B
10	1999	Hombre	6,00	-	6,00	8,00	8,00	8,00
11	1998	Mujer	7,00	6,00	6,50	4,00	-	4,00
12		Hombre	5,00	-	5,00	5,00	6,00	5,50
13	1999	Hombre	6,00	-	6,00	6,00	6,00	6,00
14	1998	Mujer	6,00	6,00	6,00	8,00	-	8,00
15	1961	Hombre	5,00	8,00	6,50	4,00	-	4,00
16	1977	Mujer	4,00	-	4,00	7,00	8,00	7,50
17	1974	Mujer	7,00	7,00	7,00	8,00	-	8,00
18	1998	Hombre	8,00	-	8,00	6,00	7,00	6,50
19	2002	Mujeres	6,00	-	6,00	3,00	2,00	2,50

NÚMERO DEL PARTICIPANTE	AÑO DE NACIMIENTO	SEXO	PUNTUACIÓN MUESTRA A	PUNTUACIÓN MUESTRA A	PUNTUACIÓN MEDIA MUESTRAS A	PUNTUACIÓN MUESTRA B	PUNTUACIÓN MUESTRA B	PUNTUACIÓN MEDIA MUESTRAS B
20	1998	Hombre	4,00	5,00	4,50	6,00	-	6,00
21	2001	Hombre	5,00	5,00	5,00	4,00	-	4,00
22	2000	Hombre	3,00	-	3,00	4,00	6,00	5,00
23	1993	Hombre	7,00	8,00	7,50	6,00	-	6,00
24	2002	Hombre	7,00	-	7,00	4,00	6,00	5,00
25	2002	Mujer	6,00	-	6,00	3,00	8,00	5,50
26	2002	Hombre	5,00	6,00	5,50	7,00	-	7,00
27	2004	Mujer	9,00	9,00	9,00	5,00	-	5,00



## Análisis de los resultados y discusión

En este punto, se procederá con el análisis de los resultados de la prueba hedónica y su posterior discusión.

Para ello, hay que tener en cuenta que la prueba hedónica consta de una nota mínima y máxima, siendo 1 y 9 respectivamente.

A continuación, se muestra las veces que se puntuó cada vino con un intervalo de notas en concreto. (Tabla 7)

Tabla 6. Puntuaciones medias de las dos variedades de vino

<b>NOTA MEDIA</b>	<b>VINSANTO (A)</b>	<b>MALVASÍA DE SITGES (B)</b>
<b>[1-2)</b>	0	0
<b>[2-3)</b>	0	1
<b>[3-4)</b>	1	1
<b>[4-5)</b>	3	3
<b>[5-6)</b>	5	7
<b>[6-7)</b>	10	7
<b>[7-8)</b>	5	4
<b>[8-9)</b>	1	3
<b>9</b>	2	1

Tras evaluar cuantas veces se puso cada nota para cada uno de los vinos, se calculó la media y la desviación típica para ambos vinos

Tabla 7. Análisis descriptivo de los dos de vino

	<b>VINSANTO (A)</b>	<b>MALVASÍA DE SITGES (B)</b>
<b>Número de participantes</b>	27	27
<b>Nota media mínima participante</b>	3,00	2,50
<b>Nota media máxima participante</b>	9,00	9,00
<b>Media vino</b>	6,09	5,85
<b>Desviación típica</b>	1,39	1,54
<b>Variancia</b>	1,94	2,38

Como se observa, en base a los resultados obtenidos a partir de un público en su mayoría inexperto, el Vinsanto de Santo Wines ha obtenido una nota media de 6,09, lo que sería equiparable a la escala hedónica a un me gusta un poco, obteniendo 2 muestras de 9, es decir, un me gusta extremadamente. Además de que a un 75 % de los encuestados le han dado mínimo una nota de 5 (ni me gusta ni desagrada). En cuanto a la Malvasia Dolça de l'Hospital Sant Joan Baptista de Sitges, ha obtenido una nota media de 5,85; equivalente a un ni me gusta ni me desagrada, y a un 71 % de los participantes les ha parecido de 5 o más. En este caso la nota máxima ha sido de 9 de media en una ocasión.

En referencia a la desviación típica, dado que es mayor a uno en los dos casos, demuestra que para ambos casos los dos presentan valores alejados de la media, no obstante, el Vinsanto es quien presenta una menor desviación.

A pesar de que el Vinsanto puede presentar mejores resultados que la Malvasía de Sitges a primera vista, se ha optado por realizar una t de Student para muestras emparejadas, ya que se trata de un mismo grupo donde se pretende comparar dos medias, no obstante, se ha requerido analizar previamente si las dos muestras presentan distribuciones normales, a partir de la prueba de

Kolmogórov-Smirnov para una muestra utilizando el programa estadístico SPSS. Los resultados obtenidos para la prueba de Kolmogórov-Smirnov se muestran en la Tabla 8.

Tabla 8. Prueba Kolmogórov-Smirnov para una muestra (medias de muestras A y B)

Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra				
		MEDIA MUESTRA A	MEDIA MUESTRA B	
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,140	0,128	
	Positivo	0,119	0,128	
	Negativo	-0,140	-0,105	
Estadístico de prueba		0,140	0,128	
Sig. asin. (bilateral)		0,186	0,200	
Sig. Monte Carlo (bilateral) <sup>d</sup>	Sig.		0,185	0,298
	Intervalo de confianza al 99%	Límite inferior	0,175	0,286
		Límite superior	0,195	0,309

Como se puede ver ambas muestras presentan una distribución normal dado que el P valor es mayor al nivel de significancia (0,05) en las dos muestras por lo que se puede realizar un análisis estadístico de t de Student para muestras emparejadas, en este caso utilizando también el programa SPSS, por lo que ha sido necesario plantear dos hipótesis:

- Hipótesis nula ( $H_0$ ): Valoración A = Valoración B
- Hipótesis alternativa ( $H_1$ ): Valoración A  $\neq$  Valoración B

Además, se ha establecido un nivel de significancia de (0,05), por lo que el valor P debe de ser inferior a 0,05 para poder rechazar la hipótesis nula y poder afirmar que el Vinsanto (A) esta mejor valorado que el Malvasía de Sitges (B).

Tabla 9. Prueba t de Student para muestras emparejadas

PRUEBA DE MUESTRAS EMPAREJADAS									
	DIFERENCIAS EMPAREJADAS					T	GL	SIGNIFICACIÓN	
	MEDIA	DESV. ESTÁNDAR	MEDIA DE ERROR ESTÁNDAR	95% DE INTERVALO DE CONFIANZA DE LA DIFERENCIA				P DE UN FACTOR	P DE DOS FACTORES
				Inferior	Superior				
Media muestra A- Media muestra B	0,241	2,035	0,392	-0,564	1,046	0,615	26	0,272	0,544

Dado que el valor P (0,54) es mayor que el nivel de significancia ( $\alpha$ ) del 5% no se puede negar la hipótesis nula y por lo tanto no se puede considerar que el Vinsanto tiene mejores valoraciones en base al número de participantes.

Uno de los fenómenos que llamo más la atención fue el hecho de que al no saber los catadores al principio que se trataba de dos vinos y no de más, ya fuese en los primeros catadores que tenían la pregunta final sobre distinguir cuál de las muestras era diferente, para la prueba triangular, que luego se retiró en los demás catadores, un gran número de los catadores valoro diferente las mismas muestras de un mismo vino que a su vez eran de una misma botella. Por ello, se quiso analizar si la valoración sobre un vino puede variar entre la primera muestra y la segunda.

Para ello se agruparon todas muestras que se habían dado dos veces de un mismo vino para cada uno de los participantes en función de su valoración y se puede observar en la tabla 10.

Tabla 10. Valoraciones realizadas para un mismo vino

NÚMERO DEL PARTICIPANTE	VINO REPETIDO	1a MUESTRA	2a MUESTRA
1	B	5	7
2	A	9	9
3	A	6	6
4	B	4	8
5	A	4	9
6	B	6	4
7	B	3	4
8	A	4	5
9	A	8	6
10	B	8	8
11	A	7	6

NÚMERO DEL PARTICIPANTE	VINO REPETIDO	1a MUESTRA	2a MUESTRA
12	B	5	6
13	B	6	6
14	A	6	6
15	A	<b>5</b>	<b>8</b>
16	B	<b>7</b>	<b>8</b>
17	A	7	7
18	B	<b>6</b>	<b>7</b>
19	B	3	2
20	A	4	5
21	A	5	5
22	B	4	6
23	A	7	8
24	B	<b>4</b>	<b>6</b>
25	B	<b>3</b>	<b>8</b>
26	A	<b>5</b>	<b>6</b>
27	A	9	9

Para ello al igual que el análisis anterior se realizará una prueba Kolmogórov-Smirnov para una muestra seguida si es posible de una t de Student para muestras emparejadas.

La prueba de Kologórov-Smirnov da un valor de P de 0,153 y 0,51 para la 1ª muestra y la 2ª muestra respectivamente, tal y como se observa en la tabla 11, por lo que tienen una distribución normal para un nivel de significancia del 0,05.

Tabla 11. Prueba Kolmogórov-Smirnov para una muestra (valoraciones 1ª y 2ª muestra de un mismo vino)

Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra				
			1ª MUESTRA	2ª MUESTRA
Máximas diferencias extremas	Absoluta		0,145	0,167
	Positivo		0,145	0,167
	Negativo		-0,090	-0,166
Estadístico de prueba			0,145	0,167
Sig. asin. (bilateral)			0,153	0,051
Sig. Monte Carlo (bilateral) <sup>d</sup>	Sig.		0,154	0,051
	Intervalo de confianza al 99%	Límite inferior	0,145	0,045
		Límite superior	0,163	0,057

Tras observar que tienen una distribución normal se plantearon dos hipótesis para la t de Student para muestras emparejadas.

Para ello se realizó una prueba de hipótesis, con la intención de valorar como afecta la percepción de un vino previamente probado.

- Hipótesis nula ( $H_0$ ): *Muestra 1 = Muestra 2*
- Hipótesis alternativa ( $H_1$ ): *Muestra 1 < Muestra 2*

En este caso se mantuvo el mismo nivel de significancia marcado hasta el momento del 0,05, una vez esto y con la ayuda del programa estadístico SPSS se obtuvieron los siguientes resultados (tabla 12).

Tabla 12. Prueba t de Student para muestras emparejadas

	PRUEBA DE MUESTRAS EMPAREJADAS								
	DIFERENCIAS EMPAREJADAS					T	GL	SIGNIFICACIÓN	
	MEDI A	DES. ESTÁNDAR	MEDIA DE ERROR ESTÁNDAR	95% DE INTERVALO DE CONFIANZA DE LA DIFERENCIA				P DE UN FACTOR	P DE DOS FACTORES
				Inferior	Superior				
1ª muestra- 2ª muestra	- 0,926	1,774	0,342	-1,628	0,224	-2,712	26	0,006	0,012

---

Teniendo en cuenta el valor p del 0,012 y un nivel de significancia del 0,05; se puede rechazar la hipótesis nula, y aceptar la hipótesis alternativa, por lo que se puede afirmar que la primera valoración da como resultado un valor inferior diferente respecto a la segunda muestra, esto se puede deber a que los participantes no sabían que eran dos únicos vinos y la primera muestra puede sorprender dado que no es un sabor reconocido mientras que la segunda muestra se valora en base un sabor probado recientemente sin ser consciente de ello por lo que puede tener mejor aceptación y por lo tanto recibir una mejor valoración.

## 8. Promoción del Vino Vinsanto

En el siguiente apartado se plantean de manera resumida los posibles modelos de negocios y de estrategias de marketing para poder establecer el Vinsanto independientemente de la bodega, dentro del mercado español. Antes de continuar con el punto, hay que tener en cuenta que es un punto hipotético, y no significa que los productos de Vinsanto debas realizar estas estrategias.

### Modelo de negocio

Para la comercialización y venta del Vinsanto se plantearon 2 líneas de posibles, B2B (business to business) o B2C (business to consumer).

En el caso del modelo B2B clientes son empresas o negocios, relacionados con los vinos, como pueden ser tiendas de vinos, vinotecas, bodegas o cellers, proveedores de vinos; locales relacionados con la comida griega como pueden ser restaurantes, o locales de restauración de renombre, como pueden ser restaurantes de estrellas Michelin o que hubiesen sido o que puedan optar a ello. Para ello se debe establecer contactos ya sea en persona o a través de alguna herramienta que facilite la comunicación entre ambas partes y realizar un trabajo comercial y promocional del producto especializado para cada negocio. Para ello se puede enfocar el producto como una oportunidad de incorporar un producto único y diferenciado con el establecido actualmente en el mercado, donde las variedades de vinos dulces existentes están muy explotadas.

En el modelo de negocio B2C se plantea la venta a los consumidores finales de manera directa. Esta estrategia ya ha sido planteada por algunas de las bodegas que producen Vinsanto. De esta manera los consumidores pueden conocer más sobre la bodega y la marca, además de que se pueden diferenciar sus productos con los que se venden en tiendas en el caso de optar por la línea B2B, teniendo algunos más especiales (como puede ser algunos con unos cuantos años).

### Estrategias de marketing

En lo que respecta a estrategia de marketing se pueden plantear diversas estrategias de marketing en función de cómo quiera la marca acercarse o atraer al consumidor.



El primero de estos, podría ser el marketing de contenidos, en la cual la empresa puede crear como su propio nombre indica, contenido en diferentes formatos, ya sean blogs, infografías, videos... con la intención de dar a conocer al producto o la marca.

Otra de las opciones sería el marketing de redes sociales, el cual tiene como objetivo llegar a los usuarios a través de los canales donde dedican más tiempo, esta estrategia es muy versátil dado que permite adaptarse a los dos modelos de negocios planteados, desde LinkedIn para el B2B y redes sociales para el B2C.

Una estrategia enfocada para métodos de negocios B2B, es la account-based marketing en la cual se dirigen hacia unas personas determinadas y de esta manera se crea un nivel de personalización más directo.

Una estrategia enfocada a la conservación de los clientes sería el retargeting, permitiendo el contacto con los clientes que ya se ha establecido alguna relación comercial en alguna ocasión y se quiere mantener.

Dos estrategias similares, una enfocada a las redes sociales y otra a los buscadores, son las social ads y el SEM respectivamente. En la cual se ponen anuncios de pago sobre el Vinsanto para darlo a conocer.

## Conclusiones

Analizado el mercado y el comportamiento del consumidor hacia el Vinsanto, se han alcanzado una serie de conclusiones que se resumen en lo siguiente:

- A pesar del descenso del consumo de vino en España, es el octavo país que más litros consume por persona superando los 25 litros por persona al año, con un consumo estable desde el 2011 y con ciertos indicios de aumento hasta la pandemia de COVID.
- Algunas de las características asociadas al Vinsanto en el mercado español, representan un valor y un volumen pequeño, como es ser un vino extranjero o distribuido en un envase inferior a 75 cl. No obstante, para estos parámetros, Cataluña representa en torno al 30 % en todos ellos. Además del consumo, Cataluña tiene otras condiciones favorables como son su número de habitantes, que corresponde al 16 % de la población de España, o su influencia en otros sectores económicos como el turismo entre otros. En este sentido es una región con unas condiciones favorables como punto de inicio para la introducción del Vinsanto en España.
- Los niveles bajos de consumo de vinos extranjeros respecto a los vinos nacionales se pueden deber en parte a la falta de conocimiento de los consumidores sobre los vinos, más que por una preferencia por productos nacionales, dado que la diferencia entre las personas encuestadas que tienen preferencia a la hora de comprar un vino por su región es muy pequeña.
- El Vinsanto es una alternativa a los vinos de postre españoles dado que su valoración internacional de media (94 puntos Parker) es superior a estos, a pesar de que su precio es ligeramente superior a los precios de vinos dulces que tienen en la mayoría de establecimientos visitados se encuentran dentro del rango de precio para vinos especiales para los encuestados. Además de ser una alternativa a los vinos dulces extranjeros como el Tokay (Hungría) o el Porto (Portugal), los cuales se han visto durante la visita a los diferentes negocios que tienen precios mínimos superiores al del Vinsanto.

- Mediante la prueba hedónica se ha comprobado que el Vinsanto de Santo Wines a pesar de que ha recibido una mejor puntuación (6,09) que un vino de características similares producido en España, concretamente en Cataluña, conocido como Malvasia Dolça de l'Hospital Sant Joan Baptista de Sitges (5,85) pero no se puede afirmar en base al análisis estadístico realizado (prueba t para muestras emparejadas) que el Vinsanto sea mejor que el Malvasía, pero si que tienen una percepción similar para los participantes.
- En la mayoría de los casos para dos mismas muestras correspondientes al mismo vino, los catadores las valoraron con notas diferentes, a pesar de ello, la segunda muestra suele recibir mejores valoraciones que la primera, esto puede ser influenciado por que la segunda muestra es un sabor ya reconocido de manera inconsciente y por lo tanto se tiende a valorar mejor.

Además, este trabajo presenta las siguientes limitaciones a tener en cuenta en futuros investigaciones

- El número de participantes es muy pequeño para poder valorar si el Vinsanto es mejor que la Malvasía de Sitges, por lo se debería de ampliar el número de participantes para poder valorar si existe diferencias significativas entre los 2 vinos analizados.
- En el caso de necesitar repetir el análisis exploratorio se debería de proveer cada catador son dos muestras del mismo vino. En este caso serían 2 muestras de la Malvasía de Sitges y dos muestras del Vinsanto, teniendo en consideración la segunda muestra de cada vino para valorar la percepción real del catador.
- En base a las diferentes puntuaciones otorgadas por The Wine Advocate, se puede intuir que la bodega seleccionada y la añada pueden ser factores a tener en cuenta a la hora de ser valorados por los participantes en el análisis sensorial por lo que se podrían realizar nuevos análisis sensoriales para valorar estas dos características.

## Bibliografía

### Referencias bibliográficas

- *Santorini (wine)*. (2021, 24 octubre). Wikipedia. Recuperado 11 de julio de 2022, de [https://en.wikipedia.org/wiki/Santorini\\_\(wine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Santorini_(wine))
- La importancia del sector del vino en España: 427.700 puestos de trabajo generados. (2022, 25 enero). Agronews Castilla y León. Recuperado 13 de julio de 2022, de <https://www.agronewscastillayleon.com/la-importancia-del-sector-del-vino-en-espana-427700-puestos-de-trabajo-generados>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Recuperado. (2022) . Encuesta sobre Superficies y Rendimientos Cultivos (ESYRCE). Encuesta de Marco de Áreas de España. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Recuperado 15 de julio de 2022, de <https://www.mapa.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/agricultura/esyrce/>
- Ránking de la superficie de viñedo por países. (2022, 8 enero). Vinos de Castilla la Mancha MEDIA. Recuperado 15 de julio de 2022, de <https://vinosdecastillalamancha.es/ranking-superficie-de-vinedo-mundial-por-paises/>
- Organización Internacional de la Viña y el vino. (2022). Búsqueda avanzada en la base de datos.OIV. Recuperado 15 de Julio <https://www.oiv.int/es/statistiques/recherche>
- Marcos, Ú. (2022, mayo 19). Los 23 países en los que más vino se bebe del mundo. Vinetur. Recuperado 15 de julio de 2022, de <https://www.vinetur.com/2022051969171/los-23-paises-que-mas-vino-beben-del-mundo.html>
- Ministerio de agricultura, pesca y alimentación (2022) Base de datos de consumo en hogares. Ministerio de agricultura, pesca y alimentación. Recuperado 15 de julio de 2022, de <https://www.mapa.gob.es/app/consumo-en-hogares/consulta.asp>

- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. (2022). Fitxes estadístiques del sector agrícola. Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. Recuperado 19 de julio de 2022, de <https://agricultura.gencat.cat/ca/departament/estadistiques/agricultura/fitxes-estadistiques-sector-agricola/>
- Robert Parker Wine Advocate.-Vinsanto (2022) The Wine Advocate. Recuperado 8 de agosto de 2022, de <https://www.robertparker.com/search/wines?q=Vinsanto>
- Idescat. (2022) El municipi en xifres. Idescat. Recuperado 18 de agosto de 2022, de <https://www.idescat.cat/emex/?id=080193>
- Idescat . (2022) Anuari estadístic de Catalunya. Idescat. Recuperado 18 de agosto de 2022, de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec>
- Espallargas, A. (2022, 17 febrero). Mapa de los salarios en España: ¿en qué comunidades se gana más y en cuáles menos? Forbes España. Recuperado 18 de agosto de 2022, de <https://forbes.es/economia/138050/mapa-de-los-salarios-en-espana-en-que-comunidades-se-gana-mas-y-en-cuales-menos/>
- Barroso, P. (2022, 2 febrero). *Tres autonomías generan más de la mitad del PIB de España. ¿Cuáles son?* Economía3. Recuperado 18 de agosto de 2022, de <https://economia3.com/2021/09/16/460061-mas-de-la-mitad-del-producto-interior-bruto-de-espana-se-genera-en-tan-solo-tres-comunidades-autonomas/>
- Movimientos Turísticos en Fronteras. (2022). Instituto Nacional de Estadística. (National Statistics Institute). Recuperado 18 de agosto de 2022, de <https://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=3616>
- Ciudades más visitadas España 2022 (ranking más turísticas). (2022, 1 septiembre). ENTERAT.COM. Recuperado 3 de septiembre de 2022, de <https://www.enterat.com/ocio/ciudades-mas-visitadas-espana.php>
- Robert Parker Wine Advocate-Pedro Ximenez (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022. [https://www.robertparker.com/search/wines?q=pedro%20ximenez&dryness\[\]=Sweet&variety\[\]=Pedro%20Xim%C3%A9nez](https://www.robertparker.com/search/wines?q=pedro%20ximenez&dryness[]=Sweet&variety[]=Pedro%20Xim%C3%A9nez)

- Robert Parker Wine Advocate-Icen Wine (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022: [https://www.robertparker.com/search/wines?q=ice%20wine&country\[\]=Spain](https://www.robertparker.com/search/wines?q=ice%20wine&country[]=Spain)
- Robert Parker Wine Advocate-cream (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 [https://www.robertparker.com/search/wines?q=cream&dryness\[\]=Sweet](https://www.robertparker.com/search/wines?q=cream&dryness[]=Sweet)
- Robert Parker Wine Advocate-Mistela (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 <https://www.robertparker.com/search/wines?q=mistela>
- Robert Parker Wine Advocate-Tardia (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 [https://www.robertparker.com/search/wines?q=tardia&dryness\[\]=Sweet&country\[\]=Spain](https://www.robertparker.com/search/wines?q=tardia&dryness[]=Sweet&country[]=Spain)
- Robert Parker Wine Advocate-Moscatel (2022.) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 [https://www.robertparker.com/search/wines?q=moscatel&country\[\]=Spain&dryness\[\]=Sweet](https://www.robertparker.com/search/wines?q=moscatel&country[]=Spain&dryness[]=Sweet)
- Robert Parker Wine Advocate-Malvasía (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 [https://www.robertparker.com/search/wines?q=malvasia&country\[\]=Spain&type\[\]=Sweet](https://www.robertparker.com/search/wines?q=malvasia&country[]=Spain&type[]=Sweet)
- Robert Parker Wine Advocate-Cariñena (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 <https://www.robertparker.com/search/wines?q=cari%C3%B1ena>
- Robert Parker Wine Advocate-Monastrell (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 [https://www.robertparker.com/search/wines?q=monastrell&country\[\]=Spain&dryness\[\]=Sweet](https://www.robertparker.com/search/wines?q=monastrell&country[]=Spain&dryness[]=Sweet)
- Robert Parker Wine Advocate-Garnacha (2022) The Wine Advocate . Recuperado 3 de agosto de 2022 [https://www.robertparker.com/search/wines?q=garnacha&dryness\[\]=Sweet&country\[\]=Spain](https://www.robertparker.com/search/wines?q=garnacha&dryness[]=Sweet&country[]=Spain)

## Bibliografía complementaria

- Our wines: Visanto Boutari 12. (2017, 29 agosto). Boutari Winery Santorini Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.boutariwinerysantorini.gr/wines/vinsanto/>

- **【Tipos de Vino】** Clasificaciones de Vinos. Según color, uva, dulces. (2021, 26 julio). Blog Catatu. Recuperado 1 de agosto de 2022, de <https://catatu.es/blog/tipos-vino-clasificacion-vinos/>
- SANTORINI WINERY WINES VINSANTO. (s. f.). ARTEMIS KARAMOLEGOS WINERY. . Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.artemiskaramolegos-winery.com/en/winery-santorini-wines-11.php>
- CANAVA ROUSSOS - WINES GREECE - SANTORINI. (s. f.) CANAVA ROUSSOS. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.canavaroussos.gr/uk/collection>.
- «Vinos dulces naturales» Versus «Vinos naturalmente dulces». (2021, 4 febrero). Blog Catatu. Recuperado 1 de agosto de 2022, de <https://catatu.es/blog/vinos-dulces-naturales-vs-vinos-naturalmente-dulces/>
- ¿Qué son los Vinos Dulces? Tipos de vinos dulces y mejores compras. (2021, 7 julio). Blog Catatu. Recuperado 1 de agosto de 2022, de <https://catatu.es/blog/vino-dulce/>
- Dionisos Greek Restaurants | Auténtica comida griega | Barcelona, Madrid. (2022). Dionisos Restaurants. Recuperado 19 de agosto de 2022, de <https://dionisos.com/>
- VINSANTO. (2022, 12 julio). Domaine Sigalas. Recuperado 19 de agosto de 2022, de <https://sigalas-wine.com/product/vinsanto-2015/>
- Carta restaurante Magraner Boig Barcelona. (s. f.). Recuperado 19 de agosto de 2022, de <https://www.elmagranerboig.com/carta>
- Top quality Santorini wines. (s. f.). Estate Argyros. Recuperado 7 de agosto de 2022 de <https://estateargyros.com/wines/>
- VINSANTO BY GAIA – Gaia Wines. (s. f.) Gaia Wines. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://gaiawines.gr/en/vinsanto-tis-gaias-en/>
- *Vinsanto*. (s. f.). Gavalas Winery. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.gavalaswines.gr/vinsanto>
- Distribution. (2021, 8 octubre) Hazidakiswines. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <http://www.hatzidakiswines.gr/en/distribution/europe.html>

- *Vinsanto 16*. (2021, 8 octubre). Hazidakiswines. Recuperado 7 de agosto de 2022 de <http://www.hatzidakiswines.gr/en/our-wines/vinsanto-16.html>
- LA CARTA – La Taberna Griega. (s. f.). Recuperado 19 de agosto de 2022, de <https://latabernagriega.com/la-carta/>
- Caskadia. (2022, 1 septiembre). *Caskadia - Importación y Distribución de Vinos Barcelona*. Recuperado 19 de agosto de 2022, de <https://caskadia.es/>
- Vitivinicultura. (s. f.-a). Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. Recuperado 17 de julio de 2022, de <https://agricultura.gencat.cat/ca/departament/estadistiques/agricultura/sectors-agraris/vitivinicultura/>
- Descubriendo los vinos griegos: Vinsanto de Santorini. (2014, 14 marzo) Blog Panoramagriego. Recuperado 12 de julio de 2022, de <https://www.panoramagriego.gr/home/archivo/8-blogs/392-descubriendo-los-vinos-griegos-vinsanto>
- B2B y B2C: Las Diferencias en Las Ventas. (2020, 13 noviembre).Pipedrive. Recuperado 18 de septiembre de 2022, de <https://www.pipedrive.com/es/blog/que-es-b2b-b2c>
- Vinsanto - SantoWines Winery. (s. f.). Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://santowines.gr/wines/vinsanto>
- SATYRS ARTISAN WINES. (2022, 1 junio). Puntos de venta de vinos griegos - SATYRS ARTISAN WINES - Importadora y distribuidora de vino griego artesano en España. Trabajamos con vino griego natural, de mínima intervención y ecológico. Recuperado 19 de agosto de 2022, de <https://satyrs.wine/puntos-de-venta/>
- Stolowska, K. (2022, 5 abril). ¿Qué es B2B o Business to Business? Línea Gráfica. Recuperado 18 de septiembre de 2022, de <https://www.lineagrafica.es/que-es-b2b-o-business-to-business/>
- Tomas, D. (s. f.). Estrategia de marketing: qué es, tipos y ejemplos. Recuperado 18 de septiembre de 2022, de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>



- 
- *Vinsanto – Venetsanos Winery*. (s.f.). Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://venetsanoswinery.com/product/vinsanto/>
  - *Vino dulce de moscatel* . (s. f.). Vinissimus. Recuperado 1 de agosto de 2022, de <https://www.vinissimus.com/es/vinos/dulce-moscatel/>
  - *Vino Selección*. (2020, 29 julio). ¿Cuáles son los vinos dulces españoles más famosos? El Blog de Vinoselección. Recuperado 1 de agosto de 2022, de <https://www.vinoseleccion.com/blog/vinos/cuales-son-los-vinos-dulces-espanoles-mas-famosos/>
  - *Vinsanto*. (s.f.) Wine Museum winery. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://santoriniwinemuseum.com/cf-results/vinsanto/>

## Anexos

- ANEXO A. Puntuación Robert Parker y precios según el registro de The Wine Advocate de las diferentes bodegas en función de los tipos de vino
- ANEXO B. Origen de los vinos encontrados según el negocio visitado
- ANEXO C. Resultados de cada una de las preguntas de la encuesta
- ANEXO D. Número de participantes, con sus respectivos dígitos y combinaciones
- ANEXO E. Comentarios de los participantes realizados en la ficha de cata para cada muestra

## ANEXO A: Puntuación Robert Parker y precios según el registro de The Wine Advocate de las diferentes bodegas en función de los tipos de vino

Tabla 13. Bodegas valoradas por su variedad de vino Pedro Ximénez (Robert Parker Wine Advocate- Pedro Ximenez, 2022)

PEDRO XIMÉNEZ							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Alvear	21	94,14	100	86	36,94	200	16
Barbadillo	1	93	93	93	500	500	500
Barón	2	87,5	89	86	60,5	85	36
Bodega Fernandez-Gao 1750	1	88	88	88	70	70	70
Bodegas Luis Pérez	1	93	93	93	80	80	80
Colección Roberto Amillo	1	91	91	91	67,5	70	65
Conde de Peraleja	1	94	94	94	100	100	100
Cota 45	4	93,5	95	92	70,63	80	40

<b>PEDRO XIMÉNEZ</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
De La Riva	1	98	98	98	180	180	180
Dios Baco	1	92	92	92	100	100z	100
Diez-Mérito	1	93	93	93	125	125	125
El Maestro Sierra	2	93,5	95	92	-	-	-
Emilio Lustau	2	94	96	92	122,5	150	95
Equipo Navazos	9	91,17	95+	88	53,25	110	35
Fernando de Castilla	2	93,5	94	93	112,5	160	65
González Byass	2	88	91	85	36,5	50	23
Gracia Hermanos	1	90	90	90	28	28	28
Gutiérrez Colosía	1	91	91	91	100	100	100
Harveys	1	94	94	94	-	-	-

<b>PEDRO XIMÉNEZ</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Juan Piñero</b>	1	87	87	87	40	40	40
<b>M. Gil Luque</b>	1	84	84	84	14	14	14
<b>Málaga Virgen</b>	1	86	86	86	25	25	25
<b>Osborne</b>	3	93,33	96	92	206,67	300	20
<b>Pedro Romero</b>	1	91	91	91	25	25	25
<b>Pérez Barquero</b>	9	92,33	99	88	238,44	725	20
<b>Sánchez Romate</b>	1	88	88	88	60	60	60
<b>Toro Albalá</b>	24	90,15	100	86	210,25	600	22
<b>Tradición</b>	2	94	96	92	130	150	110
<b>Valdespino</b>	2	94	98	90	124,5	220	29
<b>Viña Santa Petronila</b>	1	92	92	92	44	44	44

PEDRO XIMÉNEZ							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Williams & Humbert	2	91,5	92	91	40	60	20
Álvaro Domecq	1	90	90	90	29	29	29

Tabla 14. Bodegas valoradas por su variedad de vino Vino de hielo (Robert Parker Wine Advocate- Ice Wine, 2022)

VINO DE HIELO							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Aitolandon	2	91	91	91	31,5	35	28

Tabla 15. Bodegas valoradas por su variedad de vino cream (Robert Parker Wine Advocate- cream, 2022)

CREAM							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Alvear	2	91	91	91	20	28	12

<b>CREAM</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Bodega Fernandez-Gao 1750</b>	1	87	87	87	21	21	21
<b>Emilio Lustau</b>	1	90	90	90	20	20	20
<b>Equipo Navazos</b>	2	94	94	94	132,5	145	120
<b>González Byass</b>	1	84	84	84	23	23	23
<b>Hidalgo</b>	1	91	91	91	15	15	15
<b>Juan Piñero</b>	1	95	95	95	25	25	25
<b>pedro Romero</b>	1	90	90	90	10	10	10

Tabla 16. Bodegas valoradas por su variedad de vino mistela (Robert Parker Wine Advocate- Mistela, 2022)

MISTELA							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Bodegas Aragonesas	1	88	88	88	15	15	15
Vinos piñol	1	95	95	95	30	30	30

Tabla 17. Bodegas valoradas por su variedad de vino con uva tardía (Robert Parker Wine Advocate- Tardia, 2022)

TARDIA							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Chivite	2	92,5	93	92	32	35	29
Itsasmendi	3	87	87	87	34	42	30
La tapada	1	92	92	92	28	28	28
pago de Cirsus	2	91	92	90	27	27	27
Señorío de Andión	2	90,5	91	90	75	90	60



TARDIA							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Torre del Vero	1	88	88	88	38	38	38
Viñas del vero	1	87	87	87	70	70	70

Tabla 18. Bodegas valoradas por su variedad de vino Moscatel (Robert Parker Wine Advocate- Moscatel, 2022)

MOSCATEL							
BODEGAS	NÚMERO DE VALORACIONES	NOTA MEDIA	NOTA MÁXIMA	NOTA MÍNIMA	PRECIO MEDIO (USD)	PRECIO MÁXIMO (USD)	PRECIO MÍNIMO (USD)
Agroxalo	1	87	87	87	12	12	12
Alella Vinícola	1	89	89	89	30	30	30
Barón	2	84	85	83	47,5	68	27
Bernabeleva	5	91	92	90	29,9	32	27,5
Camilo Castilla	4	90,25	94	88	17,75	24	12
Campo de Enanzo	1	88	88	88	15	15	15
Care	1	90	90	90	39	39	39

<b>MOSCATEL</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>César Florido</b>	2	87	90	84	15,5	19	12
<b>De La Riva</b>	1	98	98	98	350	350	350
<b>De Muller</b>	1	95	95	95	50	50	50
<b>Dominio del Bendito</b>	1	91	91	91	-	-	-
<b>El Grifo</b>	1	89	89	89	40	40	40
<b>Emilio Lustau</b>	3	93,33	96	92	57,67	128	25
<b>Enrique Mendoza</b>	6	90,08	92	87	18,5	25	15
<b>Finca Antigua</b>	4	88,5	89	87	20,75	23	20
<b>Finca Los Alijares</b>	1	83	83	83	20	20	20
<b>Grandes Vinos y Viñedos</b>	1	89	89	89	19,5	19,5	19,5
<b>Gutiérrez de la Vega</b>	3	91	93	90	33,67	36	30

<b>MOSCATEL</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Juan Piñero</b>	1	88	88	88	40	40	40
<b>Los Bermejós</b>	1	87	87	87	30	30	30
<b>Los Frailes</b>	1	93	93	93	55	55	55
<b>Mas Estela</b>	2	90,5	91	90	26,5	28	25
<b>Málaga Virgen</b>	1	84	84	84	25	25	25
<b>Ochoa</b>	1	88	88	88	15	15	15
<b>Pago de Cirsus</b>	2	91	92	90	27	27	27
<b>Pau Roses</b>	1	90	90	90	20	20	20
<b>Pepe Mendoza Casa Agrícola</b>	1	93	93	93	50	50	50
<b>Piamater</b>	1	90	90	90	20	20	20
<b>Reymar</b>	1	88	88	88	24	24	24
<b>Rotllan Torra</b>	1	90	90	90	22	22	22
<b>Rubicon</b>	1	88	88	88	31	31	31

<b>MOSCATEL</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Santo Cristo</b>	1	89	89	89	18	18	18
<b>Señorío de Andión</b>	2	90,5	91	90	75	90	60
<b>Silvano García</b>	5	88,8	92	85	21,8	24	16
<b>Valdespino</b>	2	95,5	100	91	152	275	29
<b>Vins del Comtat</b>	2	85,5	86	85	20	20	20

Tabla 19. Bodegas valoradas por su variedad de vino Malvasía (Robert Parker Wine Advocate- Malvasia, 2022)

<b>MALVASÍA</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Altos de Trevejos</b>	1	87	87	87	41	41	41
<b>Can Miret d'Olivella</b>	1	90	90	90	48	48	48
<b>Carballo</b>	4	92	94	91	83,33	150	50

<b>MALVASÍA</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Celler la Muntanya</b>	3	87,33	88	87	55	55	55
<b>Dominguez Cuarta Generación</b>	1	92	92	92	60	60	60
<b>El Grifo</b>	2	89	89	89	41,5	70	13
<b>Emilio Valerio</b>	1	88	88	88	15	15	15
<b>Hospital St Joan Baptista</b>	1	91	91	91	-	-	-
<b>Los Bermejos</b>	1	89	89	89	30	30	30
<b>Mas Candí</b>	3	90	92	87	36,67	40	35
<b>Mas Oller</b>	1	90	90	90	32	32	32
<b>Reymar</b>	1	87	87	87	24	24	24
<b>Teneguína</b>	6	89,92	93+	87	40	40	40
<b>Vega de Ribes</b>	1	90	90	90	-	-	-

<b>MALVASÍA</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Victoria Torres Peci Viñas y Vinos</b>	7	94,14	96	93+	84,57	112,5	72

Tabla 20. Bodegas valoradas por su variedad de vino cariñena (Robert Parker Wine Advocate-Cariñena, 2022)

<b>CARIÑENA</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Cosmic Vinyaters</b>	1	91	91	91	60	60	60
<b>MontRubí</b>	1	92	92	92	60	60	60

Tabla 21. Bodegas valoradas por su variedad de vino monastrell (Robert Parker Wine Advocate-monastrell, 2022)

<b>MONASTRELL</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Alberto Orte</b>	2	89,5	91	88	38,5	38	39
<b>Alceño</b>	3	90,67	91	90	19,67	21	19
<b>Alta Alella</b>	3	86,67	89	83	39	39	39
<b>Bernabé Navarro</b>	4	92	93	91	49	90	15
<b>Bocopa</b>	1	89	89	89	50	50	50
<b>Bodegas Monovar</b>	4	92,75	94	93	685	1640	140
<b>Casa de la Ermita</b>	1	89	89	89	15	15	15
<b>Castaño</b>	5	90,3	92	89	21,5	27,5	18
<b>Colección de Toneles Centenarios</b>	2	94	96	92	192,5	320	65
<b>El Sequé</b>	5	93	94	92	46	50	40
<b>Enrique Mendoza</b>	2	90,5	91	90	51	57	45

<b>MONASTRELL</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Gutiérrez de la Vega</b>	15	92,93	97	91	96,87	250	24
<b>Heretat de Cesilia</b>	1	87	87	87	20	20	20
<b>Los Frailes</b>	2	90,5	91	90	36,5	45	28
<b>Olivares</b>	13	91,77	94	88	28,46	35	27
<b>San Isidro</b>	1	90	90	90	35	35	35
<b>Señorío de Barahonda</b>	3	90,67	93	88	33	39	30
<b>Silvano García</b>	3	90,33	93	88	20,33	24	16
<b>Vins del Comtat</b>	1	84	84	84	20	20	20



Tabla 22. Bodegas valoradas por su variedad de vino garnacha (Robert Parker Wine Advocate-Garnacha, 2022)

<b>GARNACHA</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Alella Vinícola</b>	1	93	93	93	58	58	58
<b>Bodegas Aragonesas</b>	1	88	88	88	15	15	15
<b>Bàrbara Forés</b>	1	90	90	90	40	40	40
<b>Celler Gandesa</b>	1	94	94	94	60	60	60
<b>Celler Lagravera</b>	1	86	86	86	25	25	25
<b>Celler de Capçanes</b>	2	93	94	92	35	35	35
<b>De Muller</b>	1	95	95	95	104	104	104
<b>José Luis Aristegui</b>	2	88,5	89	88	32,5	40	25
<b>Mas Estela</b>	2	91,5	92	91	67,5	75	60

<b>GARNACHA</b>							
<b>BODEGAS</b>	<b>NÚMERO DE VALORACIONES</b>	<b>NOTA MEDIA</b>	<b>NOTA MÁXIMA</b>	<b>NOTA MÍNIMA</b>	<b>PRECIO MEDIO (USD)</b>	<b>PRECIO MÁXIMO (USD)</b>	<b>PRECIO MÍNIMO (USD)</b>
<b>Mas Martinet</b>	1	93	93	93	100	100	100
<b>Masía Serra</b>	2	92	93	91	77,5	85	70
<b>Orly Lumbreras Viñador</b>	1	91	91	91	30	30	30
<b>Pau Roses</b>	1	91	91	91	20	20	20
<b>Pittacum</b>	1	90	90	90	40	40	40
<b>Unsi</b>	2	89,5	90	89	55	60	50
<b>Vinos Piñol</b>	6	90,42	91	89	40,67	45	30
<b>Vinyes Dels Aspres</b>	3	89	90	87	39	47	23

## ANEXO B: ORIGEN DE LOS VINOS ENCONTRADOS SEGÚN EL NEGOCIO VISITADO

Tabla 23. Nacionalidades de los vinos encontrados en los negocios visitados

NEGOCIO	ESPAÑA Y/O CATALUÑA	ITALIA	FRANCIA	HUNGRÍA	AUSTRALIA	SUD- ÁFRICA	NUEVA ZELANDA	ARGENTINA	EEUU	ALEMANIA	PORTUGAL	CHINA	CHILE	INGLATERRA	TURQUÍA	LIBANO	ESLOVENIA	GRECIA	BULGARIA
Vinosbarcelona.com	X	X	X	X	X			X			X		X						
10 Vinos.com	X	X	X	X				X		X	X								
Vila Viniteca	X	X	X		X	X			X	X	X	X	X	X	X	X			
Uve-i	X	X	X	X	X	X	X	X											
PER TU Vinoteca & Degustació	X	X	X								X		X				X	X	
La Vilanoteca	X	X	X	X	X			X			X		X						
Vinalium	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X						
Art de Vins	X	X	X					X											
Gauví vinoteca	X	X	X	X				X		X									

NEGOCIO	ESPAÑA Y/O CATALUÑA	ITALIA	FRANCIA	HUNGRÍA	AUSTRALIA	SUD- ÁFRICA	NUEVA ZELANDA	ARGENTINA	EEUU	ALEMANIA	PORTUGAL	CHINA	CHILE	INGLATERRA	TURQUÍA	LIBANO	ESLOVENIA	GRECIA	BULGARIA
El Celler de la Boqueria	X																		
Álava de la cruz	X	X	X					X		X	X		X						
75 cl Vins i més	X	X	X					X		X	X							X	
El Celler del Pep	X																		
Di-Ví Muntaner	X	X	X	X	X	X	X	X					X						
La vinícola	X		X																
La Bodega Valls	X																		
Wine mood	X	X	X			X		X		X									X
Celler Florida	X	X	X					X											
Bodega Sopena	X		X		X			X											

## ANEXO C: Resultados de cada una de las preguntas de la encuesta

(Los resultados de preguntas abiertas no se reflejan en el anexo por su dificultad para poner todas las respuestas en un espacio tan limitado).

Tabla 24. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 1

<b>BLOQUE 1. FILTRO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS (%)</b>
<b>P1. ¿Has participado en alguna encuesta sobre vinos en los últimos 6 meses?</b>	Sí	1,30
	No	98,70
<b>P2. ¿Cuál es su rango de edad?</b>	Menos de 18	0,00%
	18 - 24	33,99%
	25 – 34	15,69%
	35 – 44	8,50%
	45 – 54	24,84%
	55 – 64	11,76%
	65 o más	5,23%
<b>P3. ¿Es usted abstemio? (abstemio=persona que no bebe nunca bebidas con alcohol)</b>	Sí	6,54
	No	93,46

Tabla 25. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 2

<b>BLOQUE 2. CONOCIMIENTO SOBRE EL MUNDO DEL VINO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P4. ¿Qué países asocia como productores de vinos?</b>	Pregunta abierta	
<b>P5. ¿Qué entiende por Denominación de Origen Protegida (DOP)?</b>	Pregunta abierta	
<b>P6. ¿Conoce alguna DOP?</b>	Sí	71,88
	No	28,13
<b>P7. ¿Podría decir alguna de las DOP que conoce?</b>	Pregunta abierta	

Tabla 26. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 3

<b>BLOQUE 3. AUTOPERCEPCIÓN Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL SECTOR</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P8. ¿Cómo se considera usted como experto sobre los vinos?</b>	Nada experto	52,76
	Poco experto	38,58
	Medianamente experto	8,66
	Muy experto	0,00

<b>BLOQUE 3. AUTOPERCEPCIÓN Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL SECTOR</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P9. ¿Cuáles de estas actividades relacionadas con el vino ha realizado?</b>	Visitar bodegas en las zonas de producción	30,86
	Asistir a cursos de cata de vinos	11,72
	Consultar páginas de internet sobre vinos	12,89
	Leer la información de la etiqueta	31,25
	Leer libros y revistas especializadas en vinos	2,34
	Ninguna	8,20
	Otras	2,73

Tabla 27. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 4

<b>BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P10. ¿En qué ocasiones acostumbras a consumir vino?</b>	En comidas o cenas entre semana en casa	6,38
	En comidas o cenas de fin de semana en casa	17,79
	En comidas o cenas en restaurantes	32,21
	Cuando hay invitados en casa	21,81
	En bares	10,40
	Copa tranquila en casa	7,72
	Otra ocasión (+pregunta abierta)	3,69
<b>P11. ¿Quién es el principal responsable de sus compras de comida en el hogar?</b>	Exclusivamente yo	19,10
	Mayormente yo	25,84
	Yo y otra/s persona/s partes iguales	30,34
	Mayormente otra/s persona/s	17,98
	Exclusivamente otra/s persona/s	6,74
	A diario	0



<b>BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P12. ¿Con que frecuencia acostumbra a comprar vino?</b>	Más de una vez a la semana	4,11
	Una vez a la semana	15,07
	Varias veces al mes	24,66
	Una vez al mes	19,18
	Cada 2/3 meses	17,81
	Con menor frecuencia	19,18
<b>P13. ¿Qué tipo/s de vino consume con mayor frecuencia entre las siguientes opciones?</b>	Vino tinto	41,40
	Vino rosado	8,28
	Vino blanco	50,32
<b>P14. ¿Qué precio suele tener el vino que consume en casa tanto el usado de forma habitual como para ocasiones especiales?</b>	Vino tinto (pregunta abierta)	
	Vino rosado (pregunta abierta)	
	Vino blanco (pregunta abierta)	
<b>P15. ¿Dónde compra el vino según si es para consumo habitual o consumo para una ocasión especial?</b>	Grandes superficies/Hipermercados	CH:64,84 CE:35,16
	Supermercado del barrio	CH:71,43 CE:28,57
	Tienda tradicional	CH:37,14 CE:62,86

BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO		
PREGUNTAS	RESPUESTAS POSIBLES	RESULTADOS
	Online	CH:41,38 CE:58,62
	Directamente de la bodega de manera física	CH:25,64 CE:74,36
	Directamente de la bodega de manera online	CH:30,00 CE:70,00
	Vinoteca, tienda gourmet o alimentación especializada	CH:17,65 CC:82,35
<b>P16. ¿A la hora de comprar un vino por primera vez cuanto se fija en los siguientes aspectos, del 0 al 10? (0 muy poco y 10 mucho)</b>	Precio	0:0,00    1:1,11    2:1,11 3:1,11    4:5,88    5:14,44 6:11,11    7:15,56    8:21,11 9:14,44    10:14,44
	Color	0:9,41    1:1,18    2:8,24 3:5,88    4:9,41    5:18,82 6:11,76    7:15,29    8:9,41 9:4,71    10:5,88
	Año de la cosecha	0:11,49    1:2,30    2:6,90 3:4,60    4:8,05    5:14,94 6:9,20    7:9,20    8:22,99 9:5,75    10:4,60
	Bodega	0:7,06    1:1,18    2:4,71 3:8,24    4:7,06    5:15,29

BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO		
PREGUNTAS	RESPUESTAS POSIBLES	RESULTADOS
		6:4,71 7:20,00 8:17,65 9:9,41 10:4,71
	Región	0:7,14 1:0,00 2:4,76 3:3,57 4:3,57 5:11,90 6:9,52 7:14,29 8:17,86 9:14,29 10:13,10
	Opinión de terceras personas (criticas o recomendaciones)	0:4,82 1:1,20 2:4,82 3:3,61 4:4,82 5:12,05 6:13,25 7:9,64 8:16,87 9:16,87 10:12,05
	Premios recibidos	0:21,95 1:3,66 2:4,88 3:10,98 4:7,32 5:15,85 6:10,98 7:8,54 8:10,98 9:1,22 10:3,66
	Prestigio/Reconocimiento	0:7,59 1:1,27 2:6,33 3:5,06 4:7,59 5:17,72 6:13,92 7:13,92 8:15,19 9:7,59 10:3,80
	Otro (+pregunta abierta)	0:40,91 1:9,09 2:0,00 3:0,00 4:4,55 5:0,00 6:13,64 7:18,18 8:0,00 9:0,00 10:13,64
P17. ¿tiene alguna preferencia por alguna región	Sí	53,97
	No	46,03

<b>BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>a la hora de consumir un vino?</b>		
<b>P18. Seleccione la preferencia a la hora de elegir un vino por su región</b>	Cataluña	40,91
	Resto España (+pregunta abierta)	48,48
	Resto Europa (+pregunta abierta)	3,03
	Otros países (+pregunta abierta)	7,58
<b>P19. ¿Qué tipo de vino prefiere en cuanto al sabor?</b>	Secos	23,53
	Semisechos	25,39
	Semidulces	31,37
	Dulces	19,61
<b>P20. ¿Consume vinos con los postres?</b>	Sí, siempre	0,00
	Sí, la mayoría de veces	3,25
	Sí, alguna vez	36,59
	No, nunca	60,16
<b>P21. ¿Usted consume vino con DOP?</b>	Sí	56,10
	No	8,94

<b>BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
	No lo sé	34,96
<b>P22. ¿Cuándo consume vino en los restaurantes/bares pide copa o botella?</b>	Copa	14,89
	Botella	35,11
	Dependiendo el día copa o botella	50,00
<b>P23. ¿Qué precio suele tener la botella de vino que consume en los restaurantes/bares habitualmente y para ocasiones especiales?</b>	Vino tinto (pregunta abierta)	
	Vino rosado (pregunta abierta)	
	Vino blanco (pregunta abierta)	
<b>P24. ¿Ha consumido algún vino originario de Grecia alguna vez?</b>	Sí	15,19
	No	84,30
<b>P25. ¿Recuerda el nombre del vino?</b>	Sí (+pregunta abierta)	15,79
	No	84,21
<b>P26. ¿Conoce algún vino griego?</b>	Sí (+pregunta abierta)	0,98
	No	99,02
<b>P27. ¿Conoce algún vino griego excluyendo los que ya haya probado?</b>	Sí (+ pregunta abierta)	0,00
	No	100,00

<b>BLOQUE 4. CONSUMO Y COMPRAS DE VINO</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P28. ¿Estaría dispuesto/a a consumir un vino griego, que coincida con algunas de sus preferencias de consumo, como puede ser el color y/o sabor?</b>	Sí	94,85
	No	5,15

Tabla 28. Preguntas y respuestas correspondientes al bloque 5

<b>BLOQUE 5. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>P29. Sexo</b>	Hombre	48,31
	Mujer	51,69
	No binario	0,00
<b>P30. ¿Dónde naciste?</b>	Cataluña	72,03
	Resto de España	19,49
	Resto Unión Europea	0,85
	Otro país	7,63
<b>P31. ¿Dónde vive usted actualmente?</b>	Cataluña	87,29
	Resto España (+Pregunta abierta)	11,86

<b>BLOQUE 5. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
	Resto Unión Europea (+pregunta abierta)	0,00
	Otro país	0,85
<b>P32. ¿Cuál es la estructura familiar en el hogar?</b>	Soltero/a	22,88
	Pareja sin hijos	14,41
	Pareja con hijos	31,36
	Familia monoparental (un único tutor a cargo de los hijos)	7,63
	Familia con hijos y otros adultos	19,49
	Otros (+pregunta abierta)	4,24
<b>P33. ¿Cuál es su situación laboral actual?</b>	Estudiante	21,19
	Autónomo/empresario/propietario de negocio (tiempo completo)	10,1
	Empleado (tiempo completo)	47,46
	Empleado (tiempo parcial)	9,32
	Tareas del hogar	1,69
	Desempleado	0,85
	Jubilado	5,08

<b>BLOQUE 5. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA</b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS POSIBLES</b>	<b>RESULTADOS</b>
	Otro (+ pregunta abierta)	4,24
<b>P34. ¿Cómo describiría su situación financiera? (En escala del 0 al 10 siendo 0 muy mala, 10 muy buena)</b>	0	0,00
	1	0,00
	2	2,54
	3	6,78
	4	3,39
	5	22,03
	6	21,19
	7	25,42
	8	16,95
	9	1,69
	10	0,00
<b>P35. ¿Cubre el nivel de sus ingresos mensuales los gastos de su hogar?</b>	Nunca	7,63
	Raramente	8,47
	Algunas veces	13,56
	Muy a menudo	12,71
	Siempre	57,63



## ANEXO D: Número de participantes, con sus respectivos dígitos y combinaciones

Tabla 29. Registro del número de participantes que realizaron la cata

NÚMERO DE PARTICIPANTE	DIGITOS EN LOS VASOS			COMBINACIÓN		
1	789	166	813	A	B	B
2	937	390	402	A	A	B
3	907	321	662	B	A	A
4	896	717	706	B	B	A
5	623	791	306	A	B	A
6	612	489	742	B	A	B
7	728	469	638	A	B	B
8	529	532	715	A	A	B
9	563	920	936	B	A	A
10	165	993	157	B	B	A
11	123	422	314	A	B	A
12	173	631	452	B	A	B
13	749	966	620	A	B	B

NÚMERO DE PARTICIPANTE	DIGITOS EN LOS VASOS			COMBINACIÓN		
14	964	372	305	A	A	B
15	107	261	486	B	A	A
16	543	865	394	B	B	A
17	759	411	508	A	B	A
18	650	110	834	B	A	B
19	750	870	530	A	B	B
20	147	755	670	A	A	B
21	324	301	636	B	A	A
22	784	931	996	B	B	A
23	947	377	550	A	B	A
24	554	628	962	B	A	B
25	477	475	309	A	B	B
26	456	488	497	A	A	B
27	656	779	637	B	A	A

## ANEXO E: Comentarios de los participantes realizados en la ficha de cata para cada muestra

Tabla 30. Comentarios realizados por los participantes para las muestras

NÚMERO DE PARTICIPANTE	COMENTARIOS EN LA MUESTRA
2	(937) Gusto similar a la mistela. Muy dulce y visualmente agradable. Sensación de quemazón por el alcohol relativamente fuerte. (390) Tipo de mistela, dulce un poco menos que la anterior. Menos sensación de quemazón por el alcohol, muy agradable. (420) Más similar a un vino blanco o dulce, fuertemente afrutado.
4	(896) He puesto este resultado por el regusto es dulce. (717) No me gusta tanto como el primero porqué el regusto es bastante amargo. (706) Sabor más ácido.
5	(623) Muy bueno de gusto porqué es dulce, no amarga y no está fuerte de gusto ni de alcohol. (791) Se puede beber, pero no es tan dulce como el 623, está más fuerte. (306) Para mi gusto muy fuerte.
6	(612) Afrutado, no muy suave. (489) Buen sabor, muy dulce, poco suave. (742) Afrutado como el primero pero muy duro.
7	(728) Afrutado, rico, suavcito. (469) Sabe a licor, suave.
11	(422) No se detecta casi ningún aroma u olor.
14	(305) Muy dulce y afrutado. Mi favorito de los 3.

NÚMERO DE PARTICIPANTE	COMENTARIOS EN LA MUESTRA
17	(759) Aroma en boca complejo, pero en la primera impresión en boca predomina un punto de volátil. (411) Clásico donde predomina el dulce. El aroma a pasa. Menos complejo en aroma en boca y posgusto.
18	(650) Una sensación de ardor al final, pero me ha gustado. (110) No he notado ardor, es dulce, y por eso me gusta más que el anterior.
20	(147) Sabor fuerte con un tono amargo.
21	(636) He notado un poco el gusto de alcohol sin destilar.
22	(784) Un poco ácido. (931) Un aroma y sabor agradable. (996) Demasiado concentrado para mi gusto en acidez.
23	(947) Lo encuentro un poco demasiado dulce. (377) dulce. (550) Más suave que el primero y un poco más seco.
27	(637) Al principio me ha parecido dulce y después cuando he probado el segundo trago me ha hecho un contraste más amargo.