



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

ESCOLA TÈCNICA SUPERIOR D'ENGINYERIA AGRONÒMICA I DEL MEDI NATURAL

TRABAJO FINAL DE GRADO AMPARO JOVER

Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Agronòmica i del Medi Natural
Universitat Politècnica de València

Análisis de la evolución de las exportaciones del sector vitivinícola en la Comunidad Valenciana

Trabajo fin de Grado
Grado en Ingeniería Agroalimentaria y del Medio Rural

CURSO ACADÉMICO 2015-2016

AUTORA: Maria Amparo Jover Gariñena
TUTOR: Gabriel García Martínez

Valencia, septiembre de 2016



TÍTULO:

Análisis de la evolución de las exportaciones del sector vitivinícola en la Comunidad Valenciana

TÍTOL:

Anàlisi de l'evolució de les exportacions del sector vitivinícola a la Comunitat Valenciana.

TITLE:

Analysis of the evolution of wine's exports sector in the Valencian Community.

RESUMEN:

El presente trabajo tiene como objeto identificar las principales pautas en la exportación de vinos y mostos valencianos en los últimos años, concretamente en el contexto económico posterior a la crisis de 2008.

El trabajo utiliza un enfoque inductivo, a partir de datos extraídos de diferentes organismos oficiales, tanto públicos como representativos del sector.

La globalización y la apertura de nuevos mercados emergentes en el ámbito internacional, favorecieron las exportaciones y se ha consolidado como alternativa tras la crisis económica para numerosas empresas del sector.

RESUM:

El present treball té com a objecte identificar les principals pautes d'exportació de vins i mostos valencians als últims anys., concretament en el context econòmic posterior a la crisi de 2008.

El treball utilitza un enfocament inductiu, a partir de les dades extretes de diferents organismes oficials, tant públics com representatius del sector.

La globalització i l'obertura de nous mercats emergents en l'àmbit internacional, van afavorir les exportacions i s'ha consolidat com a alternativa després de la crisi econòmica per a nombroses empreses del sector

ABSTRACT:

The present degree project aims to identify the main guidelines in the export of Valencian wines and musts in recent years, specifically in the economic context subsequent to the 2008 crisis.

This project uses an inductive approach, based on data extracted from different public institutions, official and representative in this sector.

Globalization and the opening of new emerging markets in the international areas, helped exports and has established itself as an alternative after the economic crisis for many companies in this sector

PALABRAS CLAVE:

Sector vitivinícola de la Comunitat Valenciana; Exportación; Internacionalización.

PARAULES CLAU:

Sector vitivinícola de la Comunitat Valenciana; Exportació; Internacionalització."

KEY WORDS:

Wine sector in Comunitat Valenciana; Export; Internationalization

AUTORA: Maria Amparo Jover Gariñena

TUTOR: Gabriel García Martínez



ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción..... | 3 |
| 2. Producción y consumo de vino..... | 6 |
| 2.1. Producción de vino mundial..... | 7 |
| 2.2. Producción de vino en la Unión Europea | 11 |
| 2.2.1. La Política agraria comunitaria..... | 11 |
| 2.3. Principales países consumidores de vino..... | 12 |
| 2.4. Situación del sector vitivinícola en España | 15 |
| 2.5. Denominaciones de origen de vino españolas | 16 |
| 2.6 Variedades de uva utilizadas..... | 22 |
| 2.7 Evolución del precio del vino español..... | 24 |
| 3. EL vino valenciano..... | 25 |
| 3.1. Denominaciones de Origen en la Comunitat Valenciana e Indicación Geográfica Protegida | 26 |
| 3.2. Producción de cava en la Comunitat Valenciana | 29 |
| 3.3. Producción de vino ecológico en al Comunitat Valenciana | 29 |
| 4. Evolución de la exportación de vino valenciano..... | 31 |
| 5. Mercados potenciales | 36 |
| 5.1 Mercados potenciales de vino ecológico..... | 38 |
| 6. Condiciones competitivas y necesidades de adaptación. Análisis estratégico. | 39 |
| 7. Conclusiones..... | 43 |
| 8. Bibliografía..... | 46 |



1. Introducción

Estamos en unos momentos en los que las oportunidades no abundan y encontrar financiación para empezar un proyecto no es nada fácil.

El presente estudio tiene como objeto encontrar los posibles motivos del posible aumento en las exportaciones de vinos y mostos valencianos. De cómo han tratado de adaptarse las empresas a los cambios, sobretodo, en lo que refiere a los cambios económicos después de la crisis de 2008. La globalización, los cambios y los nuevos mercados emergentes que hicieron que las empresas buscaran una nueva oportunidad en mercado internacional.

Para justificar este trabajo, es importante indicar que hay que tener muy en cuenta la relevancia que han adquirido las tecnologías de información y comunicación (TIC) para dar a conocer nuevos proyectos y relanzar otros ya existentes. El uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los hogares ha crecido en los últimos años, aunque factores como: falta de infraestructura (algunas zonas rurales), falta de interés o la falta de conocimientos de informática hacen que en determinadas ocasiones exista un determinado volumen de población que pueda prescindir del uso de las TIC. La integración de las TIC en las actividades cotidianas, domésticas o profesionales aporta notables beneficios en términos de competitividad y productividad. Las actividades complementarias, como las turísticas, también pueden ser impulsadas a través del uso de las TIC, además de los servicios de formación y actualización de competencias para los agricultores, los gestores forestales y las empresas rurales.

Según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), en 2015, el 78,7% de los hogares españoles tenía acceso a la Red, frente al 74,4% del año 2014. En 2015 existían 12,6 millones de viviendas familiares en España con acceso a Internet. En cuanto al tipo de conexión a Internet, el 77,8% de los hogares utilizaba banda ancha (ADSL, red de cable,...), lo que supuso un incremento de más de 830.000 hogares respecto al año anterior. A nivel de la Europa de los 28, los hogares europeos que tienen acceso a la Red se cifra en más de un 80%.

De unos años hasta ahora, además de las compras tradicionales en comercio, han aumentado las compras on-line. Las compras on-line se realizan mediante M-Commerce a través de una Tablet o mediante Smartphone o E-commerce a través de un PC ó portátil. La gran mayoría de población, dispone de un teléfono móvil de última generación (conexión 3G, 4G). Eso les permite en la mayoría de las ocasiones, realizar compras a través de su dispositivo de mano. Los productos y servicios más comprados son: alojamiento de vacaciones, material deportivo, ropa, otros servicios para viajes y entradas para espectáculos. Según la publicación anual de la web "BODEBOCA", el móvil se afianza como dispositivo para la consulta de vinos por parte de los aficionados y que un 16% de las compras de vino online ya se realiza desde un móvil y un 16% desde una tablet.

Si en un buscador de páginas web introducimos las palabras: "comprar vino on-line", aparecerán casi 4 millones de resultados. La mayoría de estos resultados pertenecen a páginas de venta on-line que han desarrollado profesionales de todo el mundo del sector vitivinícola, cooperativas, bodegas, tiendas, supermercados y asociaciones de productores.



El trabajo utiliza un enfoque inductivo. A partir de datos extraídos de diferentes fuentes (MAGRAMA – Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente- , IVACE – Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial- , INE- Instituto Nacional de Estadística – organización Internacional del vino –OIV- y diferentes autores), se ha intentado llegar a obtener una conclusión de las posibles razones que han llevado a una apertura de mercados de un producto como el vino. Además de tener un respaldo de datos cuantitativos obtenidos de Institutos relacionados con el sector y organismos públicos, como el ICEX o el Observatorio Español del mercado del vino (OEMV).

Se han tratado de apoyar las conclusiones mediante un análisis DAFO, analizando las características internas de los vinos valencianos (Debilidades y Fortalezas) y la situación externa de éstos (Amenazas y Oportunidades).

La información, además procede de artículos, entrevistas y algunas publicaciones especializadas del sector.

El trabajo se ha estructurado empezando con la situación a nivel mundial de las exportaciones y superficies de vino a nivel mundial, europeo, español y finalmente en la Comunitat Valenciana. Se ha hecho un guiño al vino ecológico, ya que cada vez con más frecuencia determinados países demandan este tipo de producto, del que en la Comunitat Valenciana podemos dar cuenta.

Las tendencias de modalidad de compra han cambiado. Y si se habla del comercio de vino, uno de los productos españoles por excelencia, el comportamiento de los consumidores también ha evolucionado. Existen diferentes tipos de consumidores, pero los que se puede encontrar en un mayor número son un tipo de consumidores con un perfil moderno, con preferencia por los vinos de moda o más mediáticos y un tipo de consumidores con un perfil enófilo y entendidos, muy informados y que valoran el vino y su procedencia.

La cultura gastronómica de España dispone de diferentes productos. El presente trabajo se centrará en el vino. Del lat. *Vinum*. La Real Academia Española (RAE), define el vino como una bebida alcohólica que se hace del zumo de las uvas exprimido, y cocido naturalmente por la fermentación. La historia del vino se ha entrelazado con la historia de otras actividades humanas como pueden ser la agricultura o la gastronomía.

El vino es una bebida alcohólica fermentada procedente del zumo de la uva (*Vitis vinifera*) que contiene alcohol etílico y que en cantidades moderadas produce la expresión sincera de sentimientos, mientras que en grandes cantidades se trata de un narcótico. Ha sido una mercancía de valor en diferentes culturas. Existen evidencias arqueológicas en las que se indica que las producciones de vino más antiguas provienen de una extensa área que abarca: Georgia e Irán (Montes Zagros) datando estos comienzos en el periodo que va desde el 6000 al 5000 a. C. Los primeros cultivos de la uva (*vitis vinifera*) ocurrieron en la edad del bronce en lugares cercanos al Oriente Próximo, Sumeria y Antiguo Egipto alrededor del tercer milenio a. C.

Se considera un complemento gastronómico ideal, pero en cuanto a la percepción que se tiene del vino, el vino guarda una relación positiva con la salud, siempre y cuando se consuma con moderación (antioxidante, cardiosaludable) “una copita al día”, referencias a abuelos. Llevado al



extremo puede provocar deterioro físico y un abuso puntual puede desencadenar en un accidente. Está muy presente en la vida familiar y en los hogares españoles. La amistad tiene una relación muy estrecha con el vino, en cuanto a celebraciones, comidas, cenas. Tienden a desligar el vino de los contextos laborales por considerarlo una mala combinación, salvo en comidas con clientes o celebraciones de empresa. La relación entre la prosperidad económica y el consumo de vino se considera directa “si tú manejas mucho dinero puedes tomar siempre uno caro”.

Aunque se aprecian algunas pautas comunes en los grupos, existen algunas diferencias razón de sexo y de edad. Existe más preocupación por el precio entre los jóvenes, que en general al tener un menor poder adquisitivo compran vinos más baratos, más modestos y a menudo de marca blanca para mezclar (calimocho, limonada) y suelen delegar la compra en sus mayores.



2. Producción y consumo de vino

A nivel mundial, los 10 principales países importadores de vino español son: Reino Unido, EE.UU., Alemania, Canadá, China, Japón, Bélgica, Países Bajos y Rusia.

| | Volumen (Mill. hL) | | Valor (Mill. EUR) | |
|----------------|--------------------|------|-------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2014 | 2015 |
| Alemania | 15,4 | 15,1 | 2.557 | 2.466 |
| Reino Unido | 13,6 | 13,6 | 3.602 | 3.915 |
| Estados Unidos | 10,7 | 11,0 | 4.038 | 4.855 |
| Francia | 6,9 | 7,8 | 621 | 669 |
| China | 3,9 | 5,6 | 1.145 | 1.840 |
| Canadá | 3,8 | 4,1 | 1.465 | 1.618 |
| Rusia | 4,7 | 4,0 | 865 | 625 |
| Países Bajos | 3,8 | 3,5 | 954 | 867 |
| Bélgica | 3,1 | 3,2 | 997 | 930 |
| Japón | 2,7 | 2,8 | 1.210 | 1.319 |

Tabla 1 : Principales países importadores de vino español (EXCLUIDOS MOSTOS).
Fuente: Organización Internacional del vino – (OIV), consulta junio 2016.

Los 11 principales países exportadores de vino son: Francia, Italia, España, Chile, EE.UU., Alemania, Nueva Zelanda, Australia, Turquía, Argentina, Portugal y Sudáfrica. destacan España, Italia y Francia, que en 2015 representan el 56% (58,0 Mill. hL) del volumen del mercado mundial y el 57,4% de las exportaciones en valor

| | Volumen (Mill. hL) | | Valor (Mill. EUR) | |
|----------------|--------------------|------|-------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2014 | 2015 |
| España | 22,3 | 24,0 | 2.529 | 2.641 |
| Italia | 20,4 | 20,0 | 5.081 | 5.353 |
| Francia | 14,3 | 14,0 | 7.720 | 8.244 |
| Chile | 8,1 | 8,8 | 1.388 | 1.650 |
| Australia | 7,0 | 7,4 | 1.262 | 1.459 |
| Sudáfrica | 4,2 | 4,2 | 594 | 629 |
| Estados Unidos | 4,0 | 4,2 | 1.103 | 1.395 |
| Alemania | 3,9 | 3,6 | 976 | 953 |
| Portugal | 2,8 | 2,8 | 725 | 738 |
| Argentina | 2,6 | 2,7 | 631 | 737 |
| Nueva Zelanda | 1,9 | 2,1 | 845 | 963 |

Tabla 2: Principales países exportadores de vino.
Fuente: Organización Internacional del vino – (OIV), consulta junio 2016.

2.1. Producción de vino mundial

En este mapa se presentan los principales países con superficie vitivinícola, marcados en rojo.

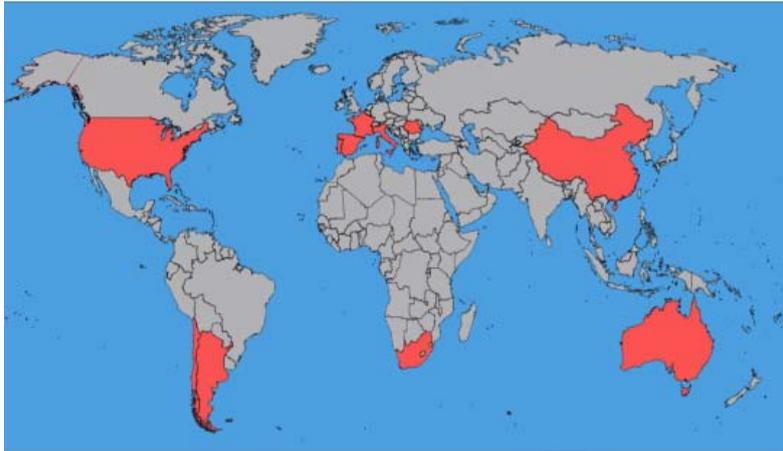


Figura 1. Mapa mundial principales países con superficie vinícola.

Fuente: Federació de Cooperatives agroalimentaries de la Comunitat Valenciana-FECOAV. Abril 2016

El país con mayor superficie ocupada de viñedo es España, seguida por Francia e Italia. La superficie española representa casi el 30% de la superficie total de la UE (seguido por Francia y de Italia) y un 13,4 % del total mundial.

| País | % superficie ocupada viñedo |
|-----------|-----------------------------|
| España | 13% |
| Francia | 11% |
| Italia | 9% |
| China | 8% |
| USA | 5% |
| Portugal | 3% |
| Argentina | 3% |
| Chile | 3% |
| Rumania | 2% |
| Australia | 2% |
| Sudáfrica | 2% |
| Otros | 40% |

Tabla 3. Porcentaje de superficie ocupada por viñedo

Fuente: Federació de Cooperatives agroalimentaries de la Comunitat Valenciana-FECOAV. Abril 2016

En 2015, la superficie vitícola mundial (superficie total de viñedos, incluidos aquellos improductivos o sin cosechar) parece en ligero retroceso (7 mha menos) con respecto a 2014 y se situaría en 7534 mha.

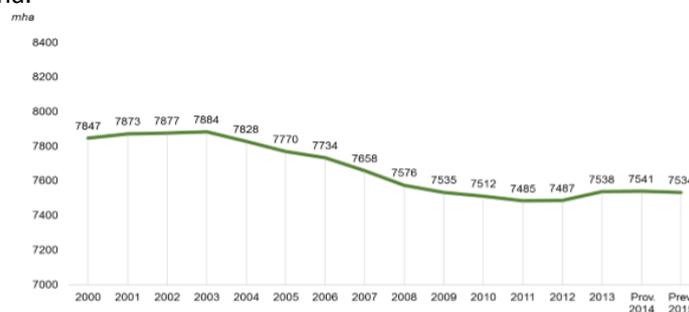


Gráfico 1. Superficie vitícola mundial.

Fuente: Organización Internacional de la vña y el Vino- OIV. Consulta junio 2016



En 2015, la producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos) ha sido considerable. Se sitúa en 274,4 Mill. hL, esto supone 5,8 Mill. hL más que en 2014.

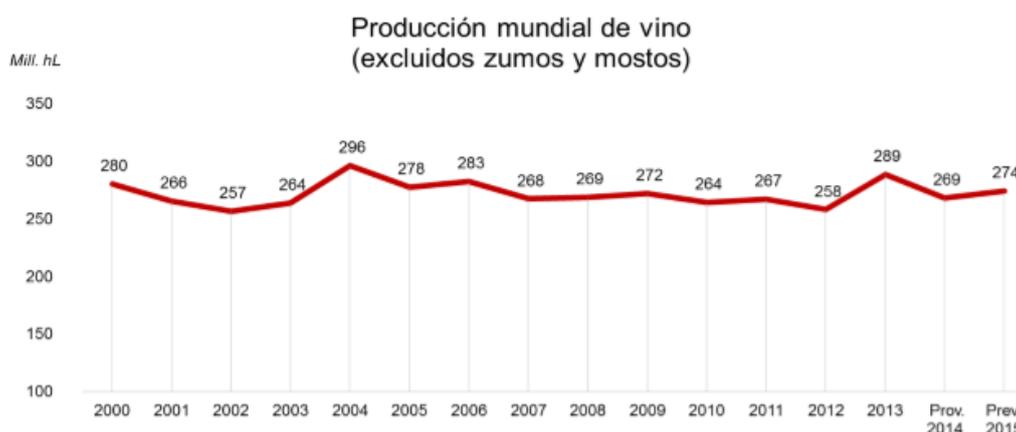


Gráfico 2. Producción mundial de vino.

Fuente: Organización Internacional de la vña y el Vino- OIV. Consulta junio 2016

Fijándose en los principales países exportadores de fuera de la UE28, se puede observar que en casi todos los países se mantiene la superficie de viñedo, a excepción de China que sigue aumentando la superficie de viñedo y desde 2014, es el segundo país con mayor superficie de viñedo.

En el caso de Nueva Zelanda, la superficie de viñedo sigue aumentando de forma progresiva. En Turquía, la superficie de viñedo continúa en regresión. En el caso de Australia y Sudáfrica, la superficie también presenta una pequeña regresión. En Brasil se está llevando una reestructuración en el viñedo, y experimenta también una pequeña regresión.

| <i>mha</i> | 2012 | 2013 | Provisional 2014 | Previsión 2015 | Variación 2015/2014 |
|------------------------------|-------------|-------------|------------------|----------------|---------------------|
| China | 707 | 757 | 796 | 830 | 34,0 |
| Turquía | 497 | 504 | 502 | 497 | -5,0 |
| Estados Unidos | 412 | 422 | 419 | 419 | 0,0 |
| Argentina | 222 | 224 | 226 | 225 | -1,0 |
| Chile | 206 | 208 | 211 | 211 | 0,0 |
| Australia | 162 | 157 | 154 | 149 | -5,0 |
| Sudáfrica | 135 | 133 | 132 | 130 | -2,0 |
| Brasil | 91 | 90 | 89 | 85 | -4,0 |
| Nueva Zelanda | 38 | 38 | 38 | 39 | 1,0 |
| Otros países de África | 237 | 234 | 234 | 234 | 0,0 |
| Otros países de América | 89 | 93 | 96 | 97 | 1,0 |
| Otros países de Asia | 597 | 592 | 594 | 594 | 0,0 |
| Total fuera de Europa | 3393 | 3452 | 3491 | 3510 | 19,0 |

Tabla 4. Superficie total de viñedo fuera de la UE-28.

Fuente: Organización Internacional de la vña y el Vino- OIV. Viñedos destinados a la producción de uvas de vinificación, uvas de mesa o uvas pasas, en fase de producción o todavía improductivos.



La cifra de gasto en vino a nivel mundial asciende a 219.669 millones de euros en 2015, cuando en el año 2010 la cifra de gasto mundial llegó hasta los 187.869 millones de euros.

Los países que más gastan en vino son EEUU, China, Italia, Francia y Rusia, con 29.174, 28.832, 25.560, 23.249 y 14.713 millones de euros respectivamente.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Variación 10 -15 | Variación 14 -15 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------|---------------------|
| Alemania | 13.309 | 13.468 | 13.625 | 13.656 | 13.763 | 13.898 | 4,43% | 0,98% |
| Australia | 5.228 | 5.407 | 5.585 | 5.751 | 5.899 | 6.039 | 15,52% | 2,38% |
| Bélgica | 3.215 | 3.329 | 3.428 | 3.500 | 3.591 | 3.643 | 13,31% | 1,47% |
| Brasil | 2.407 | 2.513 | 2.618 | 2.694 | 2.794 | 2.891 | 20,14% | 3,49% |
| Canadá | 4.728 | 4.884 | 5.045 | 5.260 | 5.539 | 5.857 | 23,87% | 5,75% |
| China | 11.727 | 14.554 | 17.574 | 20.827 | 24.622 | 28.832 | 145,85% | 17,10% |
| Corea del Sur | 441 | 485 | 528 | 571 | 600 | 630 | 42,80% | 5,07% |
| Dinamarca | 1.547 | 1.662 | 1.778 | 1.879 | 1.910 | 2.165 | 39,92% | 13,36% |
| EEUU | 24.534 | 25.487 | 26.437 | 27.357 | 28.263 | 29.174 | 18,91% | 3,23% |
| España | 7.574 | 7.296 | 7.065 | 6.831 | 6.675 | 6.454 | -14,79% | -3,31% |
| Francia | 24.266 | 24.027 | 23.892 | 23.693 | 23.502 | 23.249 | -4,19% | -1,07% |
| Holanda | 3.212 | 3.256 | 3.301 | 3.352 | 3.391 | 3.431 | 6,82% | 1,19% |
| Hungría | 1.667 | 1.661 | 1.657 | 1.701 | 1.704 | 1.738 | 4,31% | 2,01% |
| India | 169 | 189 | 210 | 227 | 237 | 250 | 47,78% | 5,53% |
| Irlanda | 1.300 | 1.399 | 1.418 | 1.443 | 1.453 | 1.514 | 16,45% | 4,24% |
| Italia | 27.531 | 27.327 | 26.408 | 26.002 | 25.786 | 25.650 | -6,83% | -0,53% |
| Japón | 3.177 | 3.189 | 3.202 | 3.231 | 3.317 | 3.417 | 7,58% | 3,02% |
| México | 462 | 509 | 558 | 606 | 662 | 710 | 53,87% | 7,33% |
| Noruega | 1.135 | 1.179 | 1.210 | 1.241 | 1.299 | 1.359 | 19,80% | 4,63% |
| Nueva Zelanda | 1.228 | 1.259 | 1.305 | 1.352 | 1.401 | 1.475 | 20,07% | 5,25% |
| Polonia | 672 | 701 | 770 | 838 | 896 | 990 | 47,23% | 10,51% |
| Portugal | 4.154 | 4.150 | 4.146 | 4.140 | 4.149 | 4.139 | -0,37% | -0,24% |
| Reino Unido | 12.326 | 12.383 | 12.405 | 12.426 | 12.589 | 12.842 | 4,19% | 2,01% |
| Rusia | 9.835 | 10.515 | 11.445 | 12.474 | 13.650 | 14.713 | 49,60% | 7,79% |
| Sudáfrica | 2.140 | 2.202 | 2.267 | 2.332 | 2.403 | 2.504 | 17,00% | 4,22% |
| Suecia | 2.520 | 2.720 | 2.905 | 3.092 | 3.254 | 3.473 | 37,83% | 6,73% |
| Turquía | 200 | 193 | 187 | 186 | 185 | 189 | -5,70% | 1,67% |
| Global | 187.869 | 192.908 | 198.159 | 203.993 | 211.502 | 219.669 | 16,93% | 3,86% |

Tabla 5. Gasto en vino en el mundo (Cifras en millones de euros).
Fuente MarketLine –Datamonitor. Consulta agosto 2016



A nivel mundial, se consumen 24.235 millones de litros de vino. Los países en los que se consume más vino son EEUU, Francia, Italia, China y Alemania.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Variación 10 - 15 | Variación 14 - 15 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------|----------------------|
| Alemania | 2.116 | 2.114 | 2.100 | 2.096 | 2.095 | 2.096 | -0,96% | 0,07% |
| Australia | 495 | 505 | 517 | 527 | 536 | 546 | 10,28% | 1,79% |
| Bélgica | 296 | 302 | 308 | 315 | 324 | 328 | 10,89% | 1,17% |
| Brasil | 378 | 385 | 405 | 422 | 439 | 457 | 21,10% | 4,10% |
| Canadá | 404 | 420 | 435 | 447 | 466 | 487 | 20,57% | 4,51% |
| China | 1.063 | 1.330 | 1.550 | 1.821 | 2.125 | 2.466 | 132,00% | 16,03% |
| Corea del Sur | 31 | 35 | 36 | 39 | 41 | 42 | 35,37% | 3,69% |
| Dinamarca | 190 | 198 | 207 | 210 | 215 | 233 | 22,41% | 8,03% |
| EEUU | 2.953 | 3.026 | 3.083 | 3.158 | 3.215 | 3.274 | 10,88% | 1,85% |
| España | 977 | 948 | 910 | 876 | 850 | 800 | -18,10% | -5,81% |
| Francia | 2.978 | 2.911 | 2.883 | 2.827 | 2.803 | 2.756 | -7,45% | -1,69% |
| Holanda | 365 | 366 | 369 | 372 | 375 | 379 | 3,87% | 0,96% |
| Hungría | 252 | 230 | 233 | 238 | 243 | 248 | -1,63% | 2,23% |
| India | 11 | 13 | 14 | 14 | 15 | 16 | 37,17% | 4,73% |
| Irlanda | 69 | 73 | 77 | 79 | 81 | 84 | 21,97% | 3,69% |
| Italia | 2.822 | 2.818 | 2.782 | 2.724 | 2.671 | 2.641 | -6,44% | -1,13% |
| Japón | 223 | 224 | 228 | 232 | 238 | 244 | 9,71% | 2,74% |
| México | 52 | 57 | 63 | 67 | 73 | 78 | 49,43% | 7,29% |
| Noruega | 67 | 71 | 72 | 72 | 75 | 77 | 15,70% | 3,20% |
| Nueva Zelanda | 91 | 92 | 92 | 96 | 99 | 104 | 14,51% | 4,83% |
| Polonia | 124 | 128 | 143 | 156 | 161 | 173 | 39,85% | 7,45% |
| Portugal | 437 | 439 | 437 | 436 | 440 | 437 | -0,05% | -0,71% |
| Reino Unido | 1.329 | 1.373 | 1.318 | 1.320 | 1.323 | 1.333 | 0,35% | 0,79% |
| Rusia | 1.155 | 1.202 | 1.287 | 1.375 | 1.444 | 1.495 | 29,42% | 3,54% |
| Sudáfrica | 365 | 364 | 368 | 380 | 389 | 406 | 11,00% | 4,19% |
| Suecia | 198 | 204 | 218 | 232 | 242 | 253 | 27,78% | 4,37% |
| Turquía | 45 | 44 | 41 | 41 | 41 | 41 | -9,76% | 0,49% |
| Global | 22.322 | 22.708 | 22.989 | 23.369 | 23.782 | 24.235 | 8,57% | 1,91% |

Tabla 6. Consumo de vino en el mundo (Cifras en millones de litros).

Fuente MarketLine –Datamonitor. Consulta agosto 2016

Centrándose en el vino español, los 10 principales países que consumen vino español son: Reino Unido, EE.UU., Alemania, Canadá, China, Japón, Bélgica, Países Bajos y Rusia.

| | Volumen (Mill. hL) | | Valor (Mill. EUR) | |
|----------------|--------------------|------|-------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2014 | 2015 |
| Alemania | 15,4 | 15,1 | 2.557 | 2.466 |
| Reino Unido | 13,6 | 13,6 | 3.602 | 3.915 |
| Estados Unidos | 10,7 | 11,0 | 4.038 | 4.855 |
| Francia | 6,9 | 7,8 | 621 | 669 |
| China | 3,9 | 5,6 | 1.145 | 1.840 |
| Canadá | 3,8 | 4,1 | 1.465 | 1.618 |
| Rusia | 4,7 | 4,0 | 865 | 625 |
| Países Bajos | 3,8 | 3,5 | 954 | 867 |
| Bélgica | 3,1 | 3,2 | 997 | 930 |
| Japón | 2,7 | 2,8 | 1.210 | 1.319 |

Tabla 7 : Principales países importadores de vino español (EXCLUIDOS MOSTOS).

Fuente: Organización Internacional de la viña y el Vino- OIV. Consulta junio 2016.



2.2. Producción de vino en la Unión Europea

2.2.1. La Política agraria comunitaria

La PAC surge en 1962. La producción agrícola y ganadera había disminuido en la Europa de la posguerra y se necesitaba garantizar un abastecimiento mínimo de productos básicos de alimentación a precios asequibles. Actualmente, cada Estado miembro dispone de un presupuesto fijado por la UE y puede elegir entre un menú de medidas admisibles, para ser aplicarlas a través de Programas de Apoyo.

España cuenta con 1.194 millones de euros para el Programa de Apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola español que será destinado para medidas de promoción de vinos en mercados de terceros países, reestructuración y reconversión de viñedos, destilación de subproductos, inversiones, innovación y cosecha en verde.

A partir de 2015 los fondos se transfieren definitivamente al régimen de pagos directos, por lo que se detraen del presupuesto del Programa de Apoyo.

La reforma de 2013 establece un nuevo régimen de pagos directos, basados en el régimen de pago básico y otros regímenes de ayuda, de aplicación a partir del 1 de enero de 2015 y hasta el año 2020. El régimen de pago básico es un nuevo sistema de ayudas desacopladas de la producción que sustituye al anterior régimen de pago único. El valor de los nuevos derechos de pago básico se establece sobre la base de una referencia regional, donde el periodo histórico de referencia básico es la campaña 2013. Se establece un pago para prácticas beneficiosas para el clima y medio ambiente. Es también conocido como "pago verde" o "greening" y permite conceder un pago anual por cada hectárea admisible vinculada a un derecho de pago básico, siempre que se respeten determinadas prácticas medioambientales, dependiendo de la estructura de la explotación.

De acuerdo con los últimos datos publicados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino, en adelante la OIV, la producción de vino de la Unión Europea en 2015 se sitúa en 171,1 millones de hl, lo que supone un aumento del 2,9% con respecto a la campaña anterior.

| País (datos en miles de hl) | 2015/16 | % s/ total | Var. % con | Var. % con |
|-----------------------------|----------------|---------------|--------------|---------------------|
| | | | 2014/15 | media 5 camp. 10/15 |
| Italia | 50.369 | 29,4% | +13% | +5% |
| Francia | 47.700 | 27,9% | +1% | +5% |
| España | 41.000 | 24,0% | -7% | -2% |
| Alemania | 8.788 | 5,1% | -5% | +3% |
| Portugal | 6.703 | 3,9% | +8% | +6% |
| Resto UE | 16.540 | 9,7% | | |
| TOTAL UE | 171.100 | 100.0% | +2.9% | +2.9% |

Tabla 8. Producción europea de vino (campaña 2015/2016) sin mosto.

Fuente: Datos Unión Europea; elaboración OeMv

La producción aumentó de manera significativa en Italia, donde se produjeron 50,4 Mill. hL, y disminuyó ligeramente en España, donde se produjeron 41,0 Mill. hL. La producción se mantuvo estable en Francia 47,7 Mill. hL, y Alemania 8,8 Mill. hL. En Portugal, la producción aumentó hasta situarse en 6,7 Mill hL.



Según las cifras de la Comisión Europea, actualizadas a diciembre de 2015, la producción de vino y mosto de uva en la Unión Europea alcanzaría los 171,1 millones de hectolitros en la campaña 2015/2016, lo que supondría un aumento del 2,9% con respecto a la campaña 2014/15, el mismo aumento que presenta la media de las cinco últimas campañas.

La producción destinada a vinificación en la campaña 2015/2016 se estima en los 165 millones de hectolitros, el 96,4% del volumen total. De ellos, 71,4 millones de hectolitros habrían sido destinados para vinos con DOP2 (43,3%), 35,5 millones para vinos con IGP3 (21,5%), 5,4 millones para vinos varietales sin DOP ni IGP (3,3%) y 52,7 millones para los demás vinos (31,9%).

Por tipo de vino, Francia ocupa la primera posición como productor de vinos con DOP, con 22,3 millones de hectolitros, frente a los 16,1 de Italia y los 14,2 de España. En lo que respecta a los vinos con IGP, la producción francesa asciende a 13,8 millones de hectolitros, la italiana a 13,7 y la española a 3,5 millones. En cuanto a vinos varietales, sin DOP ni IGP, España se sitúa en cabeza con 4,3 millones de hectolitros, seguida de Italia (0,5 millones de hl) y Bulgaria (0,2 millones de hl). Por último, en lo que respecta a la categoría de otros vinos, Italia es la principal productora con 18,6 millones de hl, por delante de España con 14,5 millones, y de Francia con 11,6 millones.

2.3. Principales países consumidores de vino

A nivel mundial, se consumen 24.235 millones de litros de vino. Los países en los que se consume más vino son EEUU, Francia, Italia, China y Alemania.



Gráfico 3. Evolución del consumo mundial de vino

Fuente: Organización Internacional de la Viña y el Vino -OIV. Consulta junio 2016



En la siguiente tabla se encuentra desglosado el consumo de estos más de 240 Mill. hl de vino por países.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Variación 10 - 15 | Variación 14 - 15 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------|----------------------|
| Alemania | 2.116 | 2.114 | 2.100 | 2.096 | 2.095 | 2.096 | -0,96% | 0,07% |
| Australia | 495 | 505 | 517 | 527 | 536 | 546 | 10,28% | 1,79% |
| Bélgica | 296 | 302 | 308 | 315 | 324 | 328 | 10,89% | 1,17% |
| Brasil | 378 | 385 | 405 | 422 | 439 | 457 | 21,10% | 4,10% |
| Canadá | 404 | 420 | 435 | 447 | 466 | 487 | 20,57% | 4,51% |
| China | 1.063 | 1.330 | 1.550 | 1.821 | 2.125 | 2.466 | 132,00% | 16,03% |
| Corea del Sur | 31 | 35 | 36 | 39 | 41 | 42 | 35,37% | 3,69% |
| Dinamarca | 190 | 198 | 207 | 210 | 215 | 233 | 22,41% | 8,03% |
| EEUU | 2.953 | 3.026 | 3.083 | 3.158 | 3.215 | 3.274 | 10,88% | 1,85% |
| España | 977 | 948 | 910 | 876 | 850 | 800 | -18,10% | -5,81% |
| Francia | 2.978 | 2.911 | 2.883 | 2.827 | 2.803 | 2.756 | -7,45% | -1,69% |
| Holanda | 365 | 366 | 369 | 372 | 375 | 379 | 3,87% | 0,96% |
| Hungría | 252 | 230 | 233 | 238 | 243 | 248 | -1,63% | 2,23% |
| India | 11 | 13 | 14 | 14 | 15 | 16 | 37,17% | 4,73% |
| Irlanda | 69 | 73 | 77 | 79 | 81 | 84 | 21,97% | 3,69% |
| Italia | 2.822 | 2.818 | 2.782 | 2.724 | 2.671 | 2.641 | -6,44% | -1,13% |
| Japón | 223 | 224 | 228 | 232 | 238 | 244 | 9,71% | 2,74% |
| México | 52 | 57 | 63 | 67 | 73 | 78 | 49,43% | 7,29% |
| Noruega | 67 | 71 | 72 | 72 | 75 | 77 | 15,70% | 3,20% |
| Nueva Zelanda | 91 | 92 | 92 | 96 | 99 | 104 | 14,51% | 4,83% |
| Polonia | 124 | 128 | 143 | 156 | 161 | 173 | 39,85% | 7,45% |
| Portugal | 437 | 439 | 437 | 436 | 440 | 437 | -0,05% | -0,71% |
| Reino Unido | 1.329 | 1.373 | 1.318 | 1.320 | 1.323 | 1.333 | 0,35% | 0,79% |
| Rusia | 1.155 | 1.202 | 1.287 | 1.375 | 1.444 | 1.495 | 29,42% | 3,54% |
| Sudáfrica | 365 | 364 | 368 | 380 | 389 | 406 | 11,00% | 4,19% |
| Suecia | 198 | 204 | 218 | 232 | 242 | 253 | 27,78% | 4,37% |
| Turquía | 45 | 44 | 41 | 41 | 41 | 41 | -9,76% | 0,49% |
| Global | 22.322 | 22.708 | 22.989 | 23.369 | 23.782 | 24.235 | 8,57% | 1,91% |

Tabla 9. Consumo de vino en el mundo (Cifras en millones de litros) por países.

Fuente: MarketLine –Datamonitor. Consulta agosto 2016

Según la Organización Internacional del Vino- OIV y como se puede observar en la tabla anterior con datos de la empresa MarketLine –Datamonitor, EEUU es el principal consumidor de vino seguido por Francia. Los países europeos, han sido tradicionalmente tanto productores como consumidores.



Los principales mercados del vino español son según fuentes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en adelante MAGRAMA dentro de la UE son: Alemania, Reino Unido y Francia. Los principales destinos fuera de la UE de las exportaciones de vino españolas son Rusia (5% del total), Estados unidos (4%) y China (3%).

**PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL
2015 (incluye mosto y vinagre)**

| País | Valor | | €/l |
|---------------------|----------------|----------------|-------------|
| | M€ | Vol. M L | |
| 1 Alemania | 403,4 | 448,6 | 0,90 |
| 2 Reino Unido | 356,1 | 198,4 | 1,79 |
| 3 Francia | 297,9 | 689,4 | 0,43 |
| 4 EE.UU. | 295,9 | 81,1 | 3,65 |
| 5 Países Bajos | 137,9 | 100,0 | 1,38 |
| 6 Bélgica | 130,3 | 68,1 | 1,91 |
| 7 China | 119,6 | 81,4 | 1,47 |
| 8 Suiza | 115,7 | 36,8 | 3,14 |
| 9 Italia | 114,8 | 334,0 | 0,34 |
| 10 Portugal | 91,8 | 221,3 | 0,42 |
| 11 Japón | 86,2 | 39,9 | 2,16 |
| 12 Canadá | 85,4 | 34,8 | 2,46 |
| 13 México | 57,8 | 19,4 | 2,99 |
| 14 Suecia | 53,7 | 27,5 | 1,95 |
| 15 Rusia | 49,6 | 125,5 | 0,40 |
| 16 Dinamarca | 43,1 | 29,8 | 1,45 |
| 17 Finlandia | 27,3 | 14,7 | 1,85 |
| 18 Noruega | 24,5 | 8,6 | 2,84 |
| 19 Rep. Checa | 24,5 | 54,2 | 0,45 |
| 20 Irlanda | 19,7 | 7,2 | 2,74 |
| 21 Lituania | 19,2 | 16,1 | 1,19 |
| TOTAL EXPORT | 2.953,8 | 3.037,3 | 0,97 |

Tabla 10. Principales mercados del vino español
Fuente: MAGRAMA. Producciones agrícolas MAGRAMA. Consulta agosto 2016.

En el Reglamento Nº 1308/2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios, se establecen los procedimientos que se deben seguir en los intercambios comerciales con terceros países: certificados, derechos adicionales de importación, contingentes arancelarios y régimen de perfeccionamiento activo. En Reino Unido se deberá esperar en un futuro los posibles efectos del BREXIT sobre el vino español y sobre los intercambios comerciales de Reino Unido con el mercado español, ya que el mercado británico es un mercado de importancia para los vinos españoles.



Gráfico 4. Evolución de la exportación de vino español a Reino Unido.
Fuente: Federación española del vino-FEV. Consulta julio 2016



Una devaluación de la libra, traería consigo un posible el aumento de los precios del vino y una posible caída del turismo que afectaría a la hostelería y a los vinos españoles. Además, si se produce la salida comunitaria, se correría riesgo de que Reino Unido establezca sus propias normas fiscales, que establezca nuevas barreras arancelarias y no arancelarias para los vinos españoles y europeos.

En el gráfico anterior se puede observar un crecimiento de las exportaciones a Reino Unido. Hay una pequeña caída de las exportaciones en 2008, coincidiendo con el inicio de la crisis económica, pero posteriormente siguen creciendo las exportaciones.

2.4. Situación del sector vitivinícola en España

El sector vitivinícola español tiene gran importancia, tanto por el valor económico que genera, como por la población que ocupa y por el papel que desempeña en la conservación del medioambiente.

La situación geográfica, las diferencias climáticas y la variedad de suelos, desde los suelos ácidos de las zonas gallegas hasta los suelos alcalinos de la Comunitat Valenciana, hace de la Península Ibérica y nuestras islas un lugar privilegiado para la producción de vinos de características muy distintas.

Se cultiva viñedo en la totalidad de las 17 Comunidades Autónomas en las que se divide el país, si bien cerca de la mitad de la extensión total se encuentra en Castilla-La Mancha (473.268 has y el 49,6 % del viñedo plantado), la zona geográfica con mayor extensión del mundo dedicada a su cultivo, seguida de Extremadura (80.391 has, 8,4 %), Castilla y León (63.359 has), Comunidad Valenciana (62.676 has), Cataluña, La Rioja, Aragón, Galicia, Murcia y Andalucía.

La superficie total de viñedo en nuestro país en 2015 se sitúa, según la "Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos ESYRCE" del MAGRAMA, en las 954.659 hectáreas, frente a las 950.541 has del año anterior.

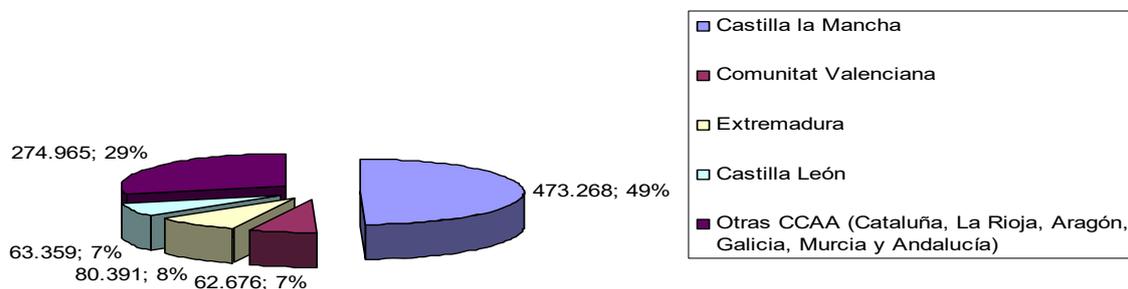


Gráfico 5. Superficie de viñedo por CCAA cultivada en España.

Fuente: Datos del MAGRAMA. Estadísticas agrarias MAGRAMA. Elaboración propia. Consulta agosto 2016.

2.5. Denominaciones de origen de vino españolas

Ya los romanos, dejaron el legado de la tradición elaboradora de vinos. No ha sido hasta más recientemente cuando la exportación se ha convertido en un hecho masivo y generalizado en el sector. Según datos provisionales del MAGRAMA, de los más de 24 millones de hL exportados, el 21% exportado son vinos con DOP, el 20% son vinos varietales, el 11% son vinos con IGP y el 48% son del tipo otros vinos. Según el MAGRAMA, la última campaña 2014-2015, se comercializaron por parte de las DO españolas un total de 11.582.429 hl de vino.

Por Denominaciones de origen, Rioja se sitúa a la cabeza con el 24,2% del total de la comercialización; le siguen Cava (15,7%), Rueda (6,1%), Ribera de Duero (5,8%) y Valdepeñas (4,9%).

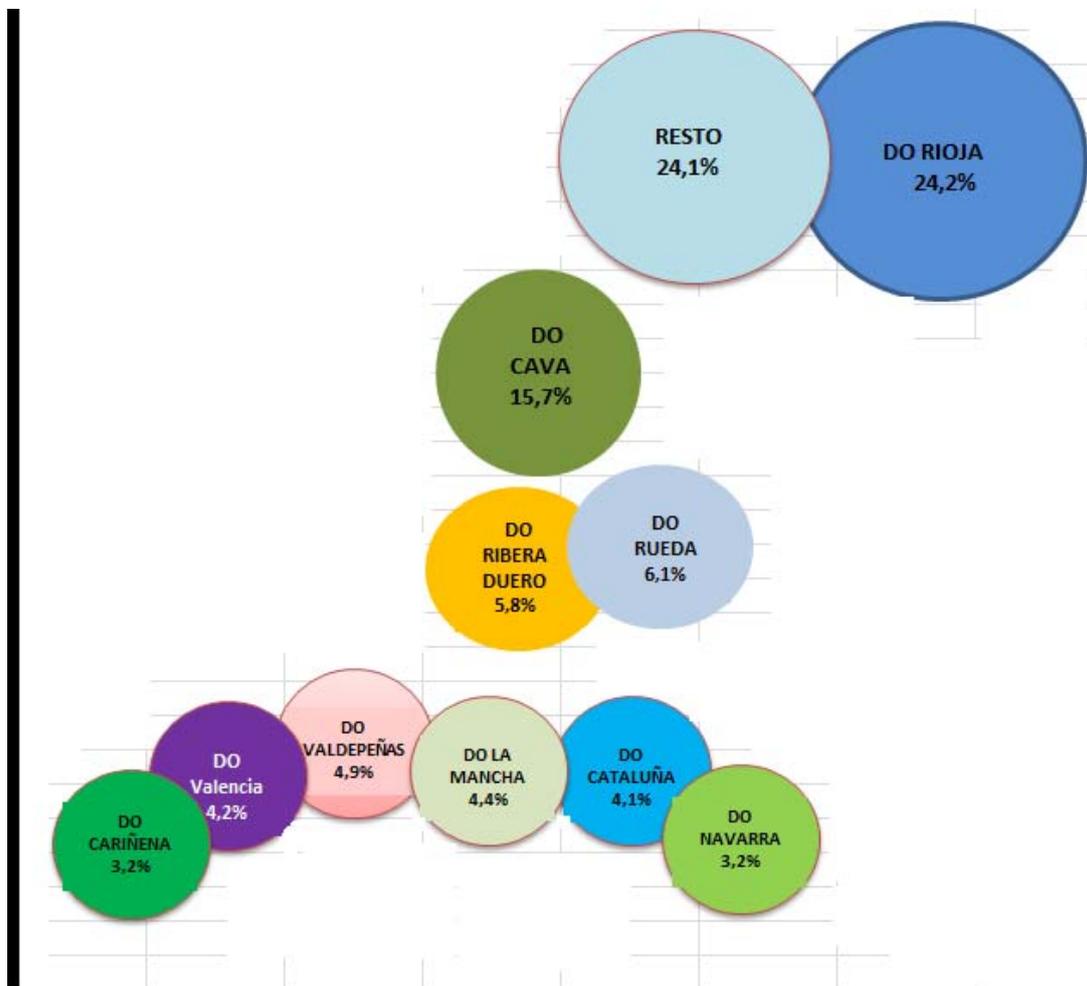


Gráfico 6. Porcentajes volumen de comercialización DDOO sobre 11.582.429 hl de vino campaña 2014-2015.

Fuente: Datos MAGRAMA. Elaboración propia. Consulta septiembre 2016

De los datos anteriores, 6.803.339 hl se comercializaron en el interior y 4.779.090 hl se comercializaron en el exterior.



En el mercado interior Rioja es igualmente líder con el 25,5% del total, seguida de Cava con el 9,9%.

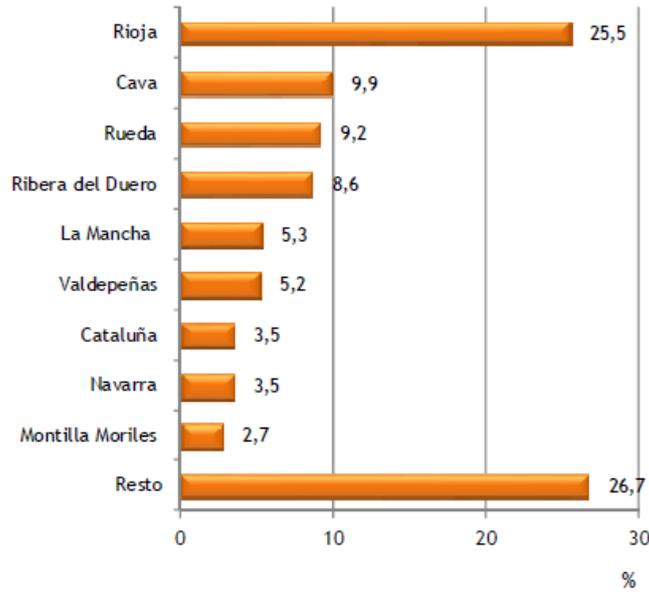


Gráfico 7. Porcentajes volumen de comercialización interior campaña 2014-2015.
Fuente: MAGRAMA. Consulta septiembre 2016

En el comercio exterior, el mejor comportamiento lo ofrece Cava, con el 23,9% del total, seguida de Rioja que alcanza un 22,4%.

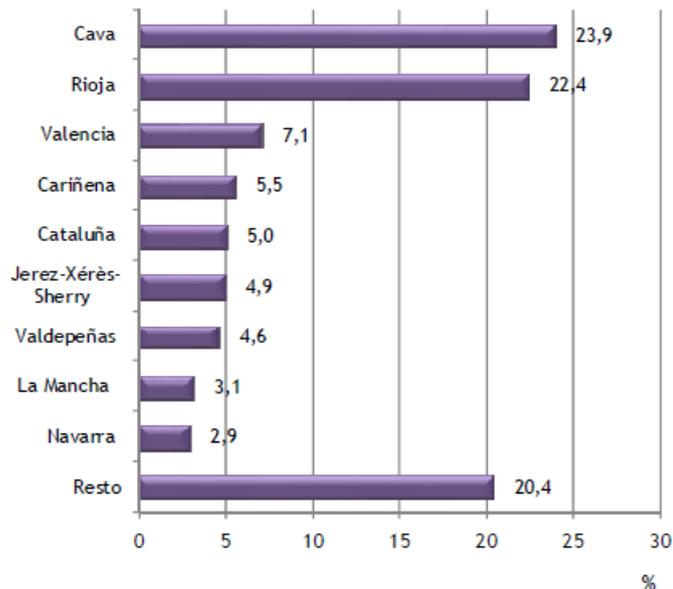


Gráfico 8. Porcentajes volumen de comercialización exterior campaña 2014-2015.
Fuente: MAGRAMA. Consulta septiembre 2016

Como se observa en el siguiente gráfico, en los últimos años, la exportación ha pasado a ser el principal factor de demanda del vino español. Observando el siguiente gráfico, podemos observar una caída en el consumo interior y el crecimiento de la exportación a partir de 2008, coincidiendo con el inicio de la crisis económica.

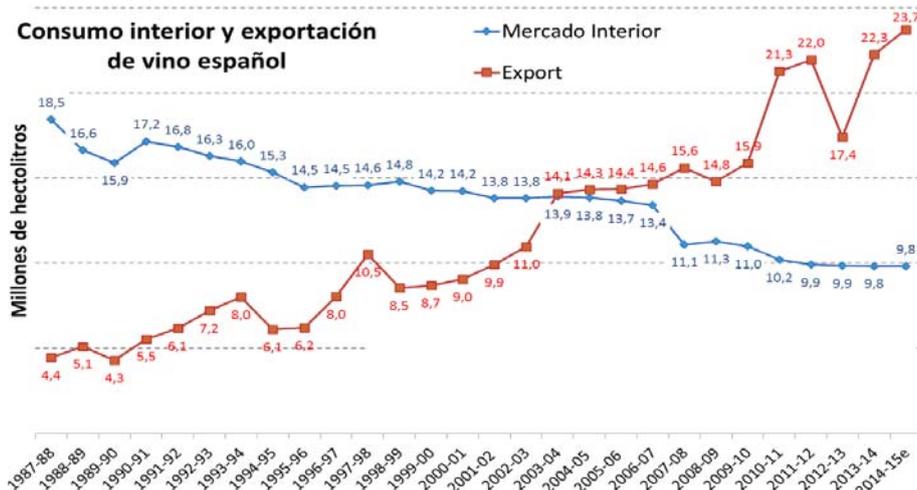


Gráfico 9. Consumo interior y exportación de vino español
Fuente: MAGRAMA. Consulta agosto 2016

Tras varios años de producciones en niveles bajos entre 2007 y 2012 en la Unión Europea, la producción del año 2013 alcanzó niveles considerables (174 Mhl excluyendo zumos y mostos). Se puede observar en el gráfico anterior proporcionado por el MAGRAMA, una fuerte caída de la exportación 2013. El Observatorio Español del mercado del vino, atribuyó la caída durante el mes de enero de 2013, con aumento del precio medio de venta del 42,9% hasta los 1,30 euros por litro. La caída en volumen se explica en gran parte mediante la siguiente tabla elaborada por la Agencia Tributaria, por la caída del volumen de los vinos sin DOP, IGP ni variedad, de los que se dejan de exportar en enero de 2013.

| | 1995 | 2000 | 2005 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | % var. 2015/14 |
|--------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| Mill € | | | | | | | | | |
| DOP envasado | 261,6 | 586,8 | 735,7 | 923,3 | 1.007,7 | 1.082,8 | 1.120,3 | 1.197,0 | 6,8% |
| DOP granel | 55,0 | 47,3 | 39,2 | 43,6 | 45,4 | 49,1 | 31,9 | 27,2 | -14,7% |
| Sin DOP envasado | 43,5 | 125,6 | 170,8 | 370,8 | 423,5 | 424,9 | 404,5 | 414,5 | 2,5% |
| Sin DOP granel | 69,7 | 144,4 | 217,0 | 387,0 | 424,3 | 498,5 | 470,7 | 476,4 | 1,2% |
| Espumoso | 120,5 | 228,3 | 289,7 | 384,9 | 419,4 | 458,6 | 410,3 | 435,5 | 6,1% |
| De licor | 176,4 | 91,8 | 83,3 | 58,7 | 59,0 | 59,3 | 64,7 | 65,7 | 1,5% |
| De aguja | 5,6 | 2,4 | 5,0 | 10,1 | 18,2 | 23,4 | 23,5 | 21,7 | -8,1% |
| TOTAL VINOS | 732,4 | 1.226,6 | 1.540,6 | 2.178,3 | 2.397,6 | 2.596,7 | 2.526,0 | 2.637,9 | 4,4% |
| Mill l. | | | | | | | | | |
| DOP envasado | 132,8 | 202,8 | 257,0 | 312,5 | 338,6 | 346,3 | 350,1 | 358,5 | 2,4% |
| DOP granel | 105,8 | 66,4 | 74,7 | 68,4 | 63,4 | 53,4 | 39,1 | 24,8 | -36,5% |
| Sin DOP envasado | 69,5 | 139,6 | 219,5 | 429,4 | 463,4 | 356,7 | 394,9 | 436,5 | 10,5% |
| Sin DOP granel | 175,2 | 330,8 | 696,2 | 1.172,0 | 943,1 | 844,7 | 1.235,3 | 1.371,7 | 11,0% |
| Espumoso | 48,1 | 71,6 | 108,7 | 155,1 | 158,2 | 160,6 | 168,7 | 168,8 | 0,1% |
| De licor | 90,8 | 39,3 | 30,2 | 25,4 | 23,2 | 18,7 | 20,8 | 20,3 | -2,4% |
| De aguja | 13,0 | 6,4 | 2,1 | 11,4 | 17,7 | 20,1 | 19,3 | 15,7 | -18,4% |
| TOTAL VINOS | 635,2 | 856,9 | 1.388,5 | 2.174,2 | 2.007,6 | 1.800,6 | 2.228,2 | 2.396,3 | 7,5% |
| €/l | | | | | | | | | |
| DOP envasado | 1,97 | 2,89 | 2,86 | 2,96 | 2,98 | 3,13 | 3,20 | 3,34 | 4,3% |
| DOP granel | 0,52 | 0,71 | 0,52 | 0,64 | 0,72 | 0,92 | 0,82 | 1,10 | 34,4% |
| Sin DOP envasado | 0,63 | 0,90 | 0,78 | 0,86 | 0,91 | 1,19 | 1,02 | 0,95 | -7,3% |
| Sin DOP granel | 0,40 | 0,44 | 0,31 | 0,33 | 0,45 | 0,59 | 0,38 | 0,35 | -8,8% |
| Espumoso | 2,50 | 3,19 | 2,66 | 2,48 | 2,65 | 2,86 | 2,43 | 2,58 | 6,1% |
| De licor | 1,94 | 2,34 | 2,75 | 2,31 | 2,54 | 3,16 | 3,11 | 3,23 | 4,0% |
| De aguja | 0,43 | 0,38 | 2,32 | 0,88 | 1,03 | 1,17 | 1,22 | 1,38 | 12,7% |
| TOTAL VINOS | 1,15 | 1,43 | 1,11 | 1,00 | 1,19 | 1,44 | 1,13 | 1,10 | -2,9% |

Tabla 11. Exportaciones españolas de vino.
Fuente: datos AEAT, consulta junio 2016

En el siguiente gráfico, con datos de estadísticas extraídos de datos del MAGRAMA, se puede observar por tipo de vino, el volumen en miles de hectolitros de vino español exportados a otros países en la última campaña de la que se disponen estadísticas oficiales (2014-2015).

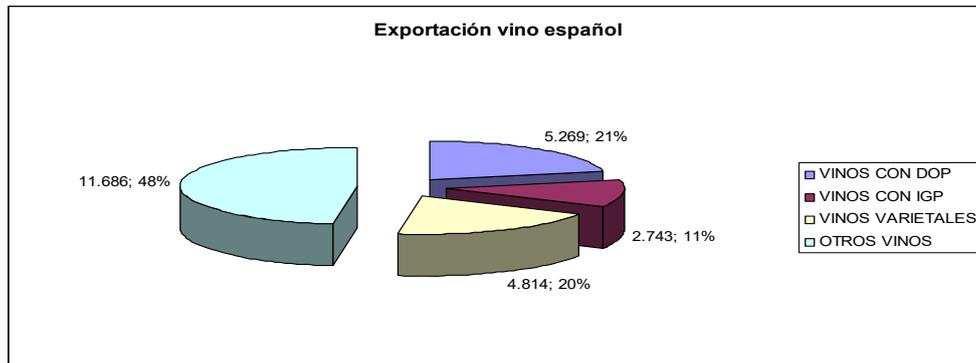


Gráfico 10: Exportaciones vino español.

Fuente: Datos Estadísticas MAGRAMA. Elaboración propia. Consulta julio 2016

Como ya se ha comentado, la variabilidad de tipos de suelo y clima hacen que en las 17 comunidades autónomas de España se pueda cultivar uva.

España cuenta con 90 zonas de producción de vinos de calidad con Denominación de Origen Protegida (DOP), de ellas 69 son con Denominación de Origen, 2 con Denominación de Origen Calificada, 7 son Vinos de Calidad con Indicación Geográfica y 14 son Vinos de Pago, las cuales siguiendo el modelo europeo de producción, mantienen un estricto control sobre la cantidad producida, las prácticas enológicas, y la calidad de los vinos que se producen en cada zona. También existen 41 zonas con indicación geográfica protegida (IGP). La principal diferencia que encontramos entre un concepto y otro (entre DOP e IGP), es que en el caso de las Denominaciones de Origen Protegidas, la producción, la transformación y la elaboración del producto se debe realizar en la misma zona geográfica; sin embargo, en un producto con Indicación Geográfica Protegida, no es obligatorio que todas las fases se realicen en la misma zona geográfica.

Las primeras Denominaciones autorizadas se aprobaron en 1932, y se trata de Jerez-Xères-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda, Málaga, Montilla-Moriles, Rioja, Tarragona, Priorato, Alella, Utiel Requena, Valencia, Alicante, Ribeiro, Cariñena, Penedés, Condado de Huelva, Valdepeñas, La Mancha, Navarra y Rueda.

Por tipo de vino, el vino tinto (55,12%) representa algo más de la mitad del volumen de vino total comercializado por las DOPs. En segundo y tercer lugar en volumen se encuentran el vino blanco (19,45%) y espumoso (15,88%), por encima del vino rosado (4,74%), de licor (4,62%) y de aguja (0,07%).

En el siguiente gráfico se puede observar, cuál es el porcentaje de la superficie inscrita en España por Denominación de Origen.

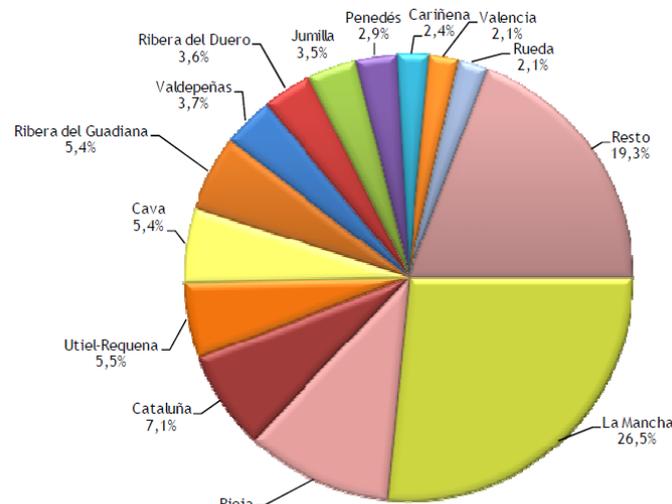


Gráfico 11. Superficie inscrita por DOP.

Fuente: Observatorio de precios del MAGRAMA. Consulta septiembre 2016

Desde el año 2000, la superficie sujeta a reconversión y reestructuración ha superado las 130.000 hectáreas, lo que representa una inversión cercana a los 800 millones de euros. Se estima que algo más de 4.000 bodegas elaboran en España vinos tranquilos, espumosos y de licor.

Las pequeñas bodegas y las cooperativas coexisten con grandes empresas (Freixenet, Codorníu, Grupo Domecq Bodegas). Es importante el nivel de inversión que se ha destinado a la edificación de nuevas bodegas, a la mejora de las instalaciones y equipamientos y a la utilización de técnicas de envejecimiento distintas para ofrecer una gama mucho más amplia de vinos de calidad. Es interesante resaltar la actividad y la innovación de muchas bodegas que experimentan con nuevas variedades de uva y la utilización de las uvas autóctonas para producir vinos más adaptados al gusto del nuevo consumidor.

La DOCa Rioja tiene registradas el mayor número de bodegas de vino de calidad (826), seguida de DO Cava (419), DO Ribera del Duero (286), DO La Mancha (256), DO Cataluña (203), DO Penedés (187) y DO Rías Baixas (181).

Este proceso de modernización se extiende, incluso, a la construcción de las nuevas bodegas encargadas a arquitectos mundialmente famosos, que han emprendido algunas bodegas, entre las que destacan, en Rioja, la nueva bodega de Domecq, Bodegas Ysios (encargada a Santiago Calatrava), o la de Marqués de Riscal que ha proyectado Frank O. Gehry.

El consumo doméstico de total vinos a lo largo del año 2015, ascendió a 376.611,38 miles de litros, y en valor a 966.910,11 miles de €. Los hogares españoles destinan a esta categoría el 1,44% de su presupuesto en alimentación y bebidas, lo que conlleva un gasto aproximado por persona y año de 21,68€.

El consumo per cápita de vino durante el año 2015 fue de aproximadamente 8,45 litros por persona y año. El precio medio de vino cerró en 2,57€/litro.

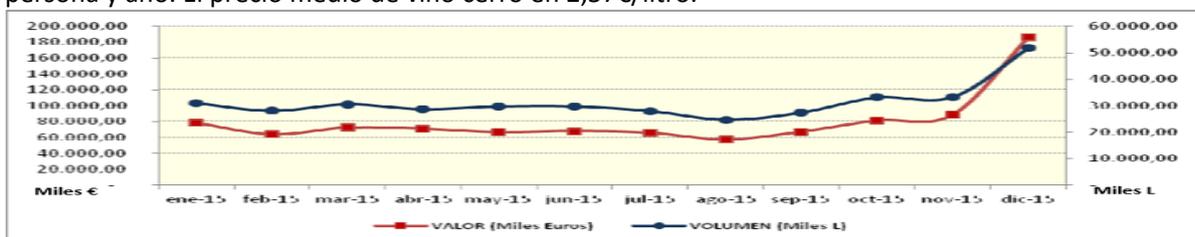


Gráfico 12. Evolución mensual de total gasto y total compras, elaboración Enero-Diciembre 2015
Fuente: OIV. Consulta agosto 2016.

A partir del mes de septiembre de 2015 se evidencia el incremento tanto en volumen como en valor de la categoría, coincidiendo el pico más alto con los meses de Navidad.

Para ver el consumo de vino en todo el país, se puede observar en la siguiente tabla que las Comunidades Autónomas más pobladas son las que consumen más vino.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Variación 10 - 15 | Variación 14 - 15 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------|----------------------|
| Andalucía | 1.251 | 1.215 | 1.246 | 1.206 | 1.105 | 1.144 | -8,60% | 3,53% |
| Aragón | 189 | 188 | 182 | 177 | 170 | 168 | -11,38% | -1,41% |
| Asturias | 145 | 145 | 141 | 137 | 132 | 132 | -9,47% | -0,38% |
| Baleares | 174 | 197 | 191 | 184 | 154 | 174 | 0,03% | 13,02% |
| Canarias | 326 | 350 | 339 | 328 | 288 | 308 | -5,48% | 6,76% |
| Cantabria | 91 | 85 | 83 | 80 | 85 | 76 | -16,21% | -10,86% |
| Castilla y León | 375 | 358 | 346 | 333 | 333 | 317 | -15,48% | -4,86% |
| Castilla - La Mancha | 302 | 287 | 280 | 272 | 277 | 258 | -14,58% | -6,80% |
| Cataluña | 1.325 | 1.303 | 1.260 | 1.216 | 1.158 | 1.140 | -13,96% | -1,52% |
| C. Valenciana | 1.004 | 907 | 832 | 791 | 831 | 747 | -25,53% | -10,06% |
| Extremadura | 167 | 144 | 141 | 137 | 137 | 132 | -20,99% | -3,78% |
| Galicia | 364 | 372 | 360 | 349 | 334 | 341 | -6,09% | 2,30% |
| Madrid | 1.159 | 1.081 | 1.007 | 988 | 1.033 | 918 | -20,81% | -11,12% |
| Murcia | 220 | 204 | 198 | 187 | 187 | 182 | -17,43% | -2,62% |
| Navarra | 92 | 91 | 94 | 91 | 93 | 85 | -7,81% | -8,83% |
| País Vasco | 310 | 309 | 306 | 299 | 294 | 278 | -10,42% | -5,51% |
| La Rioja | 57 | 43 | 42 | 41 | 47 | 38 | -32,97% | -18,50% |
| Ceuta | 12 | 9 | 8 | 7 | 9 | 8 | -30,77% | -3,31% |
| Melilla | 11 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | -26,96% | -3,31% |

Tabla 12. Gasto en vino por Comunidad Autónoma. (Cifras en millones de euros).
Fuente: Instituto nacional de Estadística-INE y empresa MarketLine –Datamonitor. Consulta agosto 2016.

De la tabla anterior, se puede concluir que los españoles que más vino consumen serían los andaluces, catalanes, madrileños, valencianos y canarios.



2.6 Variedades de uva utilizadas

A nivel mundial, las uvas o variedades que más predominan son la Cabernet Sauvignon y la Merlot. No son precisamente uvas muy empleadas en nuestro país en nuestros vinos. Son variedades francesas, y esto se debe en gran parte a la gran influencia que Francia ha tenido durante toda la historia en la cultura del vino. Los franceses exportaron sus viñas en la conquista del nuevo mundo. La clasificación a nivel mundial de las uvas o variedades más abundantes sería la siguiente en cuanto a las diez primeras:

1. Cabernet Sauvignon
2. Merlot
3. Airen
4. Tempranillo
5. Chardonnay
6. Syrah (Shiraz)
7. Grenache (Garnacha)
8. Sauvignon Blanc
9. Trebbiano
10. Pinot Noi

En Kazajstán, por ejemplo, la variedad más plantada es la Rkatsiteli. En Tailandia, se prefiere el Syrah. En el caso de Argentina, el tipo de suelo es ideal para el cultivo de Merlot.

Se estima que en España se cultivan más de 200 variedades diferentes de uva, de las que aproximadamente 140 son autóctonas. Según los últimos datos publicados, el 51,1% producirá vinos tintos y rosados y el 48,9%, vinos blancos. Las variedades de uva más comunes en España son la Airén (23,5%), Tempranillo (20,9%), Bobal (7,5%), Garnacha Tinta, Monastrell, Pardina, Macabeo y Palomino, por orden de importancia en cuanto a su cultivo.

De estas variedades, son tintas, la Tempranillo, Bobal, Garnacha tinta y Monastrell y blancas las restantes.

Éstas son las 10 variedades de uvas autóctonas más cultivadas de España:

1. Tempranillo, 206.988 Ha.
2. Bobal, 85.124 Ha.
3. Garnacha Tinta, 75.399 Ha.
4. Monastrell, 63.244 Ha.
5. Garnacha Tintorera, 22.251 Ha.



6. Mencía, 9.055 Ha.
7. Tinta de Toro, 6.769 Ha.
8. Mazuela (Cariñena), 6.130 Ha.
9. Prieto Picudo, 5.187 Ha.
10. Listán Negro, 4.698 Ha.

Las variedades de uva más comunes en España son la Airén (23,5%), Tempranillo (20,9%), Bobal (7,5%), Garnacha Tinta, Monastrell, Pardina, Macabeo y Palomino, por orden de importancia en cuanto a su cultivo. De estas variedades, son tintas, la Tempranillo, Bobal, Garnacha tinta y Monastrell y blancas las restantes.

Según la "Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos ESYRCE" del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), con datos para 2015 en cuanto al tipo de cultivo. Los datos muestran que de las 954.659 hectáreas de viñedo existentes en España, 599.327 (62,8% del total plantado) corresponden a secano, mientras que las 355.332 hectáreas restantes, el 37,2%, lo son de regadío. La superficie ocupada por viñedos en la Comunitat Valenciana es de aproximadamente 69.000 hectáreas, de las que 46.692 ha son de secano y 22.150 ha son de regadío.

La Comunidad Valenciana es una de las dos regiones más cálidas y mayores productoras de vinos de Monastrell – de rojo profundo- y de los blancos aromáticos como Moscatel o Malvasía, junto con la Comunidad Autónoma de Murcia. Las variedades de mayor implantación y mejor acondicionamiento de los Vinos Alicante DOP son: Moscatel de Alejandría, Monastrell y Alicante Bouschet.

De las casi 69.000 hectáreas de viñedo en la Comunitat Valenciana, la variedad Bobal es especialmente abundante en la Comunidad Valenciana, donde la superficie de esta vid es superior a las 1.000 hectáreas. La segunda región donde abunda es Castilla y León. En Madrid, Andalucía, Extremadura, Murcia, Cataluña y Castilla-La Mancha también hay plantaciones de esta vid, pero ocupando una superficie de menos de 100 hectáreas.

En la DO Valencia, las variedades más utilizadas son: Chardonnay, Malvasía, Moscatell, verdil, Pinot Noir, Merlot, Bobal, Cabernet Sauvignon, Tempranillo, Tintorera, Macabeo y Meseguera.

En la DO Utiel-Requena, La variedad de uva Bobal es la estrella de la Denominación de Origen Utiel-Requena. Esta uva autóctona ocupa el 75% de la superficie total del viñedo, y se adapta perfectamente a su clima y territorio.

Las variedades actuales amparadas por la Denominación de Origen Alicante son: Blancas: Moscatel de Alejandría, Airén, Subirat Parent (malvasia), Chardonnay, Macabeo, Merseguera, Planta fina de Pedralba, Sauvignon blanc, Verdil. Tintas: Monastrell, Garnacha Tintorera o Alicante Bouschet, Garnacha tinta(o Gironet), Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Petit Verdot, Syrah, Tempranillo.



2.7 Evolución del precio del vino español

En el mundo, se paga de media por litro de vino 9,06€. Los países en los que más se paga por litro de vino son Irlanda, Noruega, India, Corea del Sur y Nueva Zelanda.

Los países en los que menos se paga, de media por litro de vino consumido son Turquía, Polonia, Sudáfrica, Brasil y Alemania.

En España, país tradicionalmente vitivinícola en Europa, se está pagando una media de 8,07€ por litro de vino consumido.

En la siguiente tabla, podemos observar la evolución de los precios medios por litro en diferentes países desde el año 2010.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Variación 10 - 15 | Variación 14 - 15 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------|----------------------|
| Alemania | 6,29 € | 6,37 € | 6,49 € | 6,52 € | 6,57 € | 6,63 € | 5,45% | 0,92% |
| Australia | 10,56 € | 10,70 € | 10,80 € | 10,91 € | 11,00 € | 11,06 € | 4,75% | 0,58% |
| Bélgica | 10,87 € | 11,03 € | 11,13 € | 11,13 € | 11,08 € | 11,11 € | 2,19% | 0,29% |
| Brasil | 6,37 € | 6,53 € | 6,46 € | 6,39 € | 6,36 € | 6,32 € | -0,80% | -0,58% |
| Canadá | 11,71 € | 11,64 € | 11,60 € | 11,77 € | 11,89 € | 12,03 € | 2,73% | 1,19% |
| China | 11,03 € | 10,94 € | 11,34 € | 11,44 € | 11,59 € | 11,69 € | 5,97% | 0,92% |
| Corea del Sur | 14,18 € | 13,97 € | 14,59 € | 14,63 € | 14,77 € | 14,96 € | 5,49% | 1,33% |
| Dinamarca | 8,14 € | 8,40 € | 8,60 € | 8,94 € | 8,87 € | 9,30 € | 14,30% | 4,93% |
| EEUU | 8,31 € | 8,42 € | 8,57 € | 8,66 € | 8,79 € | 8,91 € | 7,24% | 1,35% |
| España | 7,75 € | 7,69 € | 7,76 € | 7,80 € | 7,86 € | 8,07 € | 4,05% | 2,66% |
| Francia | 8,15 € | 8,25 € | 8,29 € | 8,38 € | 8,38 € | 8,44 € | 3,53% | 0,63% |
| Holanda | 8,81 € | 8,89 € | 8,96 € | 9,02 € | 9,04 € | 9,06 € | 2,84% | 0,23% |
| Hungría | 6,61 € | 7,24 € | 7,10 € | 7,14 € | 7,03 € | 7,01 € | 6,03% | -0,22% |
| India | 14,98 € | 14,74 € | 15,22 € | 16,08 € | 16,02 € | 16,14 € | 7,74% | 0,76% |
| Irlanda | 18,79 € | 19,30 € | 18,32 € | 18,27 € | 17,84 € | 17,94 € | -4,52% | 0,54% |
| Italia | 9,75 € | 9,70 € | 9,49 € | 9,54 € | 9,66 € | 9,71 € | -0,42% | 0,61% |
| Japón | 14,28 € | 14,23 € | 14,04 € | 13,96 € | 13,96 € | 14,00 € | -1,94% | 0,27% |
| México | 8,84 € | 8,93 € | 8,86 € | 9,06 € | 9,10 € | 9,11 € | 2,97% | 0,03% |
| Noruega | 16,96 € | 16,55 € | 16,91 € | 17,28 € | 17,32 € | 17,56 € | 3,55% | 1,38% |
| Nueva Zelanda | 13,50 € | 13,70 € | 14,13 € | 14,11 € | 14,10 € | 14,16 € | 4,86% | 0,40% |
| Polonia | 5,43 € | 5,47 € | 5,39 € | 5,39 € | 5,56 € | 5,72 € | 5,28% | 2,84% |
| Portugal | 9,51 € | 9,46 € | 9,49 € | 9,50 € | 9,44 € | 9,48 € | -0,32% | 0,46% |
| Reino Unido | 9,28 € | 9,02 € | 9,41 € | 9,41 € | 9,52 € | 9,63 € | 3,83% | 1,21% |
| Rusia | 8,51 € | 8,75 € | 8,89 € | 9,07 € | 9,45 € | 9,84 € | 15,60% | 4,10% |
| Sudáfrica | 5,86 € | 6,05 € | 6,15 € | 6,14 € | 6,17 € | 6,18 € | 5,40% | 0,03% |
| Suecia | 12,73 € | 13,36 € | 13,33 € | 13,30 € | 13,43 € | 13,73 € | 7,87% | 2,26% |
| Turquía | 4,43 € | 4,41 € | 4,54 € | 4,54 € | 4,58 € | 4,63 € | 4,49% | 1,17% |
| Global | 8,42 € | 8,50 € | 8,62 € | 8,73 € | 8,89 € | 9,06 € | 7,70% | 1,92% |

Tabla 13. Precio medio por litro de vino consumido en el mundo.

Fuente: MarketLine –Datamonitor. Consulta agosto 2016

3. EL vino valenciano

El siglo XIX, se creó la primera estación enológica de España. En la montaña de Alicante, se ha cultivado la vid desde la época de los Íberos, aunque fueron los fenicios quienes la introdujeron y los romanos quienes generalizaron su cultivo. La importancia del cultivo de la vid en estas comarcas era tal que en el siglo XIX en Cocentaina se creó la primera estación enológica de España.

En 1924 se funda la Federación de Viticultores de Levante. Es en 1933, cuando se crea una calificación oficial "Valencia" según la Ley del Estado del Vino. En 1957, se constituye el Consejo Regulador.

La Comunitat Valenciana se ha convertido en la cuarta productora de vino en España, según los datos avanzados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama) sobre la cosecha de uva para vinificación del pasado 2015.

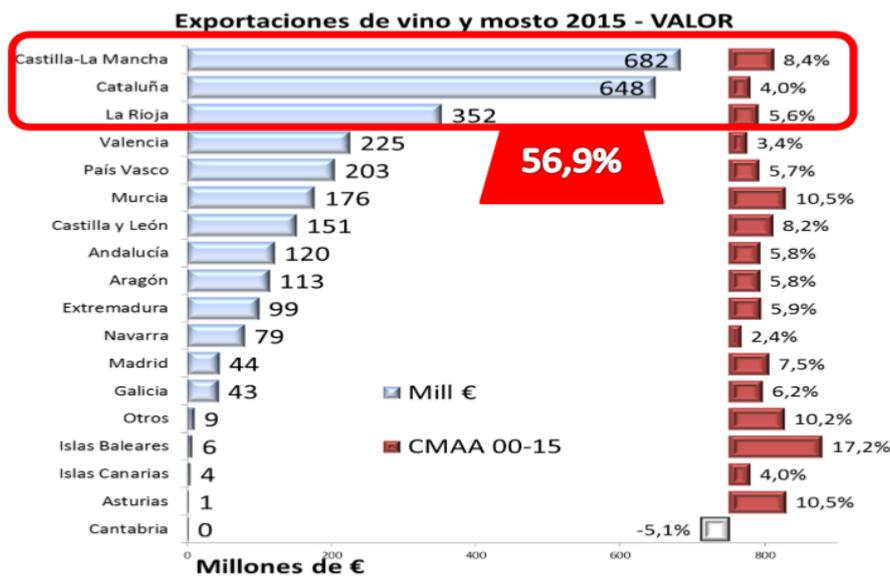


Gráfico 13. Valor en millones de euros de las Exportaciones de vino y mosto 2015

Fuente: MAGRAMA. Consulta julio 2016

Tradicionalmente la elaboración se ha llevado a cabo mayoritariamente en cooperativas. Por lo general, son bodegas de pequeño tamaño y de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

Se siguen manteniendo estructuras cooperativistas, hay bodegas tradicionales, las hay más nuevas y modernas, se tiende a recuperar lo autóctono, se incorporan nuevas tecnologías, se investigan la adaptación de nuevas variedades, se intenta hacer un intenso trabajo en el campo para obtener el fruto idóneo, la agricultura ecológica se va imponiendo poco a poco.



3.1. Denominaciones de Origen en la Comunitat Valenciana e Indicación Geográfica Protegida

En la superficie que ocupa la Comunitat Valenciana disponemos de una gran variedad de uva para vinificación. Las empresas valencianas han aprovechado la percepción que se tiene en el exterior del vino español, las ayudas al sector y los avances en el comercio electrónico y la aparición de las redes sociales como plataformas de comunicación para abrirse al mercado.

De entre las empresas del sector vitivinícola español, según el anuario Alimarket publicado en el año 2015, se encuentran entre las 50 primeras empresas Cherubino Valsangiacomo (en el número 30), Vicente Gandía Plá (en el número 34) y ANECOOP- división vinos (en el número 50). Se ha producido un cambio en el sector vitivinícola, han surgido canales nuevos de comunicación y distribución.

En la Comunidad Valenciana, tenemos tres denominaciones de origen en vinos: D.O. Alicante, D.O. Utiel-Requena y D.O. Valencia, más una de cava, indicaciones geográficas protegidas de Castelló y El Terrerazo y algún vino de Pago como denominación de origen propia.

| | |
|----|----------------|
| DO | Alicante |
| DO | Cava (*) |
| VP | El Terrerazo |
| VP | Los Balagüeses |
| DO | Utiel-Requena |
| DO | Valencia |



Denominación de Origen Protegida



Indicación Geográfica Protegida

El Consejo Regulador de vinos de la Denominación de Origen Protegida Valencia agrupa un total de 13.000 hectáreas de viñedo a lo largo de las cuatro subzonas sobre las que se extiende su demarcación territorial (Moscatel, Valentino, Clariano y Alto Turia). Cuenta con un total de 88 bodegas de las que más de la mitad son embotelladoras. Su sector productor está agrupado en un 85 por ciento en cooperativas. En la actualidad la comercialización total de vinos de la Denominación de Origen Protegida Valencia se sitúa en 46 millones de botellas.





En el caso del Consejo Regulador de vinos de la Denominación de Origen Alicante, agrupa aproximadamente 14.000 hectáreas de viñedo en las comarcas del Vinalopó, L'Alacantí, La Marina Alta y El Comtat. Con alrededor de 2315 viticultores censados y medio centenar (51) de bodegas inscritas.



En Alicante podemos encontrar un vino dulce añejo, este vino es el Fondillón, se producía en la huerta alicantina hasta los años 70. Fue un caldo muy reconocido hasta el siglo pasado en todo el mundo. El Fondillón, es uno de los pocos vinos en todo el mundo con nombre propio (sólo hay cinco). Está protegido por la UE y declarado por la Unión Europea como vino de lujo Europeo.

Hoy en día hay muy pocas bodegas que todavía producen el Fondillón por tener una elaboración difícil: mínimo tiene que envejecer durante 10 años mediante fermentación natural. El Fondillón sólo se produce bajo la Denominación de Origen Alicante, tanto es así que antiguamente se le llamaba simplemente 'Alicante'. Se trata de un vino de la variedad Monastrell. En la actualidad se elaboran más de 3 millones de botellas, de los que el 80 por ciento se exporta.

La D.O Utiel-Requena, ha contado en 2015 con 33716 hectáreas inscritas pertenecientes a los términos municipales de Camporrobles, Caudete de las Fuentes, Fuenterrobles, Requena, Siete Aguas, Sincarcas, Utiel, Venta del Moro y Villagordo del Cabriel. Esta zona cuenta con más de 6500 viticultores.



En el caso de la Indicación Geográfica Protegida de El Terrerazo, ésta se encuentra en Utiel, provincia de Valencia. El Terrerazo nace en 2010. Se trata de 126,63 hectáreas entorno a la bodega, estructuradas en un solo Pago.

FINCA TERRERAZO

VINO DE PAGO



Los vinos de la IGP de Castellón, provienen de las Comarcas del Alto Mijares, Sant Mateu y La comarca de Les Useres. El término tradicional de los vinos con indicación geográfica protegida, es el de "VINO DE LA TIERRA".



La D.O de Valencia como la de Alicante representan alrededor del 2% de la superficie inscrita en el territorio español y la D.O Utiel-Requena alrededor del 6%. Las I.G.P de Castelló y el terrerazo, no llegan al 1%. En las tres D.O se produce una evolución creciente en el numero de bodegas embotelladoras y decreciente en el de no embotelladoras.

La uva predominante en la zona es la Bobal, Tempranillo y Garnacha, ideales para la obtención de vinos tintos, de crianza, reserva y gran reserva. Estas variedades anteriores, mas las tintas Cabernet, Sauvignon y Merlot, y junto con la variedad Tempranillo, dan lugar a tintos para envejecimiento y larga crianza.

En la Comunitat Valenciana, se encuentra muy extendido el consumo de dos tipos de vino, el Moscatell y la Mistela.

La comarca de la Marina Alta, al norte de la provincia de Alicante y la zona que recoge los municipios de Cheste, Chiva y Godolleta en la provincia de Valencia albergan la mayor producción de Moscatell. Entre ellos existen ligeras diferencias de graduación alcohólica y maduración. Este tipo de moscatel es el llamado romano o de Alejandría.

La mistela es un licor elaborado con la mezcla de mosto de uva y alcohol. Generalmente de sabor dulce, se toma como acompañamiento de los postresLa mistela (también llamada ron en algunos ámbitos populares, cuando el mosto es apagado con ron) es típica de muchas zonas de España; entre ellas la Marina Alta, Turís, Utiel, Requena, Campo del Turia (Casinos, Liria,...) y Cheste.



3.2. Producción de cava en la Comunitat Valenciana

Según el Consejo Regulador del Cava, la "Región del Cava" está formada por un total de 159 municipios de las provincias de Barcelona (63), Tarragona (52), Lleida (12), Girona (5), La Rioja (18), Álava (3), Zaragoza (2), Navarra (2), Valencia (1) y Badajoz (1), que en su conjunto configuran la zona de producción delimitada del Cava y, por tanto, son los únicos con plena capacidad legal para producir este tipo de vino espumoso y comercializarlo bajo este nombre. Un total de 238 empresas elaboran cava en 2016.

De todas estas zonas, en la Comunitat Valenciana, municipio de Requena es el único que puede elaborar Cava de la Comunidad Valenciana. La Ley 24/2003 de la Viña y el Vino en su artículo 13, apartado 2, dice: "La Denominación Cava tiene a todo los efectos la consideración de denominación de origen".



La Comunidad Valenciana produce cavas de mucha calidad, en sus zonas vinícolas. La uva Macabeo, mezclada con la Planta Nova, o con la Chardonnay, dan como producto final el Cava.

3.3. Producción de vino ecológico en al Comunitat Valenciana

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica es competencia de las Comunidades Autónomas y se lleva a cabo mayoritariamente por autoridades de control públicas. En la Comunitat Valenciana se llevan a cabo estos controles a través del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV).



Los vinos catalogados como ecológicos, han de tener una serie de cualidades, como haber sido elaborados a partir del cultivo orgánico de la vid, respeto al medio ambiente, utilización óptima de los recursos naturales. Se prohíbe el uso de fertilizantes químicos, insecticidas y herbicidas sintéticos, intentando que no existan residuos en la fruta. Emplear de la vegetación autóctona, y el uso de insectos depredadores para el control de plagas y la utilización de fertilizantes orgánicos. Se emplean levaduras locales en el proceso de fermentación y se limita el contenido de sulfitos.



| SUPERFICIE DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (ha) POR TIPO DE CULTIVO CULTIVOS PERMANENTES. AÑO 2014 | | | | | | | | | |
|--|-------------------|------------------|--------------------|----------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------|------------------------------|
| Comunidad Autónoma | Frutales | Bayas cultivadas | Frutos secos | Plataneras y subtropicales | Cítricos | Viñedos | Olivar | Otros | TOTAL (cultivos permanentes) |
| ANDALUCÍA | 972,0699 | 130,5578 | 36.552,7340 | 885,1862 | 4.187,6308 | 757,7869 | 58.004,4517 | 124.067,5450 | 225.557,9623 |
| ARAGÓN | 304,5100 | | 1.571,4310 | 17,2600 | | 790,1700 | 2.348,5100 | 18,9000 | 5.050,7810 |
| ASTURIAS | 142,8148 | 28,3438 | 35,1574 | 6,5901 | 0,8784 | 0,4714 | | 0,0380 | 214,2935 |
| BALEARES | 101,4766 | 0,1200 | 3.128,7926 | 58,8500 | 59,3278 | 454,7235 | 573,2324 | 221,8507 | 4.598,3736 |
| CANARIAS | 193,7207 | 0,0150 | 36,1639 | 402,8588 | 50,0529 | 645,0556 | 53,6520 | 123,6502 | 1.505,1691 |
| CANTABRIA | 0,4100 | 17,9500 | 4,5000 | | | | | | 22,8600 |
| CASTILLA-LA MANCHA | 216,2100 | 1,6500 | 16.776,1200 | 7,9000 | | 47.142,7800 | 62.222,0900 | | 126.366,7500 |
| CASTILLA Y LEÓN | 23,6450 | 2,9200 | 86,7912 | 1,0300 | | 2.173,3155 | 168,5600 | 3,5700 | 2.459,8317 |
| CATALUÑA | 476,2900 | | 2.435,5000 | 40,0200 | 117,7000 | 9.471,6388 | 6.624,4000 | 345,0200 | 19.510,5688 |
| EXTREMADURA | 716,5120 | 1,4300 | 1.654,6500 | 575,0200 | 19,3500 | 2.265,5810 | 31.537,2080 | 0,5600 | 36.770,3110 |
| GALICIA | 250,8371 | 5,8568 | 966,1882 | 0,9177 | | 75,5456 | 2,3638 | | 1.301,7092 |
| MADRID | 5,0512 | 2,4525 | 33,7895 | 4,9969 | | 436,4992 | 3.322,2135 | | 3.805,0028 |
| MURCIA | 416,3600 | | 24.415,8900 | 67,9000 | 1.381,0500 | 10.539,5900 | 3.006,7800 | 17,2800 | 39.844,8500 |
| NAVARRA | 123,7300 | 1,0100 | 199,5700 | 18,3300 | | 947,6600 | 469,5800 | 2,3200 | 1.762,2000 |
| LA RIOJA | 60,8349 | | 800,3670 | 1,6103 | | 762,6216 | 639,7080 | | 2.265,1418 |
| PAÍS VASCO | 165,0700 | 8,7500 | 15,3600 | 7,2000 | 0,2100 | 432,7200 | 16,7400 | 1,6000 | 647,6500 |
| COMUNIDAD VALENCIANA | 401,8789 | 0,2068 | 5.932,6023 | 213,9300 | 1.203,5936 | 7.484,6658 | 3.401,1544 | 2,8154 | 18.640,8472 |
| TOTAL NACIONAL (ha) | 4.571,4211 | 201,2627 | 94.645,6071 | 2.309,6000 | 7.019,7935 | 84.380,8249 | 172.390,6438 | 124.805,1493 | 490.324,3024 |

Tabla 14. Superficie de agricultura ecológica por tipo de cultivo España en el año 2014.

Fuente: MAGRAMA. Consulta julio 2016

De las 84.000 hectáreas de viñedo ecológico en España (los últimos datos de estadísticas del MAGRAMA son de 2014), se cultivaban en la Comunitat Valenciana 7500 hectáreas. De estas casi 7500 hectáreas que ocupaba la superficie de viñedo ecológico en la Comunitat, el 74% se encontraba en la provincia de Valencia, y el 25 % correspondía a la provincia de Alicante. En la provincia de Castellón no llegaba al 1%.

| SUPERFICIE DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (ha) POR TIPO DE CULTIVO CULTIVOS PERMANENTES. AÑO 2014 | | | | | | | | | |
|--|-----------------|------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|------------------------------|
| PROVINCIA / COMUNIDAD AUTÓNOMA | Frutales | Bayas cultivadas | Frutos secos | Plataneras y subtropicales | Cítricos | Viñedos | Olivar | Otros | TOTAL (cultivos permanentes) |
| ALICANTE | 211,5156 | | 3.702,9528 | 12,5740 | 449,8821 | 1.956,8132 | 2.045,8299 | 0,2413 | 8.379,8089 |
| CASTELLÓN | 10,9118 | | 197,6271 | 0,6550 | 46,7818 | 5,4594 | 204,9238 | 2,1137 | 468,4726 |
| VALENCIA | 179,4515 | 0,2068 | 2.032,0224 | 200,7010 | 706,9297 | 5.522,3932 | 1.150,4007 | 0,4604 | 9.792,5657 |
| TOTAL C. VALENCIANA | 401,8789 | 0,2068 | 5.932,6023 | 213,9300 | 1.203,5936 | 7.484,6658 | 3.401,1544 | 2,8154 | 18.640,8472 |

Tabla 15. Superficie de agricultura ecológica por tipo de cultivo en las provincias de la CV en el año 2014

Fuente: MAGRAMA. Consulta julio 2016

Los productos certificados como ecológicos, tienen un nicho de mercado cada vez más grande. La bodega valenciana Aranleón, exporta un cuarto de su producción a Canadá, donde existe una demanda creciente de vinos ecológicos. La bodega Aranleón fue en 2015 el mayor vendedor de vinos ecológicos de la provincia de Quebec, con un total de 100.000 botellas vendidas. La actividad exportadora de Aranleón ha potenciado el empleo local, la preservación de una actividad económica histórica y respetuosa con el medio ambiente, así como aumentar su superficie de cultivo.

4. Evolución de la exportación de vino valenciano

Muchas empresas tuvieron que buscar mercado en el exterior tras la crisis de 2008, al caer el consumo en España. Para poder seguir con la producción se lanzaron a buscar una oportunidad en el mercado internacional.

El Instituto Valenciano de Exportación ha abierto delegaciones en varios países. Las redes se han reforzado para favorecer así las exportaciones con otros países. La existencia de oficinas en otros países favorece la recopilación de información al tratar de establecer las redes comerciales y facilita la entrada en esos países.

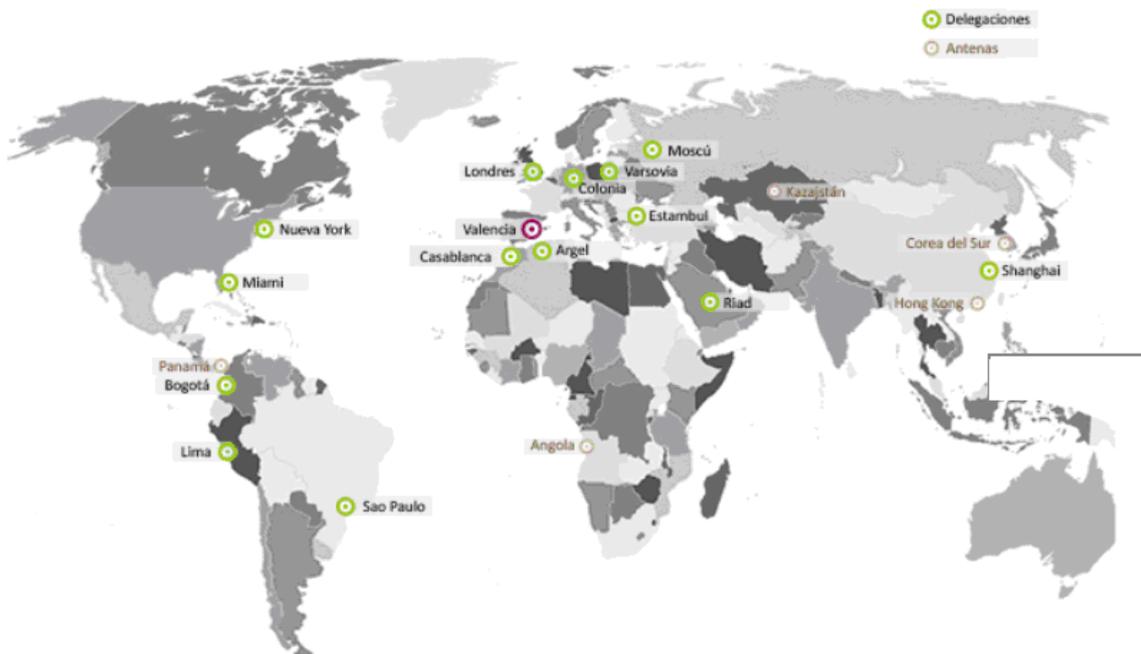


Figura 2. Delegaciones del Instituto valenciano de Exportación.

Fuente: Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial-IVACE. Consulta julio 2016

En la práctica totalidad de países, se realizan ferias agroalimentarias. Se realizan diferentes acciones de promoción, como éstas ferias, presentaciones, promociones en eventos y hoteles. Las ferias son un excelente lugar para dar a conocer los productos y conocer a posibles distribuidores en los países destino. Muchas de estas acciones se financian o cofinancian con fondos de ayudas europeas.

A nivel local, en la Comunitat Valenciana se realizan varias ferias agroalimentarias. Una de ellas, y que reúne a valencianos y turistas alrededor de un centenar de stands y más de ochenta empresas asociadas a PROAVA, todas ellas *made in Comunitat Valenciana* y con representación de los tres consejos reguladores de la Comunitat.



En 2014 se exportaron vinos de la Comunitat Valenciana valorados en 156 millones de euros, situándose como la 5ª región española más exportadora con un 7% del total de España.

Francia fue el primer destino (con un 13% del total y crecimiento +13%) seguido por Alemania (9% y crecimiento +16%).

Junto con Países Bajos, Costa de Marfil y Estados Unidos representan un 39 % del total exportado. Lituania (+73%), Países Bajos (+55%) y China (+24%) han destacado como los mercados más dinámicos, al considerar los principales destinos de esos productos.

En la siguiente tabla se pueden ver los principales destinos de vinos de la Comunitat Valenciana.

PRINCIPALES DESTINOS DE VINO DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2014

| PAÍS | EXPORT | % S/T | % VARIAC. EXPORT |
|---------------------|--------|--------|------------------|
| 001 FRANCIA | 19,68 | 12,64 | 12,80 |
| 004 ALEMANIA | 13,84 | 8,89 | 16,36 |
| 003 PAÍSES BAJOS | 9,96 | 6,40 | 54,86 |
| 272 COSTA DE MARFIL | 8,80 | 5,66 | -12,89 |
| 400 ESTADOS UNIDOS | 8,74 | 5,61 | -27,57 |
| 720 CHINA | 7,53 | 4,84 | 23,61 |
| 732 JAPÓN | 7,41 | 4,76 | -4,61 |
| 006 REINO UNIDO | 7,11 | 4,57 | -12,06 |
| 039 SUIZA | 5,99 | 3,85 | -5,50 |
| 055 LITUANIA | 5,56 | 3,57 | 73,15 |
| 005 ITALIA | 5,32 | 3,42 | -39,15 |
| 075 RUSIA | 4,92 | 3,16 | -36,65 |
| 404 CANADÁ | 4,53 | 2,91 | 3,60 |
| 017 BÉLGICA | 4,09 | 2,63 | 1,56 |
| SUBTOTAL | 113,49 | 72,92 | -- |
| TOTAL | 155,64 | 100,00 | -1,43 |

Tabla 16. Principales destinos de vino de la Comunitat Valenciana 2014.

Fuente: IVACE. Consulta julio 2016



Por tipo de producto, el vino de uva embotellado es el más exportado, con un 60% de las exportaciones de vino. Los vinos espumosos fueron los más dinámicos con tasas de crecimiento del 10%.

| CODIGO PRODUCTO | EXPORT | % S/T | % VARIAC. EXPORT |
|--|---------------|------------|------------------|
| 220421 VINO DE UVAS FRESCAS EMBOTELLADO (EN RECIPIENTES <= 2 LITROS) | 93 | 60 | 3 |
| 220429 VINO DE UVAS FRESCAS, A GRANEL (EN RECIPIENTES >2 LITROS) | 53 | 34 | -8 |
| 220410 - VINO ESPUMOSO: | 8 | 5 | 10 |
| 220430 - LOS DEMÁS MOSTOS DE UVA: | 2 | 1 | -50 |
| TOTAL VINOS (2204) | 155,64 | 100 | -1,43 |

Tabla 17. Exportación de vino desglosado por productos, en millones de euro, de la Comunitat Valenciana 2014.
Fuente IVACE, Consulta julio 2016

En la Comunidad Valenciana se dispone de una de las grandes superficies vitivinícolas de España, las instalaciones de las que disponen nuestras bodegas, cooperativas y asociaciones de productores, el personal cualificado y el clima, nos dotan de los factores imprescindibles para producir grandes vinos. Los avances tecnológicos en el sector, ayudan a dar a conocer un producto como el vino. En la actualidad, la crisis ha provocado que muchas bodegas españolas no sean viables. De ahí que muchas cooperativas se hayan agrupado en otras mayores y que en algunos casos, incluso se hayan recuperado viñas, como sería el caso del proyecto "Microviñas". Un proyecto nacido en 2004 en la provincia de Alicante, con un concepto similar al del comercio justo. Varias viñas pequeñas dimensiones se han unido y han conseguido producir vino con variedades autóctonas, e impedir el abandono de los campos.

Las ayudas al sector, tanto por parte de la Administración Estatal como de la Autonómica, podrían considerarse factores que han ayudado a la apertura de mercados. Un total de 44 bodegas valencianas recibieron ayudas para la promoción de sus vinos en mercados de países no pertenecientes a la Unión Europea en 2014 y 2015 en el marco del Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español que la Conselleria de Presidencia y Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua desarrolla en la Comunitat Valenciana. El importe total de las subvenciones ascendió a 5,7 millones de euros y el objetivo es fomentar el conocimiento de las características de los vinos valencianos en los consumidores de mercados extracomunitarios donde se quieren introducir.

La participación en ferias internacionales, así como otros proyectos de tipo promocional, vienen financiadas también por estas ayudas al sector. Se incluyeron en esta vía de financiación vinos con indicación geográfica protegida, que tengan denominación de origen, que se indique en el etiquetado la variedad o variedades de uva y el año en el que se hayan producido.

Gracias en parte a estas ayudas, y al saber hacer de cooperativas, bodegueros y asociaciones de productores, se consiguió una mejora en las exportaciones. de vino de la Comunitat Valenciana, que entre enero y septiembre de 2015 supusieron 112,2 millones de euros con Costa de Marfil, EEUU y Japón como principales compradores no comunitarios.

Pero se sigue intentando dar a conocer los vinos valencianos en otros mercados y poder ocupar mejores puestos.



Como se puede ver en el siguiente gráfico del MAGRAMA, la Comunitat Valenciana está por debajo de las otras comunidades autónomas en precio medio de venta por litro. El menor precio de los vinos valencianos, podría suponer una ventaja competitiva a la hora de vender nuestros vinos a otros países. La Comunitat Valenciana tiene el precio de exportación más barato de todo el Estado español y fruto de esta errónea política comercial vitivinícola los productores de la Comunitat Valenciana son los que más barata cobran la uva de todo el Estado.

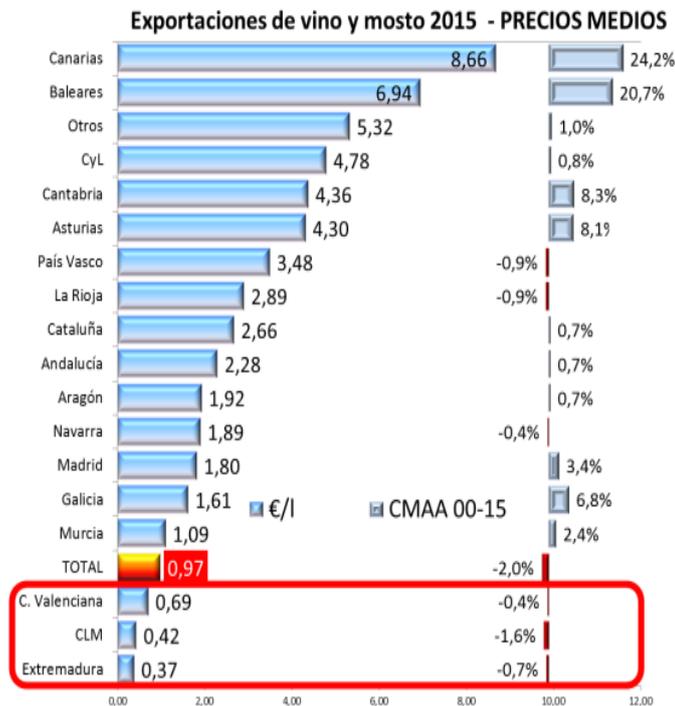


Gráfico 14. Precio medio €/l de vino y mosto año 2015

Fuente: Producciones MAGRAMA. Consulta julio 2016

Debido a la modernización de las instalaciones, ayudas a la producción, una materia prima de una calidad extraordinaria debido al saber hacer de los agricultores valencianos, una preocupación por mantener las tradiciones, mano de obra cualificada, precios competitivos y un afán de colonización del mercado mundial vitivinícola ya que las bodegas valencianas, exportan a todos los continentes, hacen que el mercado de vinos de la Comunitat Valenciana, puedan competir en los mercados internacionales.

Los viticultores se han caracterizado por haber realizado siempre un gran trabajo, la modernización de las instalaciones junto a los Consejos Reguladores de las tres denominaciones de origen, han logrado situar los vinos de la Comunidad Valenciana en las mejores mesas del mundo.

Muchos compradores antes de comprar un caldo, tenían como referencia la puntuación que obtenían los vinos en La guía Peñín o la guía Parker. Actualmente, además, Los consumidores tienden a dejarse asesorar y a realizar las compras de vinos en sitios especializados, como vinotecas.



El sector del vino valenciano vive un momento muy dulce, simplemente revisando las principales guías de vino de España y encontrando en ellas nuestros vinos y viendo los premios de nuestros vinos en concursos de todo el mundo. Los premios a nuestros vinos ayudan al reconocimiento a nivel mundial de nuestro producto.

Vicente Gandía Plá, está presente en 85 países, donde comercializa el 80% de su producción, entre los que destacan EE.UU., donde Bodegas Vicente Gandía ha creado la filial Vicente Gandía USA Inc., así como Rusia, Japón, China, México o Irlanda, por el crecimiento experimentado en los últimos años. Tiene una línea de vinos con diseños de George Clooney o Penélope Cruz. El ranking Plimsoll, sitúa a Bodegas Vicente Gandía como una de las 46 bodegas más rentables de Europa. Como curiosidad, indicar que su actual presidente es miembro de la orden Los caballeros del vino en Reino Unido.

El grupo Coviñas (Enterizo), celebra este año su cincuenta aniversario.

Bodegas y Viñedos de Utiel, con su gama Nodus, se ha consolidado en la restauración y está presente en las cartas de los principales restaurantes de la Comunitat Valenciana.

El Finca Terrerazo (bodega Mustiguillo) obtuvo el año pasado en el mercado británico la máxima distinción en los premios Decanter.

Cueva de la Culpa (bodegas Murviedro), fue elegido mejor vino de España en 2014 por el MAGRAMA.

Pero a parte de los vinos, el sector valenciano cuenta con excelentes cavas. La elaboración se concentra exclusivamente en el término municipal de Requena experimentado un increíble crecimiento en cuanto a su producción desde 2014, y la previsión sigue siendo de un importante crecimiento. Unión Vinícola del Este se ha convertido en el mayor productor de cava en la Comunitat Valenciana. Dominio de la Vega, tiene en sus bodegas un Brut Reserva Especial, que llega a países de acceso vía monopolio como Canadá, Noruega o Finlandia.

Las ayudas al Desarrollo Rural, han favorecido el desarrollo del turismo en zonas como Chulilla o Calles. En el municipio valenciano de Calles se encuentran las bodegas Vegamar. Tras los recientes éxitos de Bodegas Vegamar en Alemania, Francia y el Reino Unido, ahora en 2016 recibe premios en Canadá en el certamen "Sélections Mondiales des Vins".

El palmarés de premios obtenidos por los diferentes vinos valencianos, facilita bastante la introducción de estos vinos en otros países. Gracias a estos premios, estos vinos obtienen reconocimiento a nivel mundial.



5. Mercados potenciales

Los diferentes acuerdos mantenidos entre países, han favorecido la reducción de las barreras de entrada en países donde existe un mayor control de las bebidas alcohólicas por parte del Estado, como Canadá o Suiza.

Con Canadá, se dispone de un acuerdo que facilita la entrada de vinos europeos y permite a los vinos españoles competir en igualdad de condiciones y homologa automáticamente los vinos ecológicos certificados en la UE. En el caso de Canadá, existe un intenso control del Gobierno sobre la oferta del vino y supone una barrera de entrada importante. En cada provincia del país existe una Cámara de Licores ("Liquor 21 Board"), dependiente del gobierno provincial, que actúa como monopolio controlando la importación, comercialización y distribución de bebidas alcohólicas en esa zona. En 2003 se firmó un acuerdo para proteger la mayoría de las denominaciones de origen de vinos europeos. Y es que, como hemos comentado, Italia, España y Francia son los tres principales productores de vino del planeta, ya que producen más de la mitad del vino consumido en todo el mundo. Este tratado comercial suprimía los aranceles a la importación de vino europeo y otorgaba unas condiciones más ventajosas para la entrada de los productos comunitarios en las diferentes provincias canadienses.

Los acuerdos comerciales han permitido que multitud de bodegas españolas, como es el caso de la bodega valenciana Aranleón, puedan hacer frente en los mercados internacionales a vinos con estrategias comerciales más agresivas. Aranleón exportó a Canadá en el año 2015 más de 100.000 botellas de vino ecológico.

Asimismo, estas exportaciones también han facilitado la proyección internacional de la D.O. Utiel-Requena y D.O. Valencia como destino turístico enológico. En estos momentos disponemos de varios paquetes vacacionales con destino varias bodegas de la Comunitat, en los que se incluye la visita a los viñedos, visita a la Bodega, catas, e incluso la posibilidad de pernoctar en alguna de las bodegas a un previo asequible. Estos paquetes se ofrecen a visitantes y turistas.

A diferencia de las superficies de viñedo de Australia, Argentina, Canadá, Chile, Nueva Zelanda Sudáfrica y Estados Unidos donde las viñas en extensión son al menos 20 veces más grandes que las europeas, la producción europea sigue siendo elevada. Los sistemas de producción europeos son tradicionales. Aunque la superficie de estos anteriores países sea elevada, el 60% de la superficie cultivada para la producción de vino se ubica en la Unión Europea, y dentro de la UE-28 la mayor superficie cultivada la tiene el territorio español.

Estados Unidos destaca por un alto nivel de inversión en I + D + i (Investigación, Desarrollo e innovación). Respecto a la industria vinícola, los principales avances se han enfocado a la producción de vinos ecológicos, de creciente demanda en el mercado estadounidense. El objetivo de las técnicas empleadas es excluir el uso de plaguicidas y fertilizantes de las uvas, buscando alternativas más beneficiosas para el ser humano, y que también resulten rentables desde el punto de vista del productor.

En Australia se han realizado los mayores avances en el campo de la tecnología vinícola. Se han realizado importantes inversiones en el ámbito de la investigación y desarrollo de técnicas vinícolas. Se han incorporado técnicas de cultivo más ecológicas.

Entre abril de 2015 y marzo de 2016 (interanual a marzo de 2016) han aumentado sobre el 20% las exportaciones de vino español a Asia. China adelanta a Japón y es por tanto el primer mercado asiático de compra de nuestros productos. Son datos que proporciona el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) en una serie de informes por estas áreas geográficas.

En cuanto a Latinoamérica el vino exportado estaría en una situación de inferioridad. Esto se debería a la existencia de vinos argentinos y chilenos, que cuentan con un precio final de mercado inferior al de los vinos valencianos y españoles.

En el lado negativo, las ventas de vino español a África cayeron un 11,5% en volumen y un 14,5% en valor. Nigeria y Angola protagonizaron principalmente este descenso, con muy buenos datos para Costa de Marfil, que se consolida como primer destino africano para nuestros vinos.

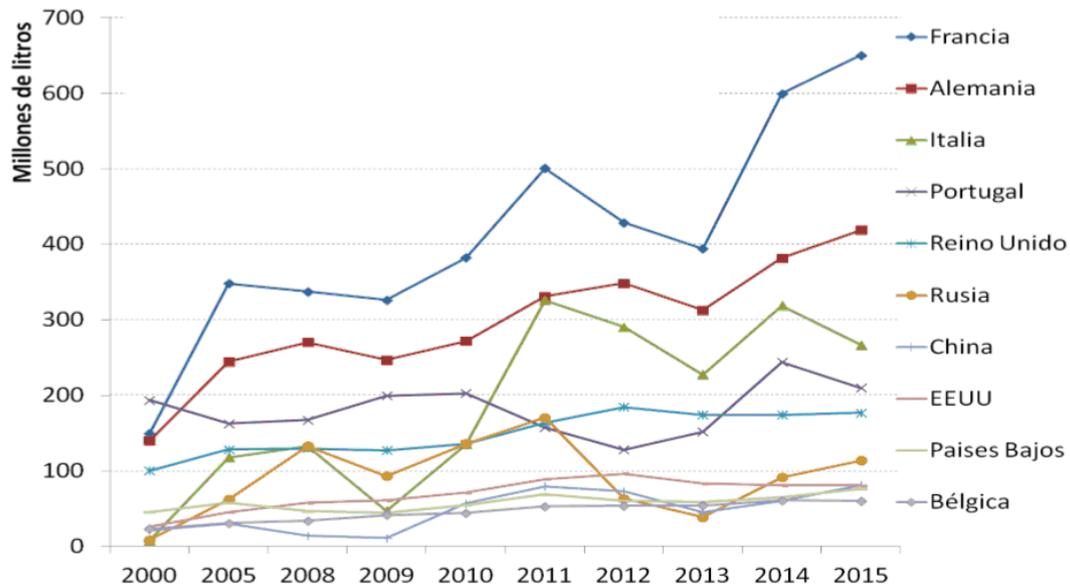


Gráfico 15. Principales mercados a los que exporta España.

Fuente: Magrama, consulta julio 2016

La mayoría de las exportaciones de vino por parte de la Unión Europea son intracomunitarias, es decir, demandantes dentro de la misma UE.

Dentro de las exportaciones se pueden crear dos grupos diferenciados dentro del comercio del vino: vino de mesa y vinos con denominación de origen PRD (D.O. en España, A.O.C. en Francia, DOCG en Italia, QmP en Alemania, D.O.C. en Portugal) .



Los primeros tienen una calidad muy inferior a los de denominación de origen aparte de que estos últimos tienen una consideración tanto nacional como internacional especial y cumplen unas características y requerimientos más estrictos que los de mesa. A parte de la calidad es factor diferenciador entre ambos es el precio. Debido a ser más alto el precio de los vinos con denominación de origen las exportaciones extra EU de éstos son más reducidas que las de vino de mesa. Dentro de la Unión Europea sin embargo el consumo tanto de vino de mesa como de vino con denominación de origen son más o menos similares, si bien es cierto que los primeros tienen una cuota de mercado ligeramente mayor.

5.1 Mercados potenciales de vino ecológico

Una gran parte de las ventas de vinos ecológico españoles derivan de la demanda de países del centro y norte de Europa. Un ejemplo destacable es Suecia que duplicó las ventas de este tipo de vino el pasado año, y donde de cada 10 botellas de vino vendidas en el país escandinavo al menos una ya cuenta con el marchamo ecológico.

En Suecia las referencias ecológicas contabilizaron el 6,2% de las ventas de vino tinto en 2013, un año débil en facturación, siendo España, Argentina e Italia los países que copan el 75% del volumen de ventas. Entre los vinos ecológicos españoles -con gran prestigio en el exterior- que se venden en este país destaca Gosa Monastrell, que ha comercializado 1,5 millones de litros en bag-in-box, concretamente, envasado en cuatro bolsas por caja. La presentación bag-in-box con dispensador o canilla representa más del 50% de las ventas en el mercado sueco.

Systembolaget, monopolio estatal de tiendas de licores en Suecia, durante los primeros seis meses de 2014 incrementó un 80% las ventas de bebidas orgánicas, principalmente las de vinos y bebidas sin alcohol. De las ventas totales de la entidad, los productos orgánicos representan un 4,9% y, en el caso del vino, la cuota alcanza el 9,35%.

Otro de los grandes destinos del vino orgánico español es sin duda Alemania, siendo nuestro país uno de los principales suministradores de este tipo de vinos al país teutón junto con Italia. Según señala David Schwarzwälder de Weinwirtschaft, España está logrando posicionar sus vinos ecológicos en el sector Premium; “esta tendencia se está observando especialmente en vinos provenientes de DO con un clima que facilita los cultivos ecológicos, sobre las cuales los consumidores alemanes tienen poco conocimiento”.

Al otro lado del Atlántico, las expectativas de fuerte crecimiento de los vinos ecológicos han hecho que Estados Unidos modifique sus códigos arancelarios. Desde 2013 los vinos espumosos valorados en más de 1,59\$/litro, y los tintos y blancos valorados en más de 1,05\$/litro, tienen una nueva subdivisión: ecológicos, y no ecológicos. Esto, junto al acuerdo entre EE.UU. y la Unión Europea en 2009 que facilitó la homologación, mejorará el comercio de vino ecológico entre el país norteamericano y Europa, un nicho de mercado que se está transformando en un segmento importante del mercado.



6. Condiciones competitivas y necesidades de adaptación. Análisis estratégico.

En primer lugar, las empresas valencianas vienen determinadas por el tamaño y la estructura de propiedad del capital. Si hablamos de las condiciones competitivas de los vinos valencianos, deberíamos fijarnos en primer lugar si se dispone de algún producto que pudiera sustituir la falta de este. En cuanto a productos sustitutivos, tiene como productos sustitutivos prácticamente la totalidad de bebidas, tanto alcohólicas como no alcohólicas: cervezas, zumos y refrescos y el agua mineral.

El riesgo de ser sustituido por otro producto es mayor respecto a las bebidas espirituosas, y más en concreto, respecto a la cerveza. Sin embargo, las fuertes campañas de promoción, y un aumento generalizado de la apreciación del consumidor por los atributos del vino, está haciendo que este riesgo se reduzca.

Se han realizado campañas de publicidad en las que se destacan las propiedades del vino para la salud y en las que se ensalza el gran poder antioxidante de las uvas y la capacidad de la fruta para combatir la hipertensión arterial.

Como competidores actuales, además de los vinos de otras comunidades autónomas, a nivel de Europa podemos distinguir dos grandes bloques: la producción europea y la producción de otros países.

Impulsar la producción de variedades demandadas por los consumidores en el mundo Cabernet sauvignon o merlot, competencia directa con Chile, Australia, Argentina o Sudáfrica producen sobretodo las variedades Cabernet Sauvignon o merlot. Otra vía pasa por potenciar variedades españolas tradicionales al servicio de consumidores internacionales y cita especialmente la "tempranillo", tan extendida en La Rioja, como la mejor posicionada.

Los vinos europeos destacan por ser caldos con Denominaciones de Origen más reconocidas que las marcas en la mayoría de los casos, los países emergentes apuestan por las marcas fuertes y los vinos varietales.

- Mientras la UE (Unión Europea) regula todos los aspectos de la producción y elaboración y mantienen un rígido control sobre las prácticas enológicas, los países emergentes son mucho más tolerantes.
- El modelo europeo apuesta por la calidad diferencial, mientras la estrategia de las empresas de los países emergentes se basa en una apuesta por una calidad homogénea alta.
- La estructura empresarial está mucho más concentrada en los países emergentes y la dimensión empresarial es mayor.
- Las inversiones en marketing y publicidad de las empresas de los países emergentes son muy superiores a las de las europeas, donde se compagina la inversión privada con las genéricas de los vinos V.C.P.R.D

Diferentes países aparecen en estos momentos como clientes de los vinos valencianos.



Latinoamérica, la fortaleza de nuestros vinos frente a otros procedentes de otros países, están estrechamente relacionadas con la cercanía cultural entre España y estos países. Existe una afinidad por motivos históricos e idiomáticos, que favorece la creación de relaciones comerciales fluidas y duraderas con los agentes de esta zona. Aunque también se debería tener en cuenta la existencia de vinos chilenos y argentinos que compiten con nosotros por tener precios bajos.

En Asia, el perfil de alta calidad y precio ajustado ha supuesto una ventaja fundamental con respecto a otros competidores, que tienen buena imagen pero son considerablemente más caros (es el caso de algunos vinos franceses e italianos).

Si nos detenemos un momento en los canales de distribución de los vinos valencianos, antes de entrar en un país y dar a conocer el producto en otros países, las diferentes asociaciones y gobierno autonómico y han estudiado tanto el entorno político-legal, el cultural o el económico. Por lo que respecta al cultural o religioso, en determinados países el consumo de bebidas alcohólicas está permitido o sujeto a restricciones.

La distribución se realiza en los otros países a través de distribuidores, como puedan ser las grandes superficies y supermercados. Sigue teniendo gran importancia la distribución en el canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering).

Ha ayudado en gran medida a la distribución el porcentaje de empresas que tienen página web, ha pasado de un 33% a un 54% del total de empresas. Si hablamos del porcentaje sobre empresas que tienen conexión a Internet se ha pasado de un 41% a un 57%.

Tras la identificación del estado del sector en un contexto post-crisis, se aplica un análisis DAFO donde se identifican las principales debilidades y amenazas del sector, junto con las fortalezas y oportunidades, dando una visión de distintos factores desde un punto de vista interno y externo.

| Debilidades: | Amenazas: |
|--|--|
| - La Comunitat Valenciana tiene el precio de exportación más barato de todo el Estado español y fruto de esta errónea política comercial vitivinícola los productores de la Comunitat Valenciana son los que más barata cobran la uva de todo el Estado. | - Elevado grado de competencia en Europa y con otras Denominaciones de Origen españolas. |
| - En ocasiones es caro el envío del producto desde España. | - Competencia en Latinoamérica y EEUU con vinos chilenos y argentinos. |
| Fortalezas: | Oportunidades: |
| - Apuesta decidida de las bodegas valencianas por el enoturismo. | - El CRDO Valencia consiguió en febrero de 2011 la acreditación en ENAC para certificar los vinos con DOP Valencia, lo cual supone una ventaja comparativa en el embotellado de vinos y concretamente en la exportación, siendo la primera Denominación de Origen española de mayor volumen que ha logrado este certificado. |
| - Las Denominaciones de origen y algunas bodegas, dan buen uso de todas las redes sociales, con un fuerte enfoque de dar a conocer la bodega. | - Desde julio de 2012 se ha aprobado en la C.Valenciana un decreto que regula la comercialización de vinos varietales de acuerdo con la legislación europea. Esto supone una oportunidad y una vía de trabajo para aquellos operadores que puedan sentirse incómodos en una D.O. |
| - Personal cualificado. Y formación de grandes profesionales. | - El menor precio de los vinos valenciano respecto a otras Comunidades Autónomas. |
| - Elaboración de vinos orgánicos, que tienen gran demanda en diferentes países, como pueden ser Suecia y Canadá. | - Elevado flujo de población en la zona durante todo el año, especialmente en verano. |
| - Equipos de bodega y maquinaria de última generación. Gracias además a las diferentes ayudas de organismo públicos para impulsar la competitividad, reestructuración y la mejora de instalaciones. | - Localización privilegiada en una zona turística. |
| - Variedades adaptadas a los diferentes terrenos agrícolas. | - La realización de eventos durante todo el año en la bodega hace que se dé más a conocer: conciertos, jornadas gastronómicas, bodas, etc. |
| | - Mayor conocimiento general de los vinos y variedades. |
| | - Auge de la D.O. en el tapeo y en los restaurantes. |
| | - Oficinas del IVACE (Instituto valenciano de competitividad empresarial) en la mayoría de los países, puede favorecer dar a conocer los vinos valencianos, en países como Reino Unido y Rusia. |

Se han de tener en cuenta unos determinados factores cuando se ha intentado introducir el vino en un nuevo mercado, entre ellos criterios político-legales o criterios culturales.

Dentro de los factores económicos, se ha de tener en cuenta el profundo deterioro económico iniciado en 2008 y que afectó tanto a la economía internacional como a la nacional. Como se observa en el siguiente gráfico, la economía valenciana experimentó en 2009, un año después y debido a la crisis de 2008, una tasa de variación interanual negativa. El consumo a nivel nacional descendió.

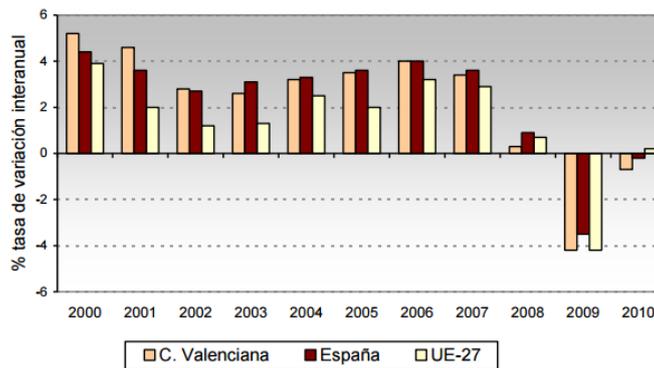


Gráfico 16. Evolución del producto interior bruto en la CV. Porcentaje de crecimiento interanual real. Datos año 2011

Fuente: Cámara de Comercio Valencia. Consulta septiembre 2016

La economía valenciana destaca por tener una elevada propensión comercial y exportadora de la producción agraria. La agricultura valenciana se encuentra mayoritariamente orientada hacia el consumo final, donde los mercados exteriores tienen un peso muy significativo.

Además de los criterios político-legales, económicos y criterios culturales, incide de manera importante la política de precios. Hay una clara tendencia a que el precio de un producto sea homogéneo en diferentes países. La posibilidad de realizar las compras en las web de los productores, favorece a aunar el precio de venta.

En vistas a comprar directamente en los diferentes países, los precios de venta en los diferentes distribuidores depende de varios factores, como puedan ser las tasas o aranceles que se le hayan aplicado al producto en un determinado país. Por ejemplo en Rusia, existen cuatro exacciones a las que está sometida la importación de vino: Aranceles de importación, que se aplican a todos los bienes; tasa de formalización aduanera, que se aplica a las mercancías que se introducen en territorio ruso; IVA, para los productos que se comercializan en Rusia y las accisas, que son un impuesto que grava la importación y exportación de determinados productos, entre ellos el vino. O Sobre EE.UU. que existen tres tipos de impuestos básicos que gravan el vino importado, según aclara un informe elaborado desde la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York. En primer lugar, los aranceles de importación, junto con la tasa aduanera, que van desde 0,06 dólares por litro para vinos de grado alcohólico no superior al 14% envasado en recipientes de menos de dos litros a 0,22 dólares para vinos exportados en recipientes de más de 4 litros, pasando por 0,19 dólares por litro de vino espumoso. A estos gravámenes hay que sumar los impuestos federales (Federal Alcohol Excise Tax) y los impuestos estatales (State Excise Tax y Sales Tax) que, difieren en cada Estado.



La localización dentro de una ciudad o de un país donde se vayan a comprar un producto, puede determinar la diferencia de precio de una botella de vino. Por ejemplo la compra de una vino en una vinoteca de la 5ª Avenida de Nueva York no tenga el mismo precio que el mismo vino en otra parte de la ciudad.

Un elemento que distingue a otro en cualquier organización es la marca. El sector vitivinícola no es ajeno a esta realidad, y en este sector tiene gran relevancia el rol de la marca. Al igual que en otros productos agro alimentarios, es importante el papel de las marcas colectivas, ligadas a una zona de procedencia del producto y que pueden ser utilizadas por múltiples empresas de dicha zona productiva. Sin embargo, existen. asimetrías de información entre lo que son e implican dichas marcas colectivas y su percepción por parte de los consumidores finales, que, con cierta frecuencia, las simplifica y percibe como el lugar de origen del producto. Además, las bodegas tienen sus propias marcas de productores, que coexisten con las marcas colectivas citada Política de marca, precios, producto, promoción y distribución.



7. Conclusiones

El mercado europeo es un mercado maduro y el consumidor europeo, tiene un perfil clásico, con una edad comprendida entre los 35 y los 65 años.

El mercado mundial del vino movió 28.048,2 millones de euros en 2015. De estos más de 28.000 millones de euros, 2.641 millones de euros se debieron a exportaciones por parte de España. Según fuentes del IVACE, Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial, en 2014 se exportaron vinos de la Comunitat Valenciana valorados en 156 millones de euro, situándose como la 5ª región española más exportadora con un 7% del total de España. El sector vitivinícola supone más del 1% del PIB español.

La producción mundial de vinos en 2015 ascendió a 274,4 millones de hectolitros, de los que producción europea corresponden a 171,1 millones de hectolitros. La producción española de vino ascendió a 41 millones de hectolitros.

España es un país productor y consumidor de vino. Tras la crisis de 2008, la mayoría de las empresas valencianas se vieron en la necesidad de buscar otros mercados para poder vender su producción. El consumo interior de vino descendió y aumentaron las exportaciones. Pese a esto, las empresas vitivinícolas valencianas han sabido mantenerse y crecer ante las adversidades, abriéndose a otros mercados.

Los países a nivel mundial que más exportan son Francia, Italia y España, en ese orden, y representan un 56% del volumen del mercado mundial. En 2015, el mercado internacional, considerando como tal la suma de las exportaciones de todos los países, alcanzaría un volumen de exportación de 104,3 millones de hectolitros (de los 274,4 millones de hectolitros producidos) y un valor de 28.300 millones de euros. Se ha producido un aumento considerable de las exportaciones con respecto a 2014 en Nueva Zelanda, Chile, España y Australia. Subida en la mayoría de los principales países exportadores, a excepción de Alemania. En 2015, el valor de las exportaciones subió más en los países del hemisferio sur y Estados Unidos que en los países europeos. En volumen, la mayoría de las exportaciones españolas sigue correspondiendo a exportaciones de vino embotellado.

España sigue vendiendo a precios muy inferiores a la media de diferentes países analizados por el OEMV, con un precio medio de hasta los 2,83 € por litro. El precio medio de venta español es de solo 1,10 euros por litro. Dentro del estado español, la Comunitat Valenciana es una de las comunidades que tienen los precios de venta por litro más bajos, el precio de venta es de 0,69 euros por litro.

El país con mayor superficie de viñedos ocupada es España, seguido de Francia e Italia. En general, se han mantenido casi todos los aspectos respecto a campañas anteriores, a excepción de China, que como se ha comentado, está aumentando su superficie ocupada de viñedo de forma progresiva. La superficie ocupada por viñedos en la Comunitat Valenciana es de aproximadamente 69.000 hectáreas, de las que 46.692 ha son de secano y 22.150 ha son de regadío. En España la superficie ocupada por viñedo ecológico asciende a un total de 84.000 hectáreas, de las que 7.500 hectáreas se cultivan en la Comunitat Valenciana.



La DO Utiel Requena ocupa casi 35.000 ha que corresponde a un 6% del total de superficie española con denominación de origen. La variedad Bobal ocupa un 75% del total de la superficie de viñedo de la DO Utiel-Requena. Las DO Valencia y Alicante ocupan 13.000 y 14.000 hectáreas respectivamente, que corresponden a un 2% del total de la superficie española de viñedo con DO. Además de las superficies con Indicación Geográfica Protegida y vinos de Pago, y la DO Cava. Las variedades más utilizadas en nuestra zona son Airen, Bobal, Moscatell ó Tempranillo entre otras.

Por gasto por país, los países que más gastan en vino en el mundo son Estados Unidos, China, Italia, Francia y Rusia, con unas cifras de gasto de entre 30.000 y 15.000€ millones de euros. La cifra total de gasto de vino mundial ascendió en 2015 a 219.669 millones de euros.

Por gasto por habitante, los países que más gastan en vino en el mundo son los italianos, portugueses, daneses, franceses y suecos, con gastos que oscilan entre los 450 y los 350 euros por habitante.

Por consumo en litros por país, los países en los que se bebe más vino son Estados Unidos, Francia, Italia, China y Alemania, con consumos que van desde los 3.300 hasta los 2.000 de litros. Por consumo en litros por habitante, los que mayor cantidad de vino beben en el mundo son los italianos, franceses, portugueses, daneses y belgas. A nivel español, los españoles que más vino consumen serían los andaluces, catalanes, madrileños, valencianos y canarios.

China y Rusia, se encuentran ya entre los mayores consumidores de vino. El mercado europeo se está orientando al control del mercado mundial de vino con la intención de competir con un producto de mayor calidad (vinos denominación de origen) y valor añadido mientras que los vinos de mesa se están dejando en un segundo plano.

La primacía mundial tanto en consumo, producción, exportación e importación de vino en la UE-27 seguiría manteniéndose los próximos años. Los países que integran la Unión Europea están alcanzado mediante normativas, leyes y objetivos comunes una integración entre sus mercado que beneficia al conjunto a la hora de poder competir contra países de las características de Estados Unidos donde las posibilidades de desarrollo del sector vinícola son muy altas.

Hay que tener presente, la importancia de los programas de apoyo y las ayudas al sector vitivinícola por parte de las diferentes Administraciones. Estas ayudas están destinadas para medidas de promoción de vinos en mercados de terceros países, reestructuración y reconversión de viñedos, destilación de subproductos, inversiones, innovación y cosecha en verde.

Tradicionalmente la elaboración se ha llevado a cabo mayoritariamente en cooperativas. Por lo general, son bodegas de pequeño tamaño y de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias. Se incorporan nuevas tecnologías, se investigan la adaptación de nuevas variedades, se intenta hacer un intenso trabajo en el campo para obtener el fruto idóneo, la agricultura ecológica se va imponiendo poco a poco.



Se realiza un análisis DAFO en el que se identifican como principales debilidades y amenazas los precios de productos y precio final tras el envío y la competencia con otras Denominaciones de Origen. Se identifican como principales fortalezas y oportunidades la formación de personal cualificado y las diferentes ayudas al sector y evolución de las TIC y la localización y ofertas turísticas y eventos para promocionar el vino de la Comunitat Valenciana, así como el aumento de la demanda y elaboración de vinos orgánicos.



8. Bibliografía

ALIMARKET (2016). **Anuario ALIMARKET Bebidas 2015**.

Cava Valenciano. Memoria anual 2015. Consultado en: <http://www.cavavalenciano.com/>

Comisión Europea (2016). España, exportador de vino y proveedor de Canadá. Consultado en: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/july/tradoc_154739.pdf

COMPÉS,R. Y CASTILLO,J.S. (2014). La economía del vino en España y en el mundo. Editorial Cajamar Caja Rural

Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Medio Rural y Marino. (2015) Análisis de la Economía Valenciana, el Sector Agrícola y los Aspectos del Desarrollo Rural. Programa de Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana PDR CV 2014-2020. Generalitat Valenciana.

Consejo Regulador del Cava (2016). Memoria anual 2015. Consultado en: <http://www.crcava.es/>

DATADEX (en línea): Estadísticas de Comercio Exterior de España.(2016) Consultado en: <http://datacomex.comercio.es/index.htm>

Denominación de Origen Alicante (2016). Memoria anual 2015. Consultado en: <http://www.vinosalicantedop.org>

Denominación de Origen Utiel-Requena (2016). Memoria Anual 2015.Consultado en : http://utielrequena.org/wp-content/uploads/2015/03/Memoria_2015.pdf

Denominación de Origen Valencia (2016). Memoria anual 2015. Consultado en: <http://www.dovalencia.info/>

GRANDE, I. y ABASCAL, E. (2009): Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Ed. ESIC. Madrid.

ICEX-España Exportación e Inversiones (2015): Análisis del Comercio Exterior Español-Sector 201. ICEX, Madrid.

MADRID,J., CENZANO,I. y ESTIRE,L. (2015). Vinos de España. Editorial AMV Ediciones.

MERINO, M. J.; PINTADO, T.; SÁNCHEZ, J.; GRANDE, I. y ESTÉVEZ, M. (2010): Introducción a la investigación de mercados. Ed. ESIC. Madrid.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación –MAGRAMA- (2016). Calidad diferenciada. Consultado en: <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/>



Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación –MAGRAMA- (2016). Calidad agroalimentaria. Consultado en: http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/CASTELLO_tcm7-215207.pdf

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación –MAGRAMA- (2016). Producciones agrícolas-Vitivinicultura. Consultado en: http://www.magrama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/160412pto2reunion12abrilanalisisuperficieyproduccionvitivinicola_tcm7-417729.pdf

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación –MAGRAMA- (2016). Regulación de los mercados. Consultado en: <http://www.magrama.gob.es/es/agricultura/temas/regulacion-de-los-mercados/organizaciones-comunes-de-mercado-y-regimenes-de-ayuda/ocm-vitivinicola/programa-apoyo.aspx>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación –MAGRAMA- (2016). Análisis exportación española de vino. Consultado en: http://www.magrama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/160609analisisexportacionesespanolasdevino_tcm7-424093.pdf

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación –MAGRAMA- (2016). Análisis exportación española de vino. Consultado en: <http://www.magrama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/vitivinicultura/#para1>

Instituto Nacional de Estadística –INE- (2015). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Consultado en: <http://www.ine.es/prensa/np933.pdf>

MORA, P. y CASTAING, Y. (2006): Buenas prácticas en marketing del vino. Ed. Mundi Prensa. Madrid.

OIV-International Organization of Vine and Wine (2015): Statistical Report on World Viticulture, OIV, París.

Observatorio Español del Mercado del Vino y Federación Española del Vino (2016): Genoma del consumidor de vino en España. OeMv, Madrid. Disponible previo registro en <http://www.oemv.es>.

RIVERA, L. M. (2013): Decisiones en marketing. Cliente y empresas. Ed. Universitat Politècnica de Valencia. Valencia.

RODRÍGUEZ-BARRIO, J. E.; RIVERA, L. M. y OLMEDA, M. (1990): Gestión comercial de la empresa agroalimentaria. Ed. Mundi-Prensa. Madrid.

ROUZET, E. y SEGUIN, G. (2005): El marketing del vino. Ed. Mundi Prensa. p. 233.

SAINZ DE VICUÑA, J. M. (2008): El plan de marketing en la práctica. ESIC Editorial Madrid.

SANTEMASES, M. (2007): Marketing. Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide.

Vegamar Bodegas. Memoria Anual 2015. Consultado en: <http://www.bodegasvegamar.com/>