



PONENCIA

EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA DE LA RIOJA

Sr. D. Emilio Barco Royo, Consultor de temas agrarios

INDICE

1 DE LA PRODUCCIÓN	3
2 DE LA ELABORACIÓN	7
3 DE LA COMERCIALIZACIÓN	9
3.1 EN ORIGEN	9
3.2 PRECIOS EN ORIGEN.....	11
3.3 EN DESTINO.....	14
5.3.1 Mercado interior	15
5.3.2 Mercado exterior	18
4 BALANCE DE LA DOC	20
5 EL ESCENARIO.....	22
5.1 EL SECTOR EN ESPAÑA.....	22
5.2 EL SECTOR EN LA UNIÓN EUROPEA.....	25
5.3 EL SECTOR EN EL MUNDO.....	27
6 ESTRATEGIAS, PLANES, VISIONES... ..	29
6.1 LA TEORÍA	29
6.2 LA PRÁCTICA.....	33

1 DE LA PRODUCCIÓN

La superficie de viñedo inscrita en el registro del Consejo Regulador ha pasado de 38.347 hectáreas en el año 1983 a 57.448 en el año 2000, observándose que en el periodo 1983-1990 la superficie registrada crece a un ritmo medio anual del 2,9 por ciento, en tanto que en el periodo 1990-2000 el crecimiento es del 2,1 por ciento anual, observándose en la última década dos etapas bien diferenciadas: Hasta 1996 se produce un aumento moderado de la superficie de viñedo (3.983 hectáreas entre 1990 y 1996) con descenso incluso de la superficie productiva en el año 1996, y un aumento superior al crecimiento medio anual entre 1996 y 2000 (6.717 hectáreas).

Desde el año 1983 la superficie de viñedo de la DOC prácticamente se ha multiplicado por 1,5 al aumentar un 49,79 por ciento respecto de la superficie registrada aquel año, observándose que este crecimiento relativo ha sido muy diferente en cada una de las CCAA. En La Rioja este crecimiento ha sido del 45,21 por ciento, en Alava del 49,96 por ciento y en Navarra del 92,38 por ciento. Esta Comunidad prácticamente ha duplicado la superficie de viñedo inscrito en la DOC desde el año 1983.

El rendimiento real desde el año 1985 (año de producción elevada) ha crecido con una Tasa Anual de Variación del 2,7 por ciento, en tanto que en el mismo periodo la superficie productiva de viñedo lo ha hecho con una tasa del 1,97 por ciento, cifras que vienen a subrayar el peso de cada uno de estos dos factores en el crecimiento observado en la producción.

La media móvil del rendimiento real en el periodo 1985-2000 nos permite apreciar un aumento del mismo del orden de 100 litros por hectárea y año, observándose como el rendimiento oscila entorno a 4.000 litros por hectárea en la década de los ochenta, para pasar a oscilar en el entorno de los 5.000 litros en los años noventa, con un aumento importante en el año 1998 (5.869 litros por hectárea) y en el 2000 (6.823). En esta tendencia el rendimiento medio real se situaría entorno a los 6.000 litros por hectárea en los próximos años.

En la serie de producción 1985-2000 se observa que la producción amparada no superó el cien por cien de la producción máxima contemplada en la reglamentación de la DOC hasta el año 1996, siendo lo normal superarla en los años siguientes, con la excepción de la cosecha de 1999 por razones climatológicas. Hasta el año 1995 el volumen de cosecha amparado se movía entorno al 75 por ciento de la producción máxima amparable con los rendimientos

establecidos en la DOC, observándose como a partir de ese año superar el nivel máximo de producción es lo normal.

La producción amparada ha aumentado entre 1985 y 2000 con una tasa anual de variación del 3,93 por ciento, esto es, la producción amparada ha crecido a un ritmo que duplica el crecimiento observado en la superficie productiva, (TAV 1985-2000 =1,94) como consecuencia del aumento del rendimiento amparado en la DOC.

Las diferencias que se observan en las series de producciones reales y producciones amparadas y que hasta el año 1995 planteaban el debate de ajustar el rendimiento en cada campaña en niveles inferiores al 100 por cien del rendimiento máximo contemplado en la reglamentación de la DOC, desde el año 1996 plantean nuevas posibilidades de intervenir en el mercado aumentando este rendimiento máximo y, lo que es más importante, entre los años 1996 y 2000 se ha puesto de manifiesto que es perfectamente posible obtener una producción significativa en volumen que no es amparada por la DOC, descalificada por razones exclusivamente cuantitativas, al margen del volumen que cada año, desde la puesta en marcha en 1985 del plan de control de calidad, se descalifica.

El ajuste de la producción total nos permite estimar, en la tendencia observada entre 1970 y 2000, una producción media para el quinquenio 2001-2005 de 364,2 millones de litros, en tanto que el ajuste de la serie de producción amparada sitúa la producción media amparada para el próximo quinquenio en 337,4 millones de litros. Es evidente que el ajuste incluye producciones amparadas con autorización de rendimientos superiores al 100 por cien del máximo reglamentario por lo que de no producirse situación tal en los próximos años, el ajuste carecería de toda validez.

La producción amparada entre 1970 y 2000 ha crecido con una Tasa Anual del 3,39 por ciento, observándose que esta tasa media esconde diferencias importantes entre periodos concretos. El ritmo de aumento de la producción es menor en los años ochenta (TAV 1980-90 = 1,34 por ciento) en tanto que la década de los noventa se presenta con un crecimiento que duplica la tasa de crecimiento en el periodo 1970-2000, observándose, además, que la mayor tasa de aumento de la producción se da en el último quinquenio (TAV 1995-2000 = 7,30 por ciento), lo que no hace sino reflejar el aumento del rendimiento máximo autorizado hasta el 125 por ciento en algunas cosechas del quinquenio.

La superficie registrada en la DOC en el año 2000 se distribuye en 108.137 parcelas. Este dato nos permite apuntar la que ha sido siempre la característica estructural principal del viñedo en la DOC: el alto grado de parcelación y el reducido tamaño medio de las parcelas. El tamaño medio de la parcela en la DOC es de 0,53 hectáreas, no habiéndose producido ninguna mejora en este indicador durante el periodo que estamos analizando, sino más bien al contrario, se ha producido un cierto deterioro como consecuencia del aumento de las plantaciones en parcelas de poca superficie. Este indicador nos muestra un mayor tamaño medio de las parcelas en Navarra.

En el periodo que estamos analizando, 1983-2000, el rejuvenecimiento del viñedo es, sin ninguna duda, la característica principal del cambio estructural que se ha producido en la DOC. Si hasta el año 1990 la superficie de viñedo con más de 40 años se situaba en valores absolutos entorno a las 14.000 hectáreas, y en valores relativos oscilaba alrededor de la tercera parte de la superficie total de la DOC, en la década de los años noventa esta situación se altera profundamente, reduciéndose en casi cuatro mil hectáreas en valores absolutos la superficie de viñedo de más de 40 años de edad, representando este tipo de viñedo el 18,1 por ciento de la superficie total de la DOC.

Desde el año 1983, la viticultura de la DOC Rioja muestra una clara tendencia a la concentración de la producción en variedades tintas y entre estas preferentemente en la variedad tempranillo. La superficie de variedades blancas que en el año 1983 representaba el 20,3 por ciento de la superficie de viñedo de la DOC representa en el año 2000 el 12,8 por ciento siendo la variedad dominante la viura, con una superficie casi marginal del resto de variedades blancas. La superficie de variedades tintas casi se ha duplicado en el periodo que estamos analizando, con una clara tendencia al dominio de la variedad tempranillo sobre las demás. Esta variedad representa ya las dos terceras partes de la superficie de viñedo de la DOC.

Los datos del registro del Consejo Regulador para el año 1999 sobre superficie inscrita (55.141 has.) y titulares (18.545) sitúan la superficie media por titular en 3 hectáreas de viñedo, ahora bien, cabe preguntarse si la propiedad del viñedo de la DOC está dispersa o concentrada.

El viñedo inscrito en la DOC presenta un grado medio de concentración considerando que el Índice de Gini, como indicador del grado de concentración, toma el valor 0,59 en el año 1999, observándose una tendencia a la concentración (los titulares de mayor superficie cada año

tienen más parte en la superficie total) en toda la década de los años noventa (Índice de Gini 1992 = 0,57, Índice de Gini 1995 = 0,58).

La titularidad del viñedo de la DOC presenta una gran dualidad, con muchos pequeños titulares que tienen una parte muy pequeña de la superficie registrada y unos pocos grandes titulares que tienen una parte importante de la superficie de viñedo. Los titulares que tienen menos de 5 hectáreas de viñedo, 15.481 que representan el 83,48 por ciento de los titulares, cultivan 22.841 hectáreas, el 41,4 por ciento de la superficie. En el extremo contrario se encuentran 149 titulares de más de 20 hectáreas que lo son de 7.650 hectáreas, esto es del 13,88 por ciento de la superficie de viñedo de la DOC.

Los 31 titulares con más de 50 hectáreas registradas tienen tanta superficie como los 8.033 titulares que tienen menos de 1 hectárea de viñedo inscrito.

El sector presenta una característica particular que lo diferencia del conjunto de la actividad agraria: desde el año 1982 el número de titulares de viñedo aumenta continuamente. Habiéndose multiplicado por 1,5 entre 1982 y el año 2000. El número de viticultores socios de cooperativa permanece estable durante todo el periodo, en tanto que se duplica el número de viticultores no asociados, lo que nos indica, sabiendo que el número de cosecheros tampoco aumenta, que ha aumentado considerablemente el número de viticultores que venden su producción en uva.

La superficie de viñedo de la DOC se distribuye entre 138 términos municipales, de los cuales 114 son de La Rioja, 15 de Alava y 9 de Navarra. Tan sólo dos municipios superan las tres mil hectáreas de viñedo, Alfaro y Laguardia, y quince tienen una superficie de viñedo comprendida entre mil y dos mil hectáreas. La superficie de los 27 municipios con más de 600 hectáreas representa casi las dos terceras partes (63 por ciento) de la superficie total de la DOC.

Esta concentración que se observa en términos absolutos, parece más clara al considerar la relación entre la superficie cultivada de viñedo y la superficie total del término municipal, observándose como en 23 municipios la superficie de viñedo ocupa más de la tercera parte del término municipal, representando este grupo más de la tercera parte de la superficie de la DOC. En algunos de estos municipios la superficie de viñedo representa más del 80 por ciento de la superficie labrada en el término municipal, constituyendo un claro ejemplo de la especialización productiva a la que se ha llegado en algunos municipios de la DOC. El núcleo

de mayor especialización se observa a ambos lados del Ebro, San Asensio, Huércanos, Cenicero, Uruñuela, Elciego, Navaridas, Villabuena, Lapuebla de la Barca y Baños de Ebro, con una superficie de viñedo que representa más de la mitad de la superficie total del municipio.

La evolución del sector en la última década nos muestra una clara tendencia a la especialización productiva en el territorio de la DOC, especialización que, además de las consecuencias económicas que acompañan siempre a estos procesos, está dejando su huella sobre el territorio con las correspondientes repercusiones ambientales.

2. DE LA ELABORACIÓN

Lo ocurrido en la década de los años noventa nos permite ahora comprobar que la tendencia apuntada en los años ochenta al aumento de la elaboración de tintos y disminución en blancos y rosados era correcta, pero la magnitud de la misma a sido mayor que la esperada. Al año 2000 se llega con un crecimiento de más de quince puntos porcentuales en la participación de los vinos tintos en la elaboración total de vino en la DOC, reduciéndose a la mitad la participación en valores relativos de los vinos rosados y blancos.

En términos relativos ni cooperativas ni almacenistas han cambiado sustancialmente su participación en la elaboración de vino, manteniendo unas cuotas de participación entorno al 33 por ciento en el caso de las cooperativas y entorno al 3 por ciento en el caso de los almacenistas. El gran cambio se ha producido en los otros dos agentes económicos que participan en el proceso de elaboración. Los cosecheros han reducido a la mitad su participación en el volumen total elaborado en la DOC en la década de los años noventa, en tanto que los criadores han visto como su participación se duplicaba respecto del año 1983 elaborando actualmente más de la mitad de la producción de la DOC.

En valores absolutos no ha disminuido de forma importante el volumen elaborado por los cosecheros, unos 30 millones de litros cada año, ni tampoco ha disminuido el número de titulares registrados como cosecheros, por lo que bien puede establecerse la tesis, no demostrada, de que los cosecheros han participado en menor medida que los cooperativistas y que aquellos productores que venden su cosecha en uva, en el proceso de crecimiento de la producción. Si esta tesis fuese falsa los datos recogidos vendrían a indicarnos que algunos cosecheros, aún manteniendo sus instalaciones de elaboración, por determinadas razones

(particulares o generales de mercado) deciden no elaborar y venden su cosecha en uva a las bodegas de crianza.

Sea cual sea la tesis válida la conclusión que ofrecen los datos analizados no es otra que la siguiente: en la década de los años noventa ha aumentado de forma importante en volumen el mercado de la uva y se ha reducido en términos relativos el mercado de vino en el ámbito de la DOC, comercializándose actualmente por los productores en forma de uva el 57 por ciento de la producción y el 43 por ciento en forma de vino, cuando en los años ochenta esta relación era 40 (en uva) 60 (en vino).

En el año 2000 en el registro del Consejo Regulador hay inscritas 2.583 bodegas, de las cuales 2.227 son de cosechero, 37 cooperativas, 97 de almacenistas y 222 son bodegas de crianza. Del total de bodegas inscritas tan sólo 443 tienen registro de embotellador: 210 de criadores, 64 de almacenistas, 20 cooperativas y 149 de cosecheros.

Desde esta perspectiva bien puede pensarse que durante la década de los noventa se ha producido una transformación en el sector que puede interpretarse en términos de desplazamiento de la producción/elaboración, desde la figura histórica del cosechero hacia las empresas de crianza más vinculadas a la comercialización que a la producción.

Del total de bodegas registradas en La DOC en el año 2000, 17 se localizan en Navarra, 748 en Alava y 1.818 en La Rioja. De las 222 bodegas de crianza registradas 126 están en La Rioja, 88 en Alava y 8 en Navarra. 27 cooperativas están en La Rioja, 7 en Alava y 3 en Navarra. Los cosecheros que elaboran están en La Rioja (1.614 registrados) y en Alava (609) ya que los cuatro registrados en Navarra no elaboraron el año 2000.

Las 37 bodegas cooperativas existentes en la DOC elaboran la producción de 7.775 viticultores que en el año 2000 eran titulares de 19.481 hectáreas de viñedo productivo (16.519 de tinto y 3.962 de blanco). En la década de los años 90 los viticultores asociados han disminuido en número, 8.043 en el año 1990, y han aumentado la superficie en tan sólo 1.536 hectáreas (17.945 en el año 1990), en tanto que la superficie productiva de los viticultores no asociados ha pasado de 25.130 hectáreas en el año 1990 a 32.547 en el año 2000.

Estos datos nos permiten concluir que la elaboración asociada en la DOC ha perdido peso frente a la elaboración no asociada pasando las cooperativas de elaborar la producción del

41,7 por ciento de la superficie total en el año 1990 a elaborar la producción del 37,4 por ciento de esta superficie en el año 2000.

La capacidad total de almacenamiento, en depósito y en bodega, en la DOC es casi de 12 millones de hectolitros en el año 2000, lo que equivale a cuatro veces la producción en una cosecha normal, observándose como esta capacidad se ha duplicado en la última década.

En los años noventa la capacidad de almacenamiento en depósito se ha duplicado siendo las cooperativas las que más han ampliado su capacidad, de 113 millones de litros a 218, lo que les permite disponer del doble de capacidad de lo que elaboran un año de abundante cosecha como el 2000.

La capacidad de crianza en la última década se ha multiplicado por 1,7 observándose un aumento importante en términos relativos en la capacidad de crianza de las cooperativas que han pasado en valores absolutos de menos de medio millón de litros en el año 1990 a 17 millones en el año 2000, lo que representa tan sólo el 3,35 por ciento de la capacidad de crianza que sigue estando casi exclusivamente en manos de las bodegas de crianza. Desde el año 1990 el parque de bodegas en la DOC ha aumentado en casi 400.000 bodegas.

Los criadores tienen el 55 por ciento de la capacidad de almacenamiento en depósito, las cooperativas el 22 por ciento y los cosecheros el 20 por ciento.

3 DE LA COMERCIALIZACIÓN

3.1 En origen

El primer mercado que se genera cada año en el sector se produce en el ámbito de la DOC y no es otro que aquel en el que productores y bodegueros realizan sus operaciones, los unos vendiendo su producción en forma de uva o de vino y los otros adquiriéndola. Este mercado puede caracterizarse de forma esquemática de la siguiente manera:

Producto ofertado

Uva = 57 por ciento de la producción

Vino = 43 por ciento de la producción

Oferentes:

9.169 Viticultores no asociados y que no elaboran que venden uva

2.227 Cosecheros que venden vino (10 por ciento de la producción)

7.775 Socios de cooperativas que venden vino (33 por ciento)

Demandantes

97 Bodegas de almacenamiento (3 por ciento)

222 Bodegas de crianza (97 por ciento)

En la última década se han producido algunos cambios significativos en la estructura de este mercado en origen, cambios que podemos resumir en:

La pérdida de peso relativo de los cosecheros en la elaboración se ha traducido en una reducción del mercado de materia prima en forma de uva desde el 60 por ciento de la producción que representaba en el año 1990 al 43 por ciento que representa actualmente.

Ha aumentado de forma importante el mercado de la uva representando ya más de la mitad de la producción de la DOC en el año 2000.

La oferta de materia prima en forma de uva se ha atomizado más respecto del año 1990, al aumentar el número de oferentes (6.785 viticultores vendían uva en el año 1990 y 9.169 en el año 2000).

La demanda está todavía más concentrada que en el año 1990 en las bodegas de crianza (95 por ciento en el año 1990 y 97 por ciento en el año 2000).

La existencia de dos momentos diferentes para comercializar la producción anual de las vides dependiendo de que este producto se venda como uva o como vino, hace que no siempre los precios del vino y de la uva sigan comportamientos similares como podría llegar a pensarse

considerando que el precio del vino tendría que cubrir el precio de la materia prima con la que se elabora (uva) y el coste de transformación. Estas diferencias de comportamiento se reflejan algunos años, observándose que a precios altos para la uva le corresponden precios bajos para la el vino elaborado con las uva de esos años, o lo que es lo mismo: que el precio de venta del vino es inferior al precio pagado por las uvas en esa campaña.

3.2 Precios en origen

La información recopilada sobre el comportamiento de los precios nos permite subrayar algunas conclusiones y plantearnos algunos interrogantes:

Los precios presentan hasta los últimos años de la década de los ochenta un comportamiento cíclico con una duración de cinco años con periodos muy cortos de crecimiento y decrecimiento de los precios (de 2 a 3 años) entre los niveles de precios máximos que se alcanzan en los años 1973, 1978, 1983 y 1988.

Esta situación de ciclo corto se rompe en la década de los años noventa, observándose una caída del precio desde el máximo alcanzado en 1988 hasta el año 1993, comenzando a recuperarse en 1994 con crecimiento hasta el año 1999, lo que parece "anunciar la aparición" de un nuevo ciclo (por confirmar) de duración entre 10 y 12 años con periodos de decrecimiento y crecimiento de los precios con una duración de 5 a 6 años.

En este ciclo largo ha aumentado considerablemente la diferencia entre los precios máximo y mínimo del ciclo (40 pesetas por kilo de uva en 1991 y 325 en 1999) haciéndose más incontrolables tanto las caídas como las subidas de los precios en cada una de las fases del ciclo. Esto se traduce en impactos económicos mucho más fuertes que en las décadas anteriores sobre los operadores tanto en momentos de ascenso como en los de descenso de los precios.

En los extremos del ciclo (subiendo o bajando los precios el año anterior al que se alcanza el precio máximo o mínimo) el efecto de la oferta (cantidad de cosecha en ese año) es mayor en la formación de los precios, perdiendo fuerza este factor en los momentos intermedios del ciclo.

En la década de los años noventa se produce también una situación nueva respecto de lo que venía siendo habitual en las décadas anteriores en cuanto al comportamiento de la demanda y

su influencia en la formación de los precios. Hasta el año 1990 el aumento o el descenso de las ventas se reflejaba casi automáticamente en la formación del precio al año siguiente y, sin embargo, a pesar del crecimiento de las ventas que se observa a partir del año 1990 los precios no comienzan a subir hasta el año 1994, produciéndose entre 1989 y 1994 una situación de crisis de precios bajos para la producción en un contexto de fuerte crecimiento de las ventas. La misma situación, pero a la inversa parece darse en la fase final del nuevo ciclo aunque con un tiempo menor para la reacción, esto es, la fuerte caída de las ventas en 1999 no tiene un efecto inmediato sobre el precio de la uva de ese año, (si sobre el del vino elaborado con las uvas de esa cosecha), pudiendo influir en ello la reducción del volumen de la cosecha de ese año.

Estas observaciones sobre el comportamiento de los precios en origen nos plantean algunos interrogantes sobre la evolución cíclica y las respuestas de los precios a las variaciones de la oferta y de la demanda, que la información facilitada por las series de precios, oferta y demanda no son capaces de responder por si mismas y por ello hemos considerado necesario observar la evolución de los precios en relación con la evolución de dos ratios o índices que nos permiten relacionar la oferta, la demanda y la capacidad de almacenamiento en la DOC, ratios que hemos definido de la forma siguiente:

Ratio de almacenamiento, que definimos como la relación entre las existencias de vino en la DOC al final de cada año y las ventas de vino de la DOC durante ese año ($Ra = Ex / V$).

Ratio de capacidad, que definimos como la relación entre la capacidad de almacenamiento en la DOC y las existencias al final de cada año ($Rc = Ca / Ex$)

La ratio de capacidad nos va a permitir conocer la capacidad de almacenamiento en relación con las existencias de forma que si esta ratio es alta puede pensarse en una mayor disposición a la compra para llenar la capacidad disponible que está vacía. Ya hemos visto como en la década de los noventa se duplica prácticamente la capacidad de almacenamiento en la DOC, pero este aumento es mucho mayor en la segunda mitad de la década (266 millones entre 1990 y 1995 y 326 millones entre 1995 y 2000), observándose como esta ratio se sitúa por debajo de 1,5 en los primeros años de la década, lo que permite pensar que hasta el año 1992 ($Rc = 1,79$) este índice de capacidad no comienza a influir en la formación de los precios como consecuencia de esa "demanda interna para llenar la ampliación de capacidad de la DOC". Esta puede ser una explicación a la lenta reacción al alza de los precios entre 1989 y 1994 aún

cuando se producen aumentos importantes en las ventas, de la misma manera que justifica las fuertes subidas de los precios entre 1995 y 1999 ($R_c 1995 = 1,89$) y la caída de los precios en el año 2000 ($R_c = 1,56$).

De igual forma el comportamiento de la ratio de almacenamiento nos ayuda a entender el comportamiento de los precios en las situaciones extremas del ciclo. En el año 1989 esta ratio toma el valor 4,03 y no baja de tres hasta el año 1993, momento en el que comienzan a recuperarse los precios. Puede observarse como entre 1994 y 1999 (2,21 en 1994, 2,49 en 1995, 2,87 en 1996, 2,76 en 1997, 2,75 en 1998 y 3,18 en 1999) la ratio de almacenamiento se sitúa por debajo de tres, mostrando los precios una tendencia al alza. En el año 2000 un nuevo descenso de las ventas y una cosecha abundante disparan esta ratio por encima de cuatro y se produce la caída de los precios de la uva en esa cosecha y del vino elaborado con las uvas de 1999.

Podemos concluir, a partir del análisis realizado, que el precio de la uva es mucho más sensible a la evolución de las ratios de almacenamiento y de capacidad que al volumen de cosecha esperado y que, la mayor o menor rapidez en la respuesta de los precios de la uva al comportamiento de la oferta y de la demanda depende del valor y de la evolución de ambas ratios.

Los precios del vino y de la uva en los años siguientes confirmarán o desmentirán la única tesis que a la vista de los datos analizados puede realizarse en este momento: El comportamiento, al alza o a la baja en los precios está directamente relacionado con el índice de almacenamiento y con el índice de capacidad habiéndose producido en la década de los años noventa una ruptura del ciclo quinquenal que se venía observando, para generarse un nuevo ciclo de mayor duración (entre 10 y 12 años) en el que se observan los mismos comportamientos en los años anteriores a alcanzarse los precios mínimos y máximos que en el ciclo anterior, en la relación entre los precios de la uva y los precios del vino.

En tanto no se confirme esta tesis, realizar cualquier ejercicio de proyección de los precios mediante el ajuste de las series de precios conocidos se reduce a un mero juego que no tiene otro interés que conocer el comportamiento teórico de los precios a partir del comportamiento pasado, teniendo en cuenta además la influencia que hemos visto tienen en el comportamiento de los precios los dos índices estudiados y que pueden ser ajustados a partir de decisiones adoptadas por el sector, constituyendo un buen ejemplo lo ocurrido en el año 2001 al decidir el

Consejo Regulador limitar la producción, condicionando con ello uno de los factores que definen ambos índices. Esta limitación de la producción al 100 por cien del rendimiento máximo autorizado en el Reglamento de la DOC junto con la recuperación de las ventas que se está produciendo durante el año 2001 puede situar el Índice de almacenamiento al finalizar este año en el entorno de 3,7 mejorando la situación existente en el año 2000 y creando con ello unas condiciones más favorables para la recuperación del precio del vino que se reflejará o no en los precios de la uva del año 2002 en función del volumen de la cosecha.

3.3 En destino

En la década de los noventa, las ventas de vino de Rioja, duplicaron los niveles que venían siendo habituales en los años anteriores. Si en la década de los ochenta las ventas oscilaban en torno a los cien millones de litros, a partir de 1994 las ventas se sitúan en el entorno de doscientos millones de litros, alcanzando el nivel máximo en el año 1998 con 222.232.346 litros vendidos, descendiendo en el año 1999 hasta 195.579.533 litros y a 159.978.148 litros en el año 2000, esperándose que en el año 2001 superen otra vez los doscientos millones de litros. Desde el año 1979 las ventas de vino de Rioja han crecido con una Tasa Anual de Variación (TAV) del 2,89 por ciento observándose periodos de descensos de dos o tres años de duración (1983-1985, 1989-1990, 1995-1996, 1999-2000) seguidos de periodos de crecimiento (1986-1988, 1991-1994, y 1997-1998).

Hemos estudiado la correlación entre las variaciones de las ventas en el periodo 1979-2000 y las variaciones del precio medio de venta del vino exportado, observándose una alta correlación entre ambas variables, pudiéndose concluir: El volumen vendido es muy sensible a las variaciones del precio observándose que cuando los precios descienden (lo que solo ocurre una vez en todo el periodo, 1991, que coincide con el inicio de crecimiento sostenido de las ventas) las ventas aumentan y que las ventas descienden únicamente a partir de un aumento del precio por encima del 14 por ciento, observándose aumentos sostenidos de las ventas con aumentos del precio en el entorno del 5 por ciento.

La evolución de la comercialización en la última década sitúa las ventas medias en el último quinquenio, 1995-2000 en 192,2 millones de litros en tanto que en el primer quinquenio de la década éstas se situaron en 163,8 millones de litros, lo que permite pensar en una tendencia al alza que solo coyunturalmente se ha roto en los años 1999 y 2000. Esta tesis se refuerza al comprobar que en el último quinquenio el crecimiento de la producción ha sido también muy

superior al crecimiento que se venía observando en los años anteriores y muy superior al crecimiento de las ventas, lo que permite pensar en unas condiciones favorables para la moderación en el crecimiento de los precios finales con el consiguiente efecto sobre las ventas.

En el año 2000 las ventas de vino tinto fueron de 139.395.321 litros que representa el 87 por ciento del total vendido; las ventas de vino blanco fueron 12.724.352 litros, 8 por ciento, y las de rosado 7.858.475 litros, 5 por ciento. En la última década las ventas de vinos blancos y rosados han pasado de representar casi la cuarta parte del total de las ventas a representar tan sólo el 13 por ciento, observándose que se mantienen en términos relativos las ventas de vino blanco y descienden las de rosado.

La imagen de calidad del vino de Rioja aparece frecuentemente asociada a los denominados vinos de crianza y, sin embargo, desde la perspectiva comercial nunca estos vinos han representado la parte mayoritaria de las ventas. Por primera vez, en el año 1999 las ventas de vinos criados (crianza, reserva y gran reserva) superan en volumen a las ventas de vinos sin criar o jóvenes. En los últimos años, se ha producido también un cambio importante en la estructura de los vinos criados: los vinos de reserva y de gran reserva que venían representando entre el 10 y el 12 por ciento de las ventas alcanzaron el año 2000 el 18 por ciento.

Las ventas de vino de Rioja se dirigen principalmente al mercado interior, absorbiendo el mercado nacional entre las dos terceras partes y las tres cuartas partes de las ventas de la DOC. En términos relativos las exportaciones representan entre la cuarta y la tercera parte de las ventas, observándose los valores mayores en los años 1996 y 1997 en los que el volumen de vino exportado representa más del 33 por ciento de las ventas totales de la DOC. Por el contrario, las exportaciones representan apenas el 23 por ciento los años 1992 y 1993.

5.3.1 Mercado interior

En el periodo analizado, 1979-2000 las ventas en el mercado interior crecen con una TAV del 3,19 por ciento en tanto que las ventas en el mercado exterior lo hacen con una TAV del 2,07 por ciento, observándose sin embargo que la TAV de las exportaciones iguala a la del mercado interior en la última década (TAV 1990/2000 = 4,4 por ciento) y en el periodo de máximo crecimiento de las ventas, 1990-1998, el mercado exterior crece con una TAV del 13,38 por ciento en tanto que las ventas en el mercado interior crecen al 8,61 por ciento, lo que permite

pensar la importancia que tiene el mercado exterior en la expansión comercial del Rioja, configurándose en un mercado claramente prioritario en cualquier estrategia para el aumento de las ventas dados los niveles actuales alcanzados, pero sin que pueda afirmarse a la vista de la estructura de las ventas según el destino, que se han producido cambios apreciables en la década de los años noventa hacia una mayor "internacionalización del mercado de los vinos la DOC" y ello aún cuando en este periodo se produce el ingreso de España en la UE con todo lo que conlleva en términos de eliminación de barreras a los intercambios.

La DOC Rioja sigue siendo líder en el mercado nacional de vinos con DO a pesar de haber pasado de representar el 44,3 por ciento del total del vino vendido como DO en el año 1994, al 33,6 por ciento en el año 2000. Esta pérdida relativa de la DOC Rioja no significa en ningún caso una amenaza seria para su posición de líder en el mercado nacional por cuanto que la siguiente DO en volumen de ventas (Valdepeñas) está a más de treinta puntos de la DOC Rioja, (12,1 por ciento de las ventas totales de vino con DO). Penedés y Navarra son las otras dos DO con mayor cuota de mercado que se han beneficiado de la pérdida de mercado de la DOC Rioja en los dos últimos años.

El canal de hostelería desempeña un papel fundamental en la distribución a los consumidores del vino de Rioja, ya que mientras que para el conjunto de vinos con DO este canal distribuye el 62,5 por ciento de las ventas, en el caso del Rioja el 73,5 por ciento de las ventas de vino se realizan a través del canal de hostelería, observándose una concentración cada vez mayor de las ventas en este canal de distribución.

El mercado del vino de Rioja está segmentado tradicionalmente en tres tipos de vinos asociados a un determinado nivel de precio: Populares (de precio más bajo), medios (de precio medio) y superiores (de precio alto). Como referencia, y al margen del análisis que se realiza en el apartado siguiente sobre la evolución de los precios en cada segmento, en el periodo diciembre/enero 2001 los precios de referencia en estos tres tipos de vino eran: populares 462 pesetas por botella; medios 752 pesetas por botella, y superiores 1.258 pesetas por botella, observándose una tendencia a la baja respecto del precio medio del año 2000.

Los precios de los vinos de Rioja populares y medios se han duplicado entre 1993 y el año 2000, presentando los superiores un crecimiento más moderado (78 por ciento de aumento desde 1993), observándose como el precio de los vinos populares, en alimentación, presenta una clara tendencia a la baja desde la primavera del año 2000, situándose en el mes de enero

del año 2001 a 462 pesetas la botella cuando en el mismo mes del año anterior el precio era de 501 pesetas. El precio e los vinos medios ha seguido subiendo hasta situarse en 752 pesetas en enero del 2001 y los superiores se mantienen respecto del precio en el mes de enero del año 2000 en 1.258 pesetas por botella.

El precio medio de los diferentes tipos de vino de Rioja crece entre 1994 y el año 2000 a una TAV del 17,6 por ciento, observándose crecimientos relativamente moderados hasta el año 1999 cuando el precio medio sube un 37,5 por ciento respecto del precio medio del año anterior.

El gran esfuerzo del Rioja se materializó en el periodo 1996 y 1998 cuando las ventas se situaron en segmentos de precio más alto y al mismo tiempo se aumentaba el volumen vendido. La fuerte subida del año 1999 rompió esta evolución de aumento de las ventas y a mayores precios, abriéndose una nueva situación de pérdida de mercado (1999 y 2000) y de ajuste de precios (2000 y 2001) que puede llevar a una parte de los riojas populares otra vez a segmentos de precios inferiores a 275 pesetas la botella.

La distribución de las ventas de vino de Rioja por las diferentes regiones muestra una tendencia a la concentración en la zona Norte-Centro (País Vasco, Cantabria, La Rioja, Navarra, Palencia y Burgos) y una clara posición desfavorable respecto de los vinos de otras DO en las zonas Noreste (Cataluña, Huesca y Zaragoza), Mediterráneo (Comunidad Valenciana, Albacete y Murcia) y Centro (Provincias restantes de Castilla y León y de Castilla La Mancha). El área metropolitana de Barcelona es otra zona en la que el Rioja ha disminuido sus ventas en los últimos años.

Las inversiones publicitarias de la DOC Rioja se sitúan entorno a los 1.200 millones de pesetas lo que apenas si representa el 1,6 por ciento del valor de las ventas en el mercado interior, observándose como se ha reducido esta ratio a lo largo de la última década a pesar de que en valores absolutos se ha duplicado el gasto en publicidad (784 millones de publicidad marquista en el año 1989 que representaba casi el 3 por ciento del valor de las ventas). En la última década se observa un aumento importante del gasto en publicidad en otras Denominaciones de Origen, lo que se ha traducido en que la DOC Rioja que a finales de los años ochenta representaba más de la mitad del gasto en publicidad en vinos con DO represente en el año 1999 apenas el 28 por ciento.

5.3.2 Mercado exterior

Las ventas de vino de Rioja en el mercado exterior fueron en el año 2000 de 40 millones de litros, después de dos años de descenso desde el nivel máximo alcanzado el año 1998 con unas ventas de 71,5 millones de litros. Las ventas en el mercado exterior superan por primera vez los cincuenta millones de litros en el año 1994, observándose un crecimiento importante de las ventas en este mercado entre ese año y el año 1998, para caer bruscamente en los años 1999 y 2000 hasta el nivel de ventas de los primeros años de la década de los noventa.

El gran cambio que se produce en la década de los años noventa es la desaparición de la exportación de vino de Rioja a granel, pasando a exportarse todo embotellado desde el año 1993, coincidiendo este cambio con el aumento de la ventas en el mercado exterior.

Por tipos de vinos la estructura del mercado exterior presenta algunas diferencias con la del mercado interior, observándose como el descenso de las ventas en los años 1999 y 2000 ha afectado principalmente a los vinos sin crianza, lo que se ha traducido en un cambio en la estructura que se venía manteniendo hasta el año 1998 con una participación de las ventas de los vinos de sin crianza entorno al 50 por ciento de las ventas totales. En el año 2000 las ventas de vino sin crianza representaron el 34 por ciento de las ventas en el mercado exterior, las de vinos de crianza el 38 por ciento, las de reserva el 23 por ciento y las de grandes reservas el 5 por ciento. El descenso de las ventas que rompe la tendencia al alza en el mercado exterior en los años 1999 y 2000 y que afecta principalmente a los vinos sin crianza y, en menor medida, al crianza, manteniendo o bajando ligeramente el nivel de ventas, en valores absolutos, en los vinos de reserva y gran reserva, permite pensar, a priori, en la importancia que el factor precio tiene en este comportamiento de las ventas, al verse los vinos sin crianza más influenciados, a corto plazo, por el comportamiento de los precios.

En el comportamiento del valor de las exportaciones se observan dos periodos diferentes:

De crecimiento moderado del valor de las ventas entre los años 1977 y 1990 (TAV 1977-1990 = 15,73 por ciento en pesetas corrientes y del 4,28 en pesetas constantes del año 1977) que se caracteriza por una estabilidad del volumen exportado entorno a 30 millones de litros (máximo de 36 millones en 1987 y mínimo de 24 en 1978 y 1980) y aumentos reales de los precios del 4,68 por ciento (TAV 1977-1990 = 4,68 en pesetas constantes de 1977 y del 16,14

en pesetas corrientes). El crecimiento del valor de las ventas es consecuencia exclusivamente del crecimiento de los precios en términos reales y nominales.

De fuerte crecimiento del valor de las ventas entre 1990 y 1999 (TAV 1990-1999 = 19,19 por ciento en pesetas corrientes y del 14,2 por ciento en pesetas constantes del año 1977) que se caracteriza por aumento importante del volumen exportado (TAV 1990-1999 = 9,9 por ciento) y aumentos reales de los precios del 4,46 por ciento (TAV 1990-2000 = 4,46 en pesetas constantes y del 14,02 en pesetas corrientes). El crecimiento del valor de las ventas es consecuencia tanto del crecimiento del volumen exportado como del crecimiento nominal y real de los precios.

Del análisis comparado de la evolución de los precios a la exportación y de los precios del vino en origen (materia prima) pueden extraerse las siguientes conclusiones:

Los precios a la exportación no reflejan con la misma intensidad las fluctuaciones que se observan en los precios en origen, descendiendo tan sólo en el año 1991 respecto del año anterior, en tanto que los precios en origen descienden en los años 1979, 1984 a 1986, 1989 a 1991 y 2000. El descenso de los precios en origen se refleja uno o dos años más tarde en el comportamiento de los precios a la exportación.

Las variaciones acumuladas por los precios a la exportación en el periodo 1977-2000 son cuatro veces superiores a las variaciones acumuladas por los precios en origen en el mismo periodo.

En las dos últimas décadas el destino de los vinos de Rioja en el mercado exterior ha cambiado de forma significativa y a ello han contribuido dos hechos: el ingreso de España en la Unión Europea y la eliminación de la exportación en granel. Si en el año 1984 Suiza y Dinamarca con el 23,2 y el 13,3 por ciento respectivamente del total del vino exportado eran los dos principales destinos de las exportaciones de Rioja, en el año 1990 esta situación ya había cambiado, al reducirse la participación relativa de Dinamarca hasta el 10,2 por ciento y aparecer Alemania (16,6 por ciento) en posición de arrebatarse el liderazgo a Suiza (17 por ciento).

En la década de los años noventa estos cambios se consolidan pasando Alemania a ocupar el primer puesto entre los países destinatarios de las exportaciones de Rioja, llegando a concentrar en el año 1997 el 24,5 por ciento del total exportado por la DOC, seguido por el

Reino Unido (17,9 por ciento en 1997) y Suecia (14,2). El descenso de la ventas en el mercado exterior en los años 1999 y 2000 ha sido más acusado en Alemania y Suecia que en el Reino Unido lo que ha hecho que este país sea en el año 2000 el principal destino de las exportaciones de Rioja con el 24,3 por ciento del total exportado.

Los dos principales países de destino de las exportaciones de la DOC, Alemania y Reino Unido, son los mayores importadores de vino del mundo. En el año 1999 Alemania importó 1.235,2 millones de litros (20 por ciento de las importaciones mundiales) y el reino Unido 876,4 millones de litros (14,2). Estos dos países presentan diferencias importantes en el origen de su abastecimiento de vino. Italia es el principal abastecedor de vino de Alemania (536,5 millones de litros en el año 1999), seguido de Francia (263,89) y de España (139,44). Inglaterra ha diversificado en los últimos años la procedencia del vino importado, ocupando el primer lugar entre sus abastecedores Francia con 234,87 millones de litros en el año 1999, seguido Australia (145,10) que ha desplazado del segundo lugar a Italia (111,57). Las importaciones del Reino Unido procedentes de los denominados nuevos países productores se han duplicado entre 1996 y 1999. Australia ha pasado de vender en el Reino Unido 70,48 millones de litros a vender 145,10; Estados Unidos de 28,48 millones de litros exportados al Reino Unido en el año 1996 a 61,55 en el año 1999 y Chile en el mismo periodo ha pasado de vender en este país 24,4 millones de litros a vender 46,5 millones en 1999

Las ventas de vino de Rioja en estos dos países representan el 1,1 (Alemania) y el 1,4 (Reino Unido) por ciento de sus importaciones totales, participación ligeramente superior a lo que representan las exportaciones totales de la DOC sobre el total importado a nivel mundial (0,9 por ciento).

4 BALANCE DE LA DOC

En el balance de la DOC en el que se recogen las principales macromagnitudes del sector que han sido analizadas detalladamente en los capítulos anteriores, se puede observar que en el periodo 1983-2000:

La superficie productiva de viñedo en la DOC crece a una tasa de variación media anual del 1,8 por ciento y la superficie total lo hace a una tasa del 2,3 por ciento.

El rendimiento medio en la DOC ha crecido en este periodo a una TAV del 4,3 por ciento.

El crecimiento de la superficie productiva y del rendimiento se refleja en la tasa de crecimiento de la producción amparada, 6,2 por ciento

Las ventas crecen a una tasa media anual de variación del 4 por ciento (4,1 por ciento en el mercado interior y 3,7 por ciento en el exterior).

Las existencias han crecido a una tasa del 5,6 por ciento anual.

Con datos conocidos del balance de la DOC desde el año 1979, nunca antes se había dado una situación en la que el índice de almacenamiento fuera tan bajo como el del año 1994. La situación cambió radicalmente entre los años 1995 y 2000, primero con un aumento moderado de este índice hasta el valor 3 entre los años 1995 y 1999 y después con su subida hasta 4,6 en que se sitúa al cierre del año 2000 como consecuencia del gran crecimiento de la producción y de la fuerte caída de las ventas en ese año.

La evolución de las existencias nos permite observar como durante la segunda mitad de la década de los años noventa se produce su mayor crecimiento en términos absolutos y relativos. Este crecimiento es consecuencia del fuerte aumento que se registra en la producción, debido principalmente al crecimiento del rendimiento, que no se ve acompañado por el crecimiento sostenido de las ventas que se venía dando hasta el año 1998.

En la evolución del índice de almacenamiento desde el año 1979 se observan las siguientes etapas:

Periodo 1979-1984, ($I A < 3$) caracterizado por producciones cortas que llegan a ser inferiores algunos años a las ventas, lo que se refleja en una tendencia de los precios al alza.

Periodo 1985-1988, ($I A = 3$) caracterizada por aumentos paralelos en producción y en ventas con una cosecha abundante en 1985 que permite romper la tendencia alcista de los precios y contenerlos.

Periodo 1989-1991 ($I A > 3$) caracterizada por un crecimiento de la producción a tasa mayor que las ventas lo que se traduce en una tendencia de los precios a la baja.

Periodo 1992-1998 (I A < 3) caracterizada por un crecimiento mayor de las ventas que de la producción que se refleja en un nuevo cambio en la tendencia de los precios que comienzan a subir a partir de 1993.

Periodo 1999-2000 (I A >3) caracterizada por la caída de las ventas y el fuerte aumento de la producción, con el hundimiento de los precios.

5 EL ESCENARIO

Desde hace algunos años se está construyendo este escenario para el comercio mundial de vino y los diferentes actores parece que se han dividido en dos grupos: el denominado de los viejos países productores (Francia, Italia, España... de la vieja Europa) y el de los nuevos países productores (Australia, Estados Unidos, Argentina, Chile, Sudáfrica, Nueva Zelanda...) y ambos grupos quieren sentirse cómodos en el escenario y tratan de diseñarlo de acuerdo a sus preferencias y así discuten sobre cuestiones que le dan forma como, por ejemplo, el mayor o menor grado de libertad en el comercio al abrigo de las negociaciones en la Organización Mundial del Comercio y de la firma de acuerdos multilaterales sobre prácticas enológicas que cuestionan el viejo orden y el papel de la Oficina Internacional de la Viña y del Vino (hoy ya Organización Internacional de la Viña y del Vino) y se hacen alianzas para colocarse mejor en el escenario que se está dibujando.

5.1 El sector en España

España es el país que más superficie de viñedo tiene del mundo, 1.180.000 hectáreas en el año 1999 según los datos de la OIV, aproximadamente el 15 por ciento de la superficie mundial de viñedo, presentando una clara tendencia a la reducción en los últimos quince años a pesar del cambio de tendencia que se observa en el año 1995 con un aumento de las plantaciones.

Una de las características principales del sector es la gran fluctuación que se observa en el rendimiento medio nacional (entre 3.000 y 4000 litros por hectárea) y las diferencias existentes en los rendimientos medios intraregionales (desde 1.600 a 6.500 litros por hectárea). Estas fluctuaciones se reflejan en la evolución de la producción total (vino, mosto y zumo) que en la última década ha oscilado entre el mínimo de 22 millones de hectolitros registrado en el año 1994 y los 45,33 de la cosecha del año 2000.

La producción de vino de calidad representa poco más de la tercera parte de la producción total de vino, observándose una clara tendencia al aumento de la producción de vino con DO en la segunda mitad de la década de los años noventa.

La evolución de la producción de vino en la última década presenta dos situaciones bien diferentes. Durante la primera mitad se produce un descenso importante que afecta principalmente a la producción de vinos de mesa y que obedece a causas estructurales (descenso de la superficie productiva y orientación de la producción hacia vinos de calidad) y coyunturales (accidentes climatológicos en varias campañas). En la segunda mitad década se observa un claro crecimiento de la producción que está más asociado al aumento del rendimiento medio que al aumento de la superficie productiva que como ya hemos visto no ha aumentado significativamente en este periodo. Este aumento de la producción ha permitido recuperar el nivel de producción de vino de mesa del año 1990 y aumentar en más del cuarenta por ciento en el año 2000 la producción de vinos con DO respecto de aquel año.

La producción media de vino en la última década ha sido de 31,10 millones de hectolitros de los cuales 18,93 corresponden a vinos de mesa y 11,22 a vinos con DO. En el periodo 1990-2000 la producción ha crecido a una tasa media anual de variación del 1,29 por ciento observándose una tasa de crecimiento en los vinos con DO del 3,01 y apenas variación en la producción de vinos de mesa entre los años 1990 y 2000.

Se recogen en el siguiente cuadro algunos conceptos que permiten situar la DOC Rioja en el contexto general del sector en España y en particular en el contexto de los vinos con DO, pudiéndose concluir a la vista de los datos:

En la DOC Rioja se localiza el 4,6 por ciento de la superficie de viñedo de España, el 8,4 por ciento de la superficie de viñedo protegido por DO y el 21,2 por ciento de la producción de vino de calidad, lo que al margen de las fluctuaciones anuales, viene a subrayar la obtención de rendimientos medios superiores en esta DOC que en el conjunto de las DO del país.

Casi el 12 por ciento de los viticultores registrados en alguna DO están en la DOC Rioja, donde están también el 21 por ciento de las bodegas con registro embotellador y más de la mitad de las bodegas elaboradoras (debido a la figura de cosechero propia de esta DOC)

Las ventas de vino de la DOC Rioja representan más del 40 por ciento del consumo de vino con DO en España y el 15 por ciento de las exportaciones españolas de vinos de calidad.

Cuadro nº 39			
El Rioja entre los vinos de calidad de España			
	España	DOC Rioja	DOC/España
Superficie viñedo (Has.)	1.180.000	54.695	4,6%
Mesa (1999)	528.711		
VCPRD (1999)	651.289	54.695	8,4%
Nº Viticultores (vcprd)	157.558	18.502	11,7%
Número de Bodegas	5.766	2.951	51,2%
Que no embotellan	3.948	2548	64,5%
Embotellan	1.818	403	22,2%
Producción 2000 MM HI.	45,33	3,1	6,8%
De mesa	26,48		
VCPRD	14,65	3,1	21,2%
Mosto	4,2		
Ventas 2000 MM litros	565	160	28,3%
DO Mercado interior	296	120	40,5%
DO Mercado exterior	269	40	14,9%
Valor ventas 2000 M E	97.239	38.639	39,7%
(DO embotellado)			
Existencias a (31/8/1999)	1.367	419	30,65 %
MM litros			
Fuente: elaboración propia			

5.2 El sector en la Unión Europea

La UE es el centro principal de cultivo, producción y consumo en el mundo en este sector. Entorno al 45 por ciento de la superficie mundial de vino se localiza en los países miembros de la UE, una media del 60 por ciento de la producción y otro tanto del consumo y en el comercio mundial la UE es a la vez, el primer exportador mundial y el mercado más grande para la importación. Difícilmente algo se mueve en este sector al margen de la UE. En términos de valor este sector representa una parte importante del valor de la Producción Final Agrícola, 16,8 por ciento en Portugal, 14,3 por ciento en Francia, 9,8 por ciento en Italia, 7,5 por ciento en Luxemburgo, 6,1 por ciento en Austria y 5,4 por ciento en España, y en algunas regiones como Languedoc-Roussillon en Francia y La Rioja en España el sector aporta más de la mitad del valor de la PFA.

El 85 por ciento de la superficie de viñedo de la UE se concentra en España, Francia e Italia, siendo España el país con mayor superficie de viñedo de la UE.

Del total de la superficie vitícola de la UE, aproximadamente la mitad se dedica a producción de vinos de calidad, (1.611.920 has. Según los datos de la Encuesta de Estructuras Agrarias del año 1995), con 464.690 explotaciones dedicadas a la producción de este tipo de vinos, observándose como en Alemania y en Austria toda la superficie vitícola se destina a producción de VCPRD.

Desde el año 1976 la superficie de viñedo de la UE ha disminuido, distinguiéndose en este periodo dos etapas:

Entre 1976 y 1996 y como consecuencia de la limitación de las nuevas plantaciones y del incentivo del arranque y del abandono definitivo del cultivo, la superficie de viñedo ha descendido con un mayor ritmo en los primeros años de la década de los noventa, pasando de 4,5 millones de hectáreas en 1976 a 3,4 millones en 1996, lo que representa una TAV del -1,4 por ciento, casi 56.000 hectáreas menos cada año.

Desde 1996 el ritmo de reducción es menor, estabilizándose la superficie de viñedo entorno a 3,3 millones de hectáreas.

La producción comunitaria de vino presenta una clara tendencia a la baja, habiendo pasado de 197 millones de Hl. de producción anual media en la década de los años setenta, a 195 en la década de los ochenta y a 167 en los noventa, observándose un aumento de la producción en los últimos años.

La superficie de viñedo de la DOC representa el 1,6 por ciento de la superficie total de viñedo comunitaria y el 3,4 por ciento de la superficie dedicada a producción de vinos de calidad y la aportación de la DOC a la producción total vitivinícola de la UE es del 1,7 por ciento, datos que permiten pensar que los rendimientos medios de la DOC Rioja son similares o ligeramente superiores a los rendimientos medios comunitarios del conjunto del sector. La DOC aporta el 4,4 por ciento de la producción comunitaria de vinos de calidad en el año 2000, lo que, y a la vista de la aportación a la superficie vitícola de vcprd, nos permite subrayar, para esa campaña, un mayor rendimiento medio en la DOC Rioja que el rendimiento medio en el conjunto de las zonas productoras de vinos de calidad en la UE.

Los vinos de la DOC representan entorno al uno por ciento del comercio comunitario, con mayor presencia en las exportaciones a países terceros, a pesar de que en valores absolutos los países comunitarios sean el principal destino de las exportaciones de la DOC.

Cuadro nº 44			
El Rioja entre los vinos de calidad de la UE			
	UE	DOC Rioja	DOC/UE
Superficie viñedo (Has.)	3.337.000	54.695	1,6%
Mesa	1.725.080		
VCPRD	1.611.920	54.695	3,4%
Número de Explotaciones (vcprd)	464.690	18.502	4,0%
Producción 2000 MM HI.	182,63	3,1	1,7%
De mesa	95,62		
VCPRD	70,32	3,1	4,4%
Otros vinos	6,94		
Mosto	9,75		
Consumo Total UE 2000 MM I.	131,8	1,2	0,9%
Directo	127,8		
Transformación (1)	4		
Consumo VCPRD UE 2000 MM I.	55,2	1,2	2,2%
Directo	55,2	1,2	2,2%
Exportaciones	48,29	0,4	0,8%
Intracomunitarias	36,9	0,26	0,7%
Extracomunitarias	11,39	0,14	1,2%
(1) No se incluye destilación			
Fuente: elaboración propia			

5.3 El sector en el mundo

La superficie de viñedo en el mundo se sitúa entorno a 7,8 millones de hectáreas, observándose una pérdida de más de un millón de hectáreas desde la segunda mitad de los años ochenta. Los datos definitivos de la OIV fijan la superficie mundial de viñedo en 7,763 millones de hectáreas en el año 1998, provisionalmente la del año 1999 en 7,864 millones y la previsión del año 2000 es de 7,917 millones de hectáreas.

En la década de los noventa la superficie de viñedo a descendido a nivel mundial a una tasa de variación media anual del -1,1 por ciento, observándose en los últimos años la ruptura de esta tendencia con el aumento de la superficie desde el nivel mínimo registrado en el año 1997.

Este cambio de tendencia que se observa a nivel mundial no se puede hacer extensivo a todos los países ya que es consecuencia de dos sucesos:

La estabilidad de la superficie de viñedo en la Unión Europea

El aumento de la superficie de viñedo en los denominados nuevos países productores

Desde esta perspectiva la consecuencia de este proceso ha sido: en la segunda mitad de los años ochenta el 47,2 por ciento de esta superficie se localizaba en los países de la UE y en el año 2000 la superficie de viñedo de la UE representa el 44,85 por ciento.

Aparentemente y de acuerdo a las grandes cifras y a su distribución regional nada ha cambiado a nivel mundial en la distribución territorial de la superficie vitícola, los tres grandes países tradicionales, España, Francia e Italia siguen concentrando el 38 por ciento de la superficie mundial de viñedo, y los denominados nuevos países productores apenas si representan el diez por ciento. Eso si, en la última década su participación en la distribución territorial de la superficie de viñedo ha aumentado tres puntos (del 7 al 10,2 por ciento) con un aumento acelerado de su superficie vitícola en los últimos años y la consolidación de un discurso en los foros internacionales que básicamente dice: "la superficie mundial de viñedo debe estabilizarse y para que este objetivo sea compatible con nuestras estrategias de aumento, Europa debe reducir su superficie de viñedo". Y lo que dice el discurso parece que ha pasado desde el año 1997 a la vista de las tasas de variación que ha tenido la superficie de viñedo en los principales países cultivadores.

Se recoge en el siguiente cuadro la aportación del sector vitivinícola de la DOC Rioja a las principales macromagnitudes del sector, pudiéndose ver como la producción de la DOC representó en el año 2000 el 1,13 por ciento de la producción mundial, el vino comercializado el 0,7 por ciento del consumo mundial y el vino exportado el 0,6 por ciento del comercio mundial de vino.

Cuadro nº 49

El Rioja en el mundo

	Mundo	DOC Rioja	DOC/M
Superficie viñedo (Has.)	7.790.000	54.695	0,70%
Producción 2000 MM Hl.	275	3,1	1,13%
Consumo Total 2000 MM l.	220,02	1,6	0,73%
Exportaciones	66,81	0,4	0,60%

Fuente: elaboración propia

6 ESTRATEGIAS, PLANES, VISIONES...

6.1 La teoría

La década de los años noventa trajo consigo algunos cambios importantes en el escenario vitivinícola mundial, cambios que, aunque en términos cuantitativos puedan parecer pequeños, tienen, sin duda, una gran importancia cualitativa. Puede relativizarse cuantitativamente la presencia en el comercio mundial de algunos países antes desconocidos en ese escenario o la menor presencia de los países tradicionales y puede ser bueno hacerlo para no desenfocar el problema, pero lo que sería realmente malo es ignorarlo o despreciarlo y lo sería porque con ello se ignorarían esos cambios cualitativos que han acompañado a este proceso.

En el contexto de liberalización comercial ocurre, también en la década pasada, que algunos países hasta entonces importadores netos de vino pasan a ser exportadores (EEUU y Australia entre los más significativos) y, en consecuencia, a interesarse por estas cosas del vino, y en ese interesarse y empujados por el aire de los acuerdos de comercio, comienzan a dibujar en el mercado su propia forma de entender el negocio del vino, forma que, lo menos que hace es sorprender a los viejos países productores/consumidores/exportadores en los que se concentra la mayor parte del negocio vitivinícola y que tienen su histórica y su particular forma de entender el negocio, lo que ha dado lugar a lo largo del tiempo a un entramado de normas, formas y regulaciones.

Se dibujan así dos visiones del sector que a medida que avanza la década se encuentran en el mercado. Dos formas que esquemáticamente hemos recogido en el cuadro siguiente de forma simplificada, con el riesgo evidente que toda simplificación conlleva, pero que puede ayudarnos a situar el debate que se ha introducido y que subrayamos como **el primero de esos cambios cualitativos** a los que anteriormente hacíamos referencia.

	Denominación de Origen (Productores tradicionales)	Mejora de la competitividad (Nuevos productores)
Localización	Europa	América, Australia y Africa del Sur.
Actividad	Tradicional agroindustrial	Industrial comercial
Diferenciación	Por el origen	Por la marca y por la variedad
Modernización	Por mejora de la calidad	Reducción de costes
Estrategia	Imagen de calidad reforzada con: historia, cultura, tradición, territorio...	Aumento de la oferta y animación de la demanda con herramientas de mercado
Garantía	Por el origen, marca colectiva	Por la marca/empresa

El viejo modelo Europeo caracterizado por sus vinculaciones territoriales, culturales, históricas... tiene ahora enfrente, en el mercado, otro modelo que parece apoyarse sólo en la biología misma de la planta, la variedad, y en los instrumentos del propio mercado. El viejo concepto de calidad tan mimado y arropado en la historia vitivinícola europea se enfrenta ahora a otros parámetros más propios de la economía industrial que de la agraria (si puede hablarse con rigor de dos economías diferentes) y con ello lo que hasta entonces era modernización y competitividad, bajo la restricción cualitativa, es cuestionado y a la vez, el viejo orden y sus

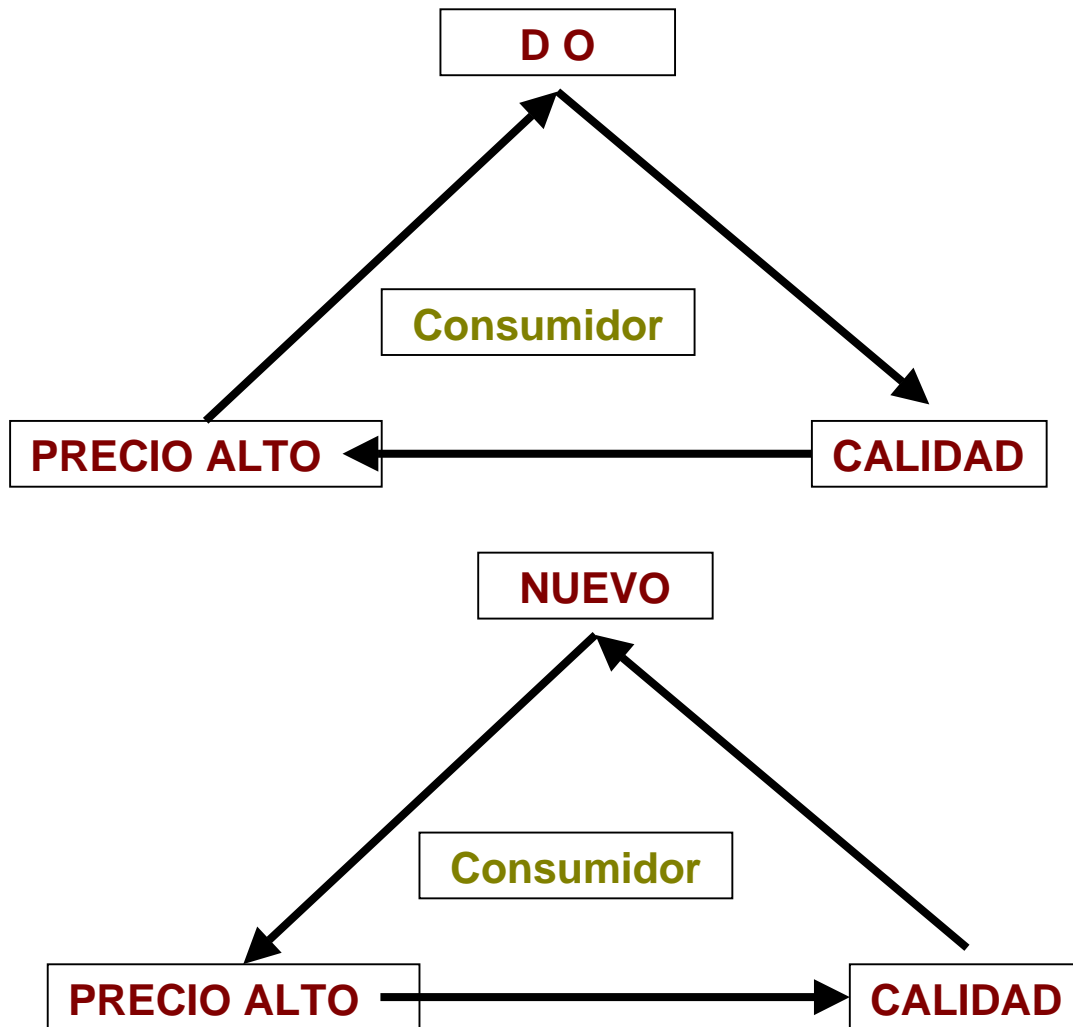
instituciones. Aparece en el escenario el **segundo cambio cualitativo**: formas, regulaciones y reguladores son cuestionados.

Buena parte de los vinos que llegan al mercado desde los nuevos países exportadores se encuentran con los vinos de los países exportadores tradicionales en el segmento más bajo de precio donde el nuevo modelo parece ofrecer algunas ventajas comparativas. Esta situación no parece preocupar a las regiones y a los países que tienen buena parte de sus vinos situados en el mercado en los segmentos de precios más elevados y en esa posición no parece que el nuevo modelo cuente con ninguna ventaja comparativa.

En estas estábamos cuando a mitad de los años noventa comienza a apreciarse el tercer cambio cualitativo: el uso de las herramientas de mercado adecuadas para actuar sobre la demanda y los demandantes. El viejo consumidor de vino europeo tiene bien identificado el concepto de calidad y Denominación de Origen y ambos parecen estar asociados en él con un nivel de precio alto. El trabajo constante de la organización vitivinícola europea durante muchos años ha conseguido cerrar el triángulo que partiendo del concepto de D O lleva al consumidor hasta la calidad y de esta a su apreciación en valores altos.

Los nuevos vinos que se ofrecen a este consumidor europeo no tienen el punto de partida de la D O para recorrer este triángulo que, identificando D O con calidad, lleva hasta el precio alto, objetivo deseado de quien quiere dar mayor valor a sus vinos en el mercado (no olvidemos que todos los exportadores tienen un doble objetivo: vender más y a mayor precio y superada la fase de vender más toca el turno a la de vender a mayor precio). El punto de partida es ahora la marca y/o la variedad para ese vino que se quiere vender en el segmento de precio alto identificando marca y/o variedad con calidad. Las herramientas del mercado se encargan de situarlo y de publicitarlo en el segmento de precio alto. Una vez ahí la asociación con calidad de la marca y/o la variedad por el consumidor es tan sólo un acto reflejo de su culturización en el viejo modelo de las D O.

Figura nº 2 Modelo de identificación por el consumidor



Ya tenemos un escenario con competencia en todas las gamas del mercado y, en consecuencia, el terreno abonado para un nuevo cambio cualitativo: el debate sobre las normas y su flexibilidad o no para librar la batalla de la competitividad en una gama amplia de segmentos de mercado.

Y así se han ido gestando y reproduciendo durante los últimos años todos estos cambios y debates que han venido a culminar con el cuestionamiento de la política vitivinícola

internacional de la UE con el reciente Acuerdo de Mutuo Reconocimiento de Prácticas Enológicas firmado por EEUU, Canadá, Australia y Nueva Zelanda que armoniza las diferentes normas enológicas de los países firmantes de forma que si un vino es apto para ser comercializado y consumido en el país productor, automáticamente lo es en los países que han firmado el acuerdo, sin ningún tipo de certificación requerida por el país de destino. Los países europeos se oponen y EEUU abandona la OIV y trata de crear una nueva organización integrada básicamente por los nuevos países productores/exportadores.

6.2 La práctica

Australia es, sin duda, quien marca el ritmo en estas cosas de diseñar estrategias, planes y/o visiones a medio y largo plazo en el sector vitivinícola. Cuando en el año 1996 lanzó públicamente el debate primero y después la realización de su "Strategy 2025" nadie le siguió en este empeño, pero cuatro años más tarde y a la vista de los resultados obtenidos en los diferentes objetivos previos planteados, la cosa se ha animado y hoy, finales del año 2001, tenemos los siguientes planes, visiones y estrategias en pensamiento o en ejecución:

Planes

Francia, "Informe Berthomeeau"
Argentina, "Plan Regúnaga"
Chile, "Chilevinos"
España, "Plan estratégico"
La Rioja, "Acuerdo interprofesional"

Visiones

Africa del Sur, "Vision 2020"
Estados Unidos, "Wine Vision Strategic Planning 2020"

Estrategias

Australia, "Strategy 2025"
Canadá, "Stratégie 2020"

Todos los **planes** que hemos visto tienen el mismo origen: la **iniciativa** gubernamental en una situación de pérdida de mercados; la misma **metodología**: reunir a los agentes económicos que actúan en el sector; y el mismo **objetivo**: alcanzar acuerdos consensuados para superar la situación crítica.

Las **visiones** presentan dos características que los diferencian de los planes anteriormente comentados y de las estrategias que veremos a continuación. Respecto de los planes la principal diferencia es el origen de la iniciativa que da lugar al plan. En el caso americano el plan es fruto del trabajo de análisis y de diagnóstico realizado por un grupo de expertos durante un año y medio y financiado por las principales empresas del sector. Este proceso de reflexión concluyó con la definición de cuatro prioridades estratégicas y la identificación de los factores críticos sobre los que actuar. La otra diferencia señalada se refiere a que, al contrario de lo que ocurre en las estrategias, esta "vision" no cuantifica absolutamente nada, solo hay objetivos genéricos declarados pero no objetivos cuantitativos de producción, consumo, valor, exportación...

La principal característica de las **estrategias** estudiadas es la planificación económica que desarrollan. En ellas hay objetivos específicos y generales y hay además cuantificación de esos objetivos y de las medidas propuestas para alcanzarlos. Los objetivos a largo plazo (2025) se descomponen cuantitativamente en objetivos a corto plazo (1997-2001, 2001-2005, 2005-2010...) lo que no es otra cosa que la introducción de métodos e instrumentos para el seguimiento y ajuste de las estrategias.