



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Trabajo de Fin de Grado en ADE

**Análisis económico del sector
vitivinícola español.**

Presentado por:

Íñigo Basterra Muzás

Tutelado por:

Sofía Ramos Sánchez

A 19 de Julio de 2018, en Valladolid.

Resumen

En el siguiente trabajo se analiza la situación del sector vitivinícola. Partimos de las características que presenta a nivel internacional para entender qué factores son los que tienen un mayor impacto en el mercado, en el ámbito europeo y nacional. Pasamos así a analizar detenidamente el sector del vino en España: qué extensión de viñedos hay, a cuánto asciende la producción, cuál es el perfil de los consumidores del producto y las tendencias que actualmente se presentan. A continuación, exponer la legislación vigente que afecta al mercado y la influencia de las normas de la UE. En último lugar, se procede a realizar un análisis contable de las empresas que forman el sector, divididas por regiones que coinciden con las Comunidades Autónomas de España. El objetivo es estudiar las peculiaridades que presenta cada región, el número de empresas activas, las diferentes rentabilidades que obtienen, cuál es la estructura de sus balances y la influencia de las múltiples Denominaciones de Origen.

Palabras clave: Vino, Denominación de Origen, Bodega, Vitivinícola

In the following work the situation of the wine sector is analyzed. We start from the characteristics that it presents internationally to understand which factors are those that have a greater impact in the market, in the European and national scope. We went through a detailed analysis of the wine sector in Spain: how many vineyards there are, how much is the production, what is the profile of the consumers of the product and the trends that are currently presented. Next, expose the current legislation that affects the market and the influence of EU rules. Finally, an accounting analysis of the companies that make up the sector is carried out, divided by regions that coincide with the Autonomous Communities of Spain. The objective is to study the peculiarities of each region, the number of active companies, the different profitability they obtain, the structure of their balance sheets and the influence of the multiple Designations of Origin.

Key words: Wine, Designation of Origin, Winery, Viticulture

Códigos JEL:

- C42 - Métodos de recopilación de datos.
- R11 - Actividad económica regional: crecimiento, desarrollo y cambios
- Y10 - Datos: tablas y gráficos

Índice de contenido.

1. <i>Introducción</i>	7
2. <i>El sector del vino</i>	7
2.1. Internacional: el sector del vino en el mundo.	8
2.1.1. Superficie mundial de viñedos.	8
2.1.2. Producción mundial de vino.	9
2.1.3. El consumo del vino.	10
2.2. Comunitario: el sector del vino en Europa.	11
2.3. Nacional: el sector del vino en España.	11
3. <i>Configuración del sector vitivinícola español. las denominaciones de origen.</i>	13
3.1. Rasgos Generales.	13
3.1.1. Viñedos.	13
3.1.2. Producción.	13
3.1.3. Organización del mercado.	13
3.1.4. Exportaciones y comercio internacional.	15
3.1.5. Perfil del consumidor español.	15
3.2. Marco legal.	16
3.3. Denominaciones de Origen.	17
3.4. Situación geográfica de las DOP e IGP.	21
4. <i>Análisis de las empresas del sector</i>	21
4.1. Análisis de rentabilidades y análisis vertical.	22
4.2. Rentabilidad comparada.	40
5. <i>Consideraciones finales.</i>	42
6. <i>Bibliografía</i>	44
<i>ANEXO I: localización de DOP e IGP</i>	45
Mapa anexo 1.1: Denominaciones de Origen	45
Mapa anexo 1.2: Indicaciones Geográficas Protegidas	46
<i>Anexo II: Ratios utilizados de base de datos SABI</i>	47

Índice de tablas y gráficos.

Tabla 2.1. Los Viñedos del Mundo _____	8
Tabla 2.2. Producción mundial del vino _____	9
Gráfico 2.1. Producción mundial de vino. _____	10
Tabla 2.3. Consumo del vino en 2017 _____	11
Gráfico 3.1: Preferencia de la tipología del vino _____	16
Gráfico 3.2: Requisitos DOP e IGP _____	20
Tabla 4.1. Media Nacional: Balance _____	22
Tabla 4.2. Media Nacional: Rentabilidad _____	22
Gráfico 4.1. Rentabilidades comparadas: margen de beneficio _____	40
Gráfico 4.2. Rentabilidades comparadas: Rentab. sobre recursos propios. _____	41

1. INTRODUCCIÓN

El vino siempre ha sido una bebida diferente a las demás. No por casualidad lleva consumiéndose desde hace siglos, ni ha llegado a ser un alimento importante para la dieta española, o un elemento imprescindible en una cena gourmet. El espectro de valor del vino es probablemente de los más amplios que existen, pudiendo costar una botella desde unos pocos céntimos, hasta miles de euros.

Un producto así de complejo tiene un sector interesante detrás, capaz de producir estas diferencias de valor. En el siguiente trabajo, nuestro objetivo será analizar cual es la situación actual del sector nacional del vino, uno de los más potentes a nivel internacional. En lo personal, me he inclinado a hacer este trabajo debido a múltiples colaboraciones con bodegas de Castilla y León, tanto en la fase de recogida de la uva como en la de embotellado o procesado de tan complejo líquido. De la misma manera, considero al vino español como uno de los pocos productos en los que nuestra tierra puede competir de un modo directo con empresas de todo el mundo.

Para cumplir este objetivo hemos dividido la investigación en varios capítulos. Comenzamos viendo las características y factores más importantes del mercado del vino a nivel internacional. Después pasamos a ver cómo se configura el sector español concretamente, realizando un estudio comparado por regiones. De esta manera, podemos analizar las diferencias entre las empresas dedicadas a la elaboración del vino, así como entre los distintos tipos de producto y las Denominaciones de Origen.

2. EL SECTOR DEL VINO

En este capítulo se comentarán las características que definen el mercado del vino. Para ello vamos a diferenciar tres niveles: internacional, comunitario y nacional.

2.1. Internacional: el sector del vino en el mundo.

Los países europeos, principalmente Francia, España, Portugal e Italia, son los que históricamente han dominado el comercio de vinos. En dichos países se ha apostado por mantener una alta calidad de sus productos, que articulan a través de Denominaciones de Origen Protegidas (en adelante DOP) y de una infinidad de marcas de las bodegas tradicionales.

No obstante, el sector del vino ha florecido en otros países en las últimas décadas, ajenos a la órbita europea. Estos vinos se apartan del modelo de negocio de prestigio y valor de marca que predomina en Europa para elaborar vinos más atrevidos y de calidad homogénea. Dentro de estos países hay que destacar a China, EEUU, Chile, Argentina, Australia, Turquía e Irán.

Para hacernos una idea más precisa de cómo se configura el sector del vino a nivel global, analizaremos las variables más significativas a nivel macroeconómico.

2.1.1. Superficie mundial de viñedos.

Tabla 2.1. Los Viñedos del Mundo							
País (miles de ha)	2012	2013	2014	2015	2016	% s/Total	Variación 2016-2012 (en kha)
España	969	973	975	974	975	12,97%	6
Francia	792	793	789	785	785	10,44%	-7
Italia	713	705	690	682	690	9,18%	-22
Portugal	231	224	219	199	195	2,53%	-41
Rumania	192	192	192	191	191	2,54%	-1
EEUU	430	449	448	443	443	5,89%	13
Turquía	497	504	502	497	480	6,39%	-17
China	706	757	796	830	847	11,27%	141
Argentina	222	224	226	225	224	2,98%	2
Chile	206	208	213	114	214	2,85%	8
Sudáfrica	135	133	132	130	130	1,73%	-5
Australia	162	157	154	149	148	1,97%	-14
Irán	226	223	223	223	223	2,97%	-3
Moldavia	142	137	140	140	140	1,86%	-2
Uzbekistán	121	122	127	127	127	1,69%	6
India	120	119	120	120	120	1,60%	0
Grecia	110	110	110	107	105	1,40%	-5
Alemania	102	102	102	103	102	1,36%	0
Resto del mundo	1.387	1.391	1.375	1.376	1.382	18,39%	-5
TOTAL Mundo	7.463	7.523	7.533	7.515	7.516	100%	53

Fuente: informe estadístico de la OIV¹ de 2017.

Como podemos observar, España encabeza la lista de países por superficie dedicada a la elaboración de vino, con un 13% de la superficie total del mundo. En segundo lugar, se sitúa el gigante asiático, China, con más de un 11%. En la tabla apreciamos que China ha realizado fuertes inversiones en este sector, con una variación positiva de 141 miles de hectáreas respecto al año 2012. En los siguientes puestos, las tradicionales potencias vitivinícolas europeas: Francia, Italia y Portugal; las cuales, junto con España, copan el 35% de los viñedos del mundo, pese a que tanto Italia como Portugal han reducido considerablemente la superficie dedicada.

2.1.2. Producción mundial de vino.

Tabla 2.2. Producción mundial del vino						
Países (millones de hl)	2014	2015	2016	2017	% s/total	Variación 2016-2017
Italia	44,292	50,5	50,9	39,3	15,90%	-11,6
Francia	46,804	47,5	43,5	36,7	14,90%	-6,8
España	39,5	37,7	39,3	33,5	13,60%	-5,8
Otros EU	31,243	38,254	31,9	31,2	12,60%	-0,7
EU Total	161,839	173,954	165,6	140,7	57%	-24,9
EEUU	22	22,14	23,9	23,3	9,40%	-0,6
Argentina	15,197	13,358	9,4	11,8	4,80%	2,4
China	11,6	11,500	11,400	11,400	4,60%	0
Chile	10,5	12,87	10,1	9,5	3,90%	-0,6
Australia	12,02	12	13	13,9	5,60%	0,9
Fuera EU Total	104,002	108,565	101,4	106	43%	4,6
Global Total	265,841	282,519	267	246,7	100%	-20,3

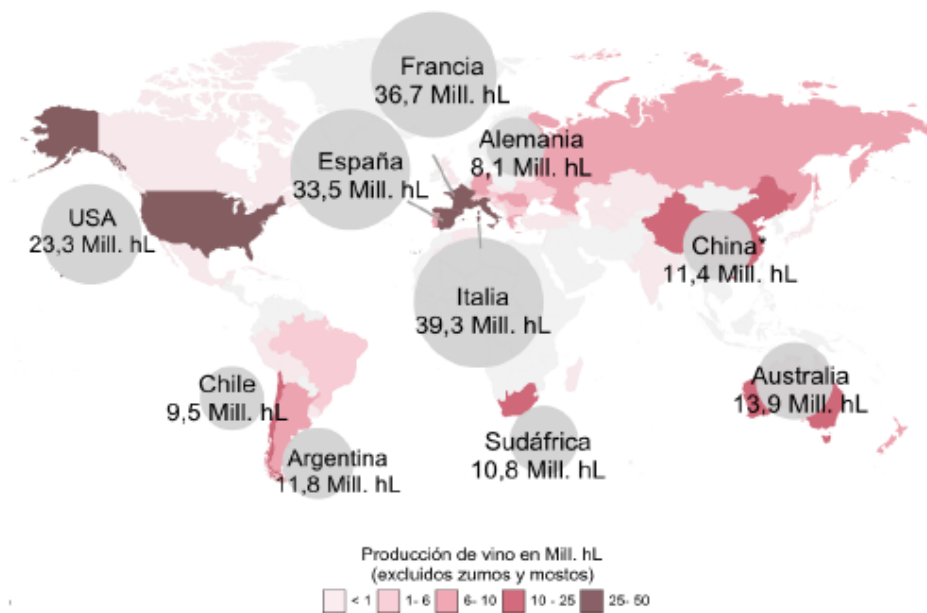
Fuente: informe estadístico de la OIV de 2017.

En esta tabla se aprecia de nuevo el predominio europeo, que con sus tres países más importantes alcanza el 44,4% de la producción global.

Tenemos que analizar en particular el año 2017, debido a que el nivel de producción fue históricamente bajo, especialmente en Europa occidental. Esto fue causado por diversos fenómenos meteorológicos extremos, concretamente, heladas y sequías. Aunque la situación acaeció en toda Europa, los que más la sufrieron eran las principales potencias vitivinícolas. Esto supone una disminución del 8% de la producción mundial con respecto a 2016, incrementado a un 15% en el caso de Europa.

Cabe destacar que en estas condiciones la cantidad del vino producido es menor, debido a que la cosecha de uva se ve afectada significativamente, pero ello no implica que la calidad se vea mermada. Todo esto se traduce en una producción más pequeña, de vinos de calidad notable y a un precio superior.

Gráfico 2.1. Producción mundial de vino.



Fuente: OIV

Podemos apreciar de una forma más visual cómo se distribuye la producción de vino.

2.1.3. El consumo del vino.

En 2017 se consumieron 243 millones de Hl de vino. Esta cantidad se ha estabilizado desde la crisis económica del 2008 y presenta una tendencia positiva desde el año 2014. En este sentido, hay que diferenciar países en los que el consumo es estable (los europeos) y aquellos en los que el consumo está creciendo considerablemente los últimos años, destacando EEUU, China y Australia.

Tabla 2.3. Consumo del vino en 2017		
País	Consumo total (Mill. HI)	% s/total
EEUU	32,6	13,4%
Francia	27	11,1%
Italia	22,6	9,3%
Alemania	20,2	8,3%
China	17,9	7,3%
TOTAL	243	100%

Fuente: OIV

2.2. Comunitario: el sector del vino en Europa.

Hemos visto ya cómo se configura a grandes rasgos el mercado del vino en el ámbito europeo, suponiendo, tanto actualmente como en la antigüedad, un motor a tener en cuenta para la economía europea.

Posee el 45% de la superficie dedicada a viñedos de todo el mundo y acapara un 57% de la producción del mercado. Vemos pues, que se encuentra en una situación privilegiada, siendo el principal productor mundial.

No obstante, la aparición de nuevos países productores ha ido mermando la preeminencia europea, como puede apreciarse claramente en el peso sobre la producción mundial, que ha pasado de ser de un 62% en el 2016 a ser del 57% en 2017, según los datos de la OIV. En gran medida, esta caída ha sido acentuada por las malas condiciones climáticas del mismo año.

El modelo de negocio que sigue Europa persigue la calidad, muchas veces manifestada a través de su denominación de origen en el primer nivel y a través de la marca en el segundo. Esto parece encajar con las preferencias de los consumidores; los cuales, cada vez más, optan por beber menos, pero vinos de mejor calidad.

2.3. Nacional: el sector del vino en España.

El vino ha sido un alimento necesario en la dieta de la sociedad española desde el siglo XVI, y en los sucesivos fue un sector creciente y con alta competencia, priorizando aumentar la producción y dejando a un lado la

calidad. Tras el asentamiento de este sector, van implementándose técnicas industriales para mejorar la calidad del vino.

El mercado de vino español alcanzó su madurez a mediados del siglo XIX, años en los que tuvo que lidiar con la filoxera, una enfermedad originada por un insecto que devastó gran parte de los viñedos europeos. Esta situación hizo necesaria la reconstitución de los viñedos, aumentando en gran medida los gastos y forzando la emigración de muchos trabajadores vitivinícolas. La rentabilidad del producto cayó por los suelos, propiciando la aparición de las primeras bodegas cooperativas, muchas de las cuales perduran hoy en día (Peñín, 2008).

Tras la Segunda Guerra Mundial, así como la Guerra Civil Española, Europa era un continente arrasado y supuso la paralización de los viñedos y del sector vitivinícola europeo. Hubo que someterlos a una profunda reestructuración y adoptar técnicas modernas en cuanto a los procedimientos de elaboración y almacenaje. Es en las décadas de los 50 y 60 cuando el sector no sólo recuperó su importancia, sino que consiguió máximos históricos en el consumo y en la extensión de los viñedos.

Desde ese momento, el consumo y la producción se han ido reduciendo paulatinamente. Sin embargo, el vino español ha sabido hacerse con una gran parte del mercado mundial. Esto se debe, principalmente, a la calidad de los vinos europeos (especialmente de Europa Occidental), la cual se consigue a través del seguimiento de unas pautas y controles exhaustivos en todo el proceso de elaboración, desde la selección de las cepas hasta la maduración en bodega. Aunque la evolución del mercado sigue a la baja, la entrada de nuevos países con grandes capacidades productivas, como China o Argentina, ha hecho que la posición española peligre.

3. CONFIGURACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL. LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN.

3.1. Rasgos Generales.

El sector del vino en nuestro país es crucial, no solo por su importancia económica, sino por la cantidad de gente que trabaja en él y por el papel que juega en la protección del medio ambiente y frente a la despoblación rural.

3.1.1. Viñedos.

De acuerdo con los informes de la OIV, España es el país de la UE con mayor extensión de viñedos con diferencia, llegando a ser el país con más superficie dedicada a la producción de uva del mundo con el 13% sobre el total global. De estos viñedos, el 97,4% se dedica a la producción de vino, el 2% a uvas de mesa, el 0,3% para incrementar la producción y el restante 0,3% para viveros.

La situación geográfica, la diversidad climatológica y la variedad del suelo hacen que tanto la Península Ibérica como las islas sean una localización privilegiada para la producción de todo tipo de vinos.

3.1.2. Producción.

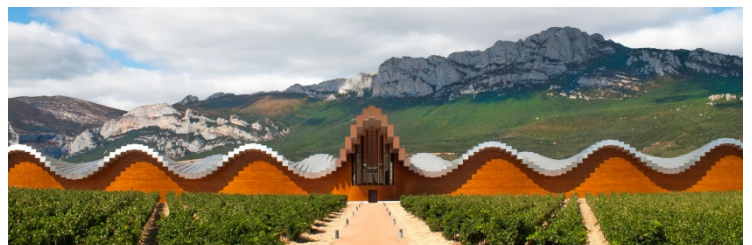
Durante los últimos 7 años la producción española de vinos ha gozado de una gran estabilidad, situándose alrededor de los 40 millones de hl. Esta tendencia, sin embargo, se ha visto truncada con la cosecha de 2017, reduciéndose en casi 7 millones de hl respecto a la de 2016. La región española en que está más concentrada la producción de vino es la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, con un total de 21 millones de hl, de los cuales 9,6 son de vino tinto y rosado y 11,4 de vino blanco.

3.1.3. Organización del mercado.

El sector vitivinícola español ha experimentado desde el año 2000 un proceso de modernización y actualización que ha supuesto el incremento de 130.000 hectáreas de terreno cultivado y que ha costado aproximadamente 800 millones de euros.

El mercado, en su mayoría, está ocupado por empresas de reducida dimensión que funcionan con un capital familiar, así como un gran número de cooperativas agrarias. Estas empresas han ampliado sus viñedos para ser capaces de ofrecer una mayor variedad de productos. En el sector se han producido grandes avances tecnológicos que permiten construir bodegas con nuevas estructuras y maquinaria moderna que repercuten significativamente en la productividad. Algunos de estos avances permiten simplificar y abaratar el proceso de una forma importante. Un claro ejemplo son las vendimiadoras: grandes máquinas que realizan de forma automatizada la recogida de uva, la separación de restos sólidos y la extracción del jugo. Si bien estas máquinas requieren que la viña esté adaptada para su recogida de una forma especial, llamada en espaldera, supone en su conjunto una transformación total del proceso productivo, volviéndolo mucho más eficiente.

Es elevado el número de bodegas que han adoptado también las modernas estrategias de marketing, llegando a construirse estructuras de estilo vanguardista que poco tienen que ver con la imagen tradicional que tenemos de este tipo de instalaciones. Otras han optado por diversificar su actividad y ofrecer servicios de alojamiento y restauración, o actividades de ocio como el enoturismo. Algunos ejemplos significativos son la bodega-hotel de Marqués de Riscal, construida por el prestigioso Frank O. Gehry, la bodega Ysios de Santiago Calatrava, o el histórico hotel-bodega de Abadía de Retuerta, reconocido como el mejor hotel de España y Portugal por los premios Reader's Choice de 2017.



Marqués de Riscal (izquierda) e Ysios (derecha).

Siguiendo la teoría de que el vino no es solamente una bebida, sino que es también gastronomía, cultura y arte; se impulsan proyectos para rodear su consumo de todo tipo de actividades: visitas a bodegas, catas de vino, vinotecas, vendimiar, etc.

Podemos concluir que el sector vitivinícola español es grande, dinámico y concentrado, ya que las cinco empresas más grandes mantienen casi un 28% de la cuota de mercado. No hay mucha inversión extranjera, aunque es frecuente que las bodegas y empresas españolas desarrollen joint ventures con otros países por motivos de marketing internacional y para desarrollar y ofrecer una mayor variedad de productos.

3.1.4. Exportaciones y comercio internacional.

De acuerdo con los datos de la OEMV¹ y sus datos sobre el primer semestre de 2017, las exportaciones españolas de vino se han visto reducidas en un 0.7%, aunque se ha incrementado el valor en un 6%. Hablando en cifras absolutas, España ha exportado 1.115,7 millones de litros de vino, valorados en 1.320,7 millones de euros. El volumen total ha caído por el descenso de los vinos a granel, aunque el valor se ha visto compensado por los buenos resultados de los vinos con DOP e IGP.

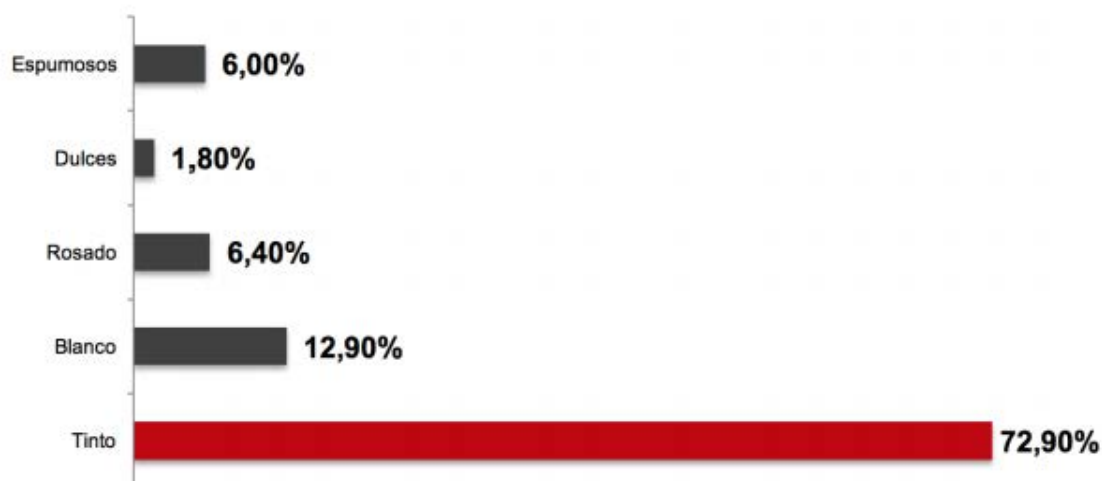
3.1.5. Perfil del consumidor español.

Según datos de la OEMV, el 60% de la población mayor de edad se declara consumidor, lo que se traduce en 22.454.740 consumidores. De ellos, se consideran habituales el 80% (17.926.393 personas). Asimismo, de estos consumidores habituales, un 56% (10.067.234 declara ser cliente de vinos con DO.

El consumo se concentra en el vino tinto, con un porcentaje de 72,9% del consumo total con relación al volumen. Le siguen el vino blanco, rosado, espumosos y dulces.

¹ Observatorio Español del Mercado del Vino.

Gráfico 3.1: Preferencia de la tipología del vino



Fuente: AEA Business School.

Para determinar el perfil sociodemográfico de los consumidores, el primer elemento a tener en cuenta es que se realiza fundamentalmente por varones, aunque existe una tendencia en ascenso sobre el porcentaje de mujeres consumidoras de vino durante los últimos años.

En términos de edad, los consumidores más jóvenes (entre 18 y 34 años) tan sólo representan el 26% de los consumidores de vino, mientras que según aumenta la edad se incrementa el consumo. Un 74% de los consumidores de vino son personas mayores de 34 años, de los cuales el 38% corresponde a mayores de 54 años.

Por último, en términos de renta, el grupo de clase alta o media alta es aquel que menos peso tiene, con un 24% de los consumidores. Por otra parte, los grupos de clase media y clase baja aglutinan cada uno al 38% de los afines al vino.

3.2. Marco legal.

La pertenencia de España a la UE implica que es ésta la que se ocupa de dictar la legislación a nivel europeo a través de Directivas y Reglamentos. Así como otros productos agrícolas han sido regulados a través de la PAC (Política Agraria Común), el vino se mantuvo fuera de esta organización hasta 1970.

A pesar de las amplias competencias europeas, en los Estados Miembros son las autoridades gubernamentales las que se encargan de su cumplimiento y desarrollo. En el caso de nuestro país, el MAPAMA (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación) cumple estas funciones, delegando en los respectivos Consejos Reguladores que hay en cada Comunidad Autónoma.

La ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino ha sido la última norma de carácter nacional dirigida de forma específica a la regulación de este producto. Tal como el Artículo 1 de la Ley establece, “El objeto de esta ley es la ordenación básica, en el marco de la normativa de la Unión Europea, de la viña y del vino, así como su designación, presentación, promoción y publicidad.”

3.3. Denominaciones de Origen.

Las Denominaciones de Origen se han convertido en el último Siglo en un instrumento necesario para proteger la competencia del mercado del vino. Además, suponen un incremento del valor añadido, generan industria auxiliar, enoturismo, e incluso sirven para frenar la despoblación rural en ciertos lugares.

Ya en el Siglo XVI existía un antecedente de Denominaciones de Origen para determinados viñedos que se consideraban particularmente valiosos, por lo que se hizo necesario dotarlos de una especial protección.

Con el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Intelectual en el año 1883, las indicaciones geográficas pasaron a estar reconocidas como una parte de la propiedad industrial. En palabras de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), “la propiedad industrial no se limita a la industria y al comercio propiamente dichos, sino que se aplica también a las industrias agrícolas y extractivas y a todos los productos fabricados o naturales”, y en este sentido se manifiesta el artículo 1 del Convenio: ámbito de la propiedad industrial.

No obstante, a lo largo de las décadas siguientes, se promulgaron a nivel nacional legislaciones divergentes y se hizo necesaria una armonización internacional que culminó en el 1925 con la firma en La Haya de una serie de

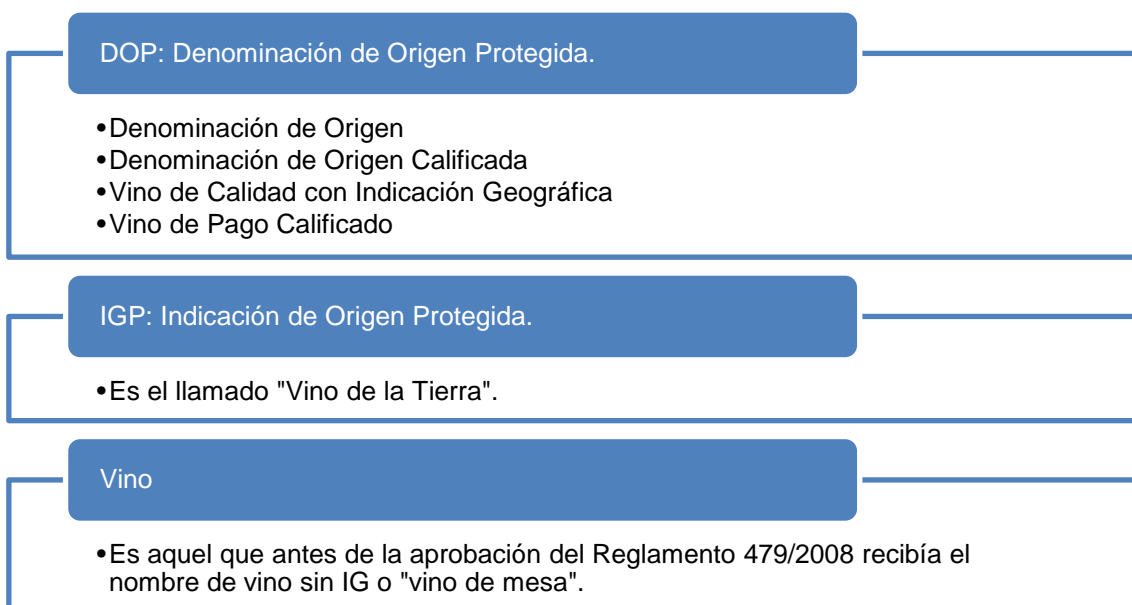
medidas de protección para las regiones vitivinícolas. La finalidad era evitar los perjuicios derivados de las falsificaciones de los orígenes de los vinos.

En el 1933 se otorga la primera Denominación de Origen de España a los vinos del Marco de Jerez, a la que se fueron sumando las demás hasta alcanzar en la actualidad un total de 70 Denominaciones diferenciadas y repartidas por toda la península, e incluso en varias de sus provincias insulares.

3.3.1. Marco legal de la propiedad industrial.

El primer marco jurídico de protección de las denominaciones de origen fue el ya mencionado Estatuto del Vino, Decreto elevado a Ley, del 26 de mayo de 1933. Esta ley tenía por objeto exclusivamente al vino, aunque con la Ley 25/1970 se extendió el modelo al resto de alimentos.

A nivel europeo también se ha producido una evolución normativa. La UE, desde la década de los años noventa, se ha dotado progresivamente de un marco legal que recoge el reconocimiento, protección y control de las DOP e IGP. Crea, así, una perspectiva armonizadora, común a todos los Estados miembros. En la actualidad, esta finalidad se plasma en el Reglamento de la UE n.º479/2008 del Consejo, de 29 de abril de 2008, de la organización común del mercado vitivinícola. Es en esta disposición a partir de la cual el término DO deja de aplicarse al vino y en la que se establecen las definiciones de DOP y de IGP, que sustituyen a la DO. De esta manera, quedan tres clases de vino:



En el ordenamiento jurídico nacional actual, la norma más importante que tenemos en esta materia es la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico. Dicha ley es complementaria a la legislación comunitaria y distingue una serie de objetivos en el Artículo 9:

- a) Proteger los derechos de los productores y de los consumidores, garantizando el cumplimiento del principio general de veracidad y justificación de la información que figure en el etiquetado de los productos agrarios y alimentarios amparados por una DOP o IGP.
- b) Garantizar la especificidad del producto agrario o alimentario amparado por una DOP o IGP y su protección, manteniendo su diversidad y reputación comercial.
- c) Proporcionar a los operadores un instrumento para la diferenciación de sus productos, como elemento adicional para contribuir a fortalecer la competencia leal y efectiva del sector.

Asimismo, el Artículo 10 define el ámbito de aplicación de la ley, esto es, qué se considera DOP o IGP a efectos de la presente ley:

- a) Las Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas de los productos vitivinícolas.
- b) Las Indicaciones Geográficas de bebidas espirituosas.
- c) Las Indicaciones Geográficas de vinos aromatizados, de bebidas aromatizadas a base de vino y de cócteles aromatizados de productos vitivinícolas.
- d) Las Denominaciones de Origen Protegidas y las Indicaciones Geográficas Protegidas de otros productos de origen agrario o alimentario.

Ya hemos visto que dentro de la calificación de DOP o IGP existen varios tipos. Sin embargo, no vamos a profundizar en ellos, aunque sí en las características

que debe tener un vino para que se considere DOP o IGP, así como los aspectos comunes de ambas.

Dichos requisitos aparecen en el mencionado Reglamento 479/2008, en el Capítulo IV, Sección 1ª, artículo 34.

Gráfico 3.2: Requisitos DOP e IGP



Fuente: elaboración propia

Vemos que en ambas figuras de protección lo que existe es una vinculación entre las características específicas del producto y el medio geográfico del que proviene. Existen dos diferencias fundamentales:

- 1) Para la DOP se exige que el 100% de las uvas procedan de la zona geográfica en cuestión, mientras que para las IGP se exige un mínimo de 85%.
- 2) Para la DOP sólo puede obtenerse de variedades de vid *Vitis vinífera*, mientras que para la IGP se flexibiliza y se permiten cruces con otras especies del género *Vitis*.

Podemos comprobar que, para aspirar a la figura de protección de DOP, se exigen unos requisitos más estrictos que suponen una vinculación más estrecha con la zona geográfica.

3.4. Situación geográfica de las DOP e IGP.

Según el informe de la cosecha del OEMV de 2017, España se divide en las siguientes secciones regionales:

1. Galicia: Rías Baixas, Monterrei, Ribeiro, Ribeira Sacra y Valdeorras.
2. Castilla y León: Bierzo, Cigales, Tierra de León, Tierra del Vino de Zamora, Ribera del Duero, Rueda, Toro y Arribes.
3. El Norte: Rioja y Navarra.
4. Aragón: Campo de Borja, Cariñena y Somontano.
5. Castilla-La Mancha.
6. Cataluña, Mallorca y Este de España.
7. Jerez-Xérès-Sherry.

Cada una de estas secciones cuenta con varias Denominaciones de Origen Protegidas y con Indicaciones Geográficas Protegidas. En el Anexo I se adjuntan mapas que representan a nivel nacional todos estos territorios.

4. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR

Con el objeto de analizar las empresas dedicadas a la elaboración de vinos, hemos extraído información sobre el mercado nacional de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). Para ello, hemos seleccionado 3 filtros o condiciones que las empresas deben escoger:

- 1) Empresas en estado **activo**.
- 2) Empresas con **código CNAE** (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) primario 1102: elaboración de vinos.
- 3) Empresas segmentadas según las **Comunidades Autónomas**.

4.1. Análisis de rentabilidades y análisis vertical.

El primer paso consiste en determinar cuán elevada es la proporción que representan en el balance los distintos grupos patrimoniales. Para calcular la media nacional, hemos extraído datos de las 2.621 empresas que cumplen las condiciones anteriores. Agregando por comunidades, calculamos la media ponderada.

	2012	2013	2014	2015	2016
ANC	52,82%	52,05%	51,82%	52,05%	50,65%
AC	47,14%	47,95%	48,19%	47,95%	49,35%
PN	46,68%	47,93%	48,13%	50,72%	48,63%
PNC	22,93%	21,22%	21,12%	20,38%	21,28%
PC	30,36%	30,85%	30,74%	28,90%	30,07%

Fuente: SABI

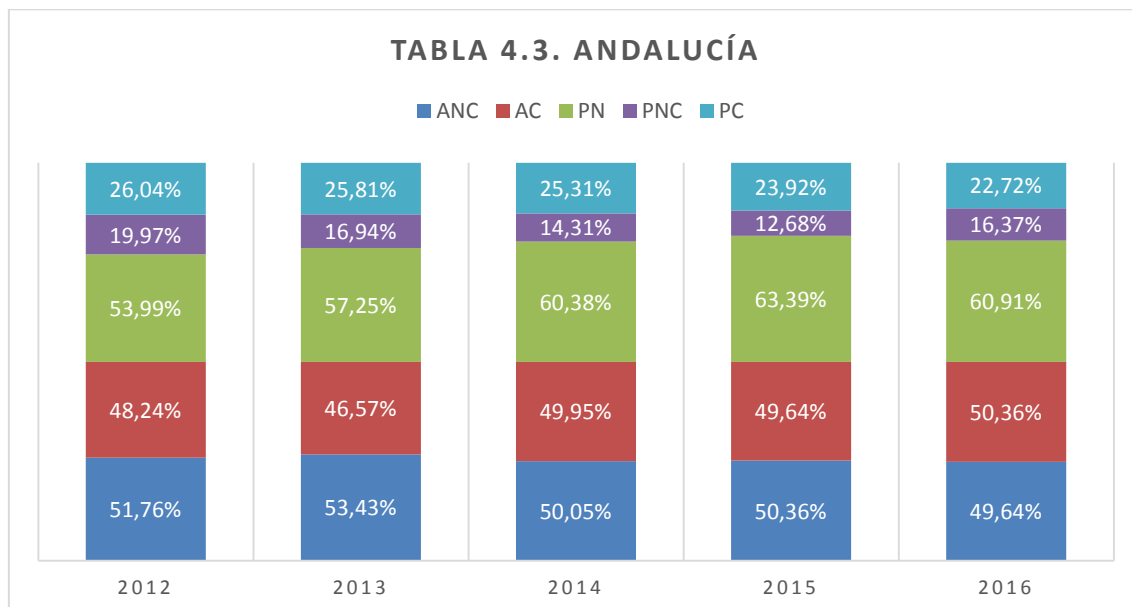
Podemos observar que la estructura media del balance es la adecuada para un sector de estas características, destacando las grandes proporciones en ANC. El activo corriente se ha ido incrementando mientras que sucede lo contrario con el activo fijo o no corriente.

	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	2,56	2,48	3,25	4,52	5,43
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	3,15	3,35	3,60	4,45	4,74
Rentabilidad sobre el activo total (%)	1,04	1,19	1,48	2,33	2,74
Margen de beneficio (%)	2,76	2,94	3,66	5,66	6,39

Fuente: SABI

En esta tabla sí que se aprecia mejor la recuperación del sector desde los peores años de crisis económica. Las rentabilidades marcan una tendencia claramente alcista que vemos que van a seguir casi todas las regiones. Destaca el margen de beneficio siendo el ratio que se ha incrementado en mayor medida, con una variación positiva del 3,63%.

Andalucía



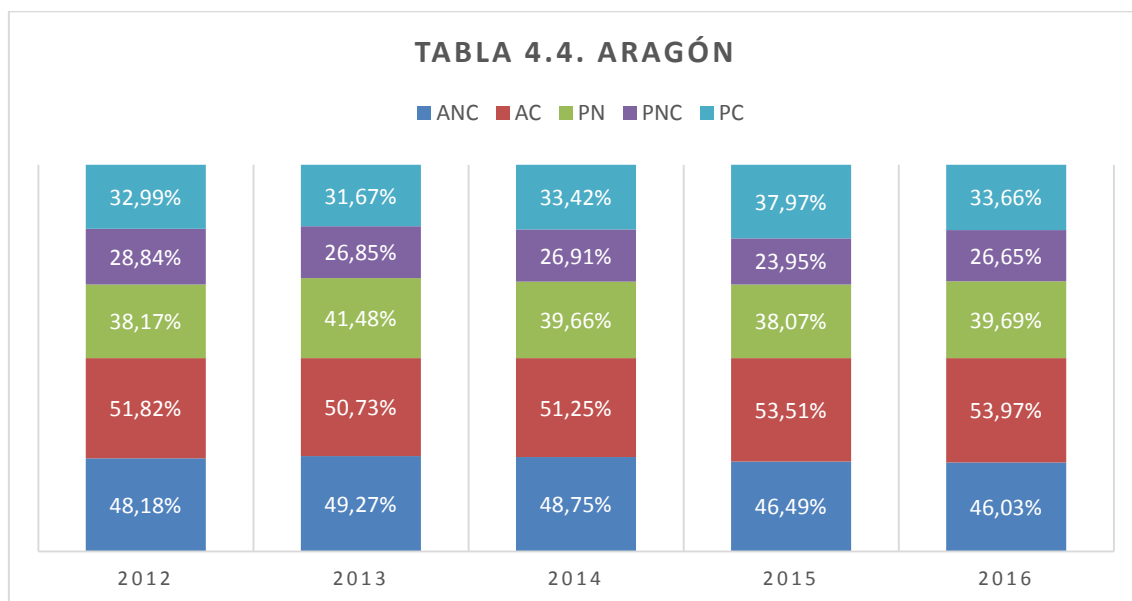
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	0,46	4,42	5,90	6,39	5,71
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	1,85	4,71	5,84	6,25	5,18
Rentabilidad sobre el activo total (%)	0,25	2,53	3,56	4,05	3,48
Margen de beneficio (%)	0,64	4,63	6,32	8,20	7,52

Fuente: SABI

El cultivo de la vid y la elaboración de vinos floreció durante los siglos XVI y XVII en tierras andaluzas. La tendencia del sector se inclina hacia las marcas de prestigio, ya que el 70% de la superficie total de los viñedos andaluces se aglutinan en algunas de las Denominaciones de Origen establecidas: “Jerez-Xérès-Sherry”, “Condado de Huelva”, “Málaga”, “Manzanilla de Sanlúcar”, “Sierras de Málaga” y “Montilla-Moriles”. Numerosas Rutas de Vino recorren Andalucía, suponiendo un atractivo no sólo enológico, sino turístico, recreativo y cultural hacia estas tierras.

El número de empresas asciende a 131 en el 2016, el cual se ha venido incrementando desde el 2012, debido al incremento de la rentabilidad en el sector.

Aragón



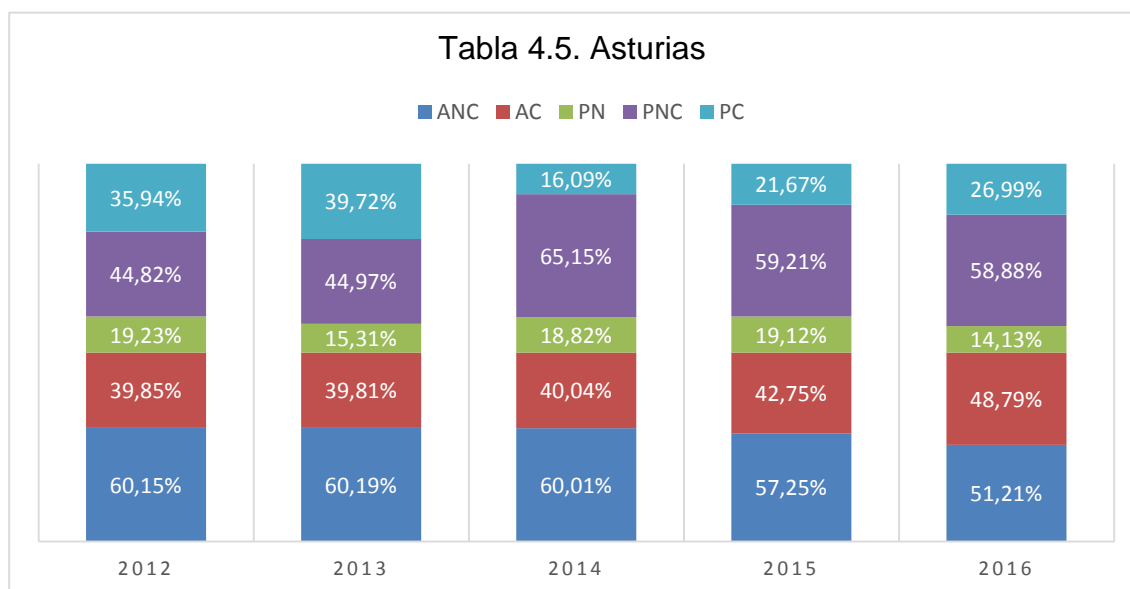
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	-2,36	-1,80	0,47	7,24	5,64
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	0,79	0,42	1,99	6,13	4,20
Rentabilidad sobre el activo total (%)	-0,90	-0,74	0,19	2,79	2,27
Margen de beneficio (%)	-1,73	-1,43	0,38	5,61	4,51

Fuente: SABI

Las DOP propias de esta comunidad son la de “Cariñena”, “Calatayud”, “Somontano” y “Campo de Borja”. Estas bodegas han padecido algunos años de pérdidas, aunque desde el año 2012 se aprecia una notable mejoría en sus rentabilidades. El sector lo componen 74 empresas en 2016, que se caracterizan por la elaboración de vino de calidad y de un corte muy tradicional. Las rentabilidades se sitúan cercanas a la media, destacando la gran variación que ha sufrido la rentabilidad sobre los recursos propios.

Aragón ha impulsado proyectos para favorecer a sus vinos e impulsar el enoturismo en su territorio a través de numerosas rutas y actividades entre las que destacan la “Ruta de la Garnacha”, “Ruta del Vino Somontano” y “Ruta del Vino Calatayud”.

Asturias



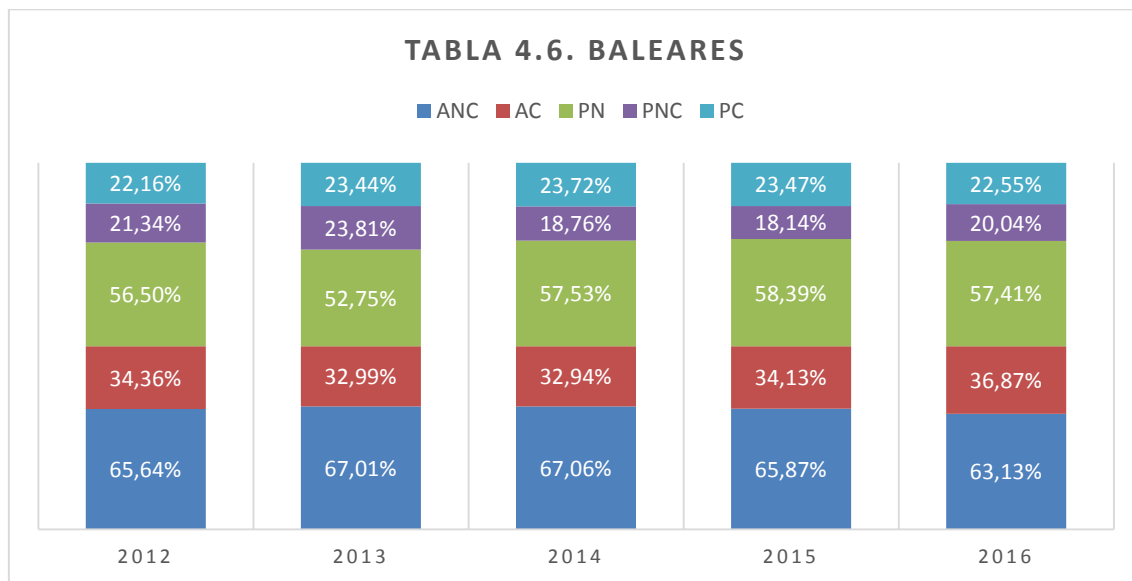
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	15,94	3,70	13,61	1,93	4,64
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	5,55	3,81	5,13	2,47	2,76
Rentabilidad sobre el activo total (%)	2,53	0,57	2,56	0,37	0,66
Margen de beneficio (%)	8,04	1,50	8,29	0,89	1,11

Fuente: SABI

En Asturias observamos un sector vitivinícola débil, compuesto por apenas 5 empresas. Esto en gran medida viene causado porque Asturias no es una región con mucha tradición de vino, además de la dificultad para plantar viñedos de cierta extensión en su terreno. Llama la atención el carácter oscilante de la rentabilidad, siendo muy superior a la media nacional durante el año 2012 y 2014, pero cayendo en los años restantes.

Tiene, junto con Baleares, el mayor porcentaje de activo no corriente, así como el pasivo no corriente más elevado y los recursos propios más bajos de todo el país. Pese a que la rentabilidad sobre los recursos propios no es del todo negativa, el margen de beneficio se sitúa más de 5 puntos por debajo de la media nacional.

Baleares



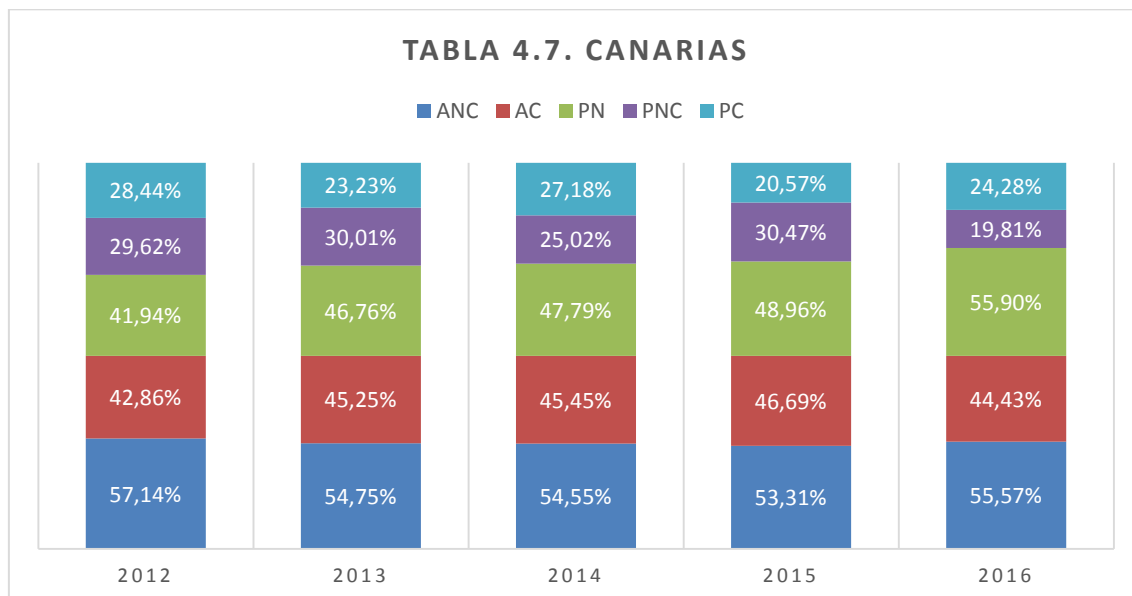
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	4,25	5,51	5,60	5,93	6,90
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	4,19	5,10	5,13	5,44	5,88
Rentabilidad sobre el activo total (%)	2,40	2,91	3,22	3,47	3,96
Margen de beneficio (%)	4,82	6,09	7,36	8,19	9,36

Fuente: SABI

Baleares disfruta de un clima mediterráneo, con veranos secos y cálidos e inviernos húmedos y fríos. Sus peculiaridades insulares le permiten distinguirse de otros vinos de la península, elaborando vinos con uvas autóctonas. Cuenta con dos Denominaciones de Origen: “Binissalem” y “Pla i Llevant”, ambas en Mallorca. Baleares es la tercera comunidad en cuanto a consumo de vino, con una media de 11,6 litros por habitante al año, y la segunda en gasto en vino, con 37,59 euros por habitante, según el informe elaborado por AEA Business School.² Destaca su alta proporción en ANC, con 13 puntos como mínimo por encima de la media nacional en todos los periodos. Esto puede deberse a la inversión que han realizado las 36 empresas baleares para poder competir con sus rivales continentales.

² Panorama actual y perspectiva del sector vitivinícola 2017.

Canarias



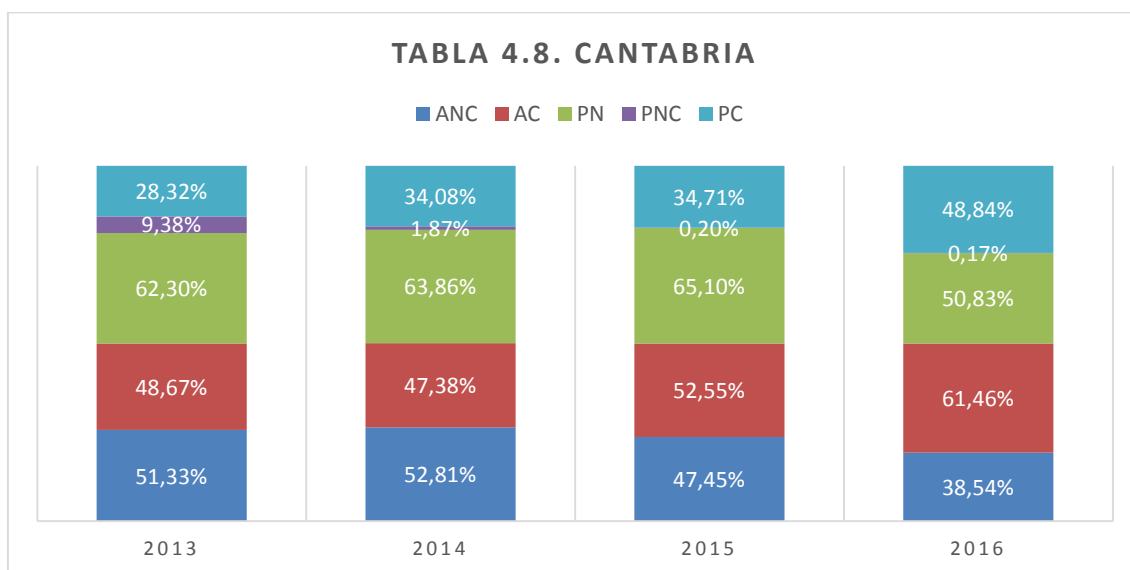
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	-1,84	-1,76	-0,80	2,61	6,33
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	0,71	0,15	1,76	2,93	5,59
Rentabilidad sobre el activo total (%)	-0,77	-0,83	-0,38	1,28	3,54
Margen de beneficio (%)	-4,37	-3,81	-1,56	5,13	9,81

Fuente: SABI

Canarias presenta un relieve muy diferente al que podemos encontrar en el resto de España. Estas islas de origen volcánico tienen sus propias mecánicas de cultivo, destacando las viñas cubiertas por parrales desmontables que actúan como parapeto. La Denominación de Origen más antigua es la de “Tacoronte-Acentejo”, reconocida en el 1985, a la que se más tarde se unió “Gran Canaria”, “Abona”, “Valle de Güimar” o “Valle de La Orotava”. Destaca el bajo porcentaje de pasivo corriente en las 35 empresas que forman el sector en Canarias, situándose casi 10 puntos por debajo de la media nacional. Sin embargo, con el pasivo a largo plazo sucede lo contrario.

El sector ha experimentado una recuperación extraordinaria los últimos años, terminando como una de las comunidades con rentabilidad más elevada, tanto para los accionistas como el margen de beneficio.

Cantabria



*No se dispone de los datos del año 2012.

Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	n.d.	1,40	-2,57	2,20	-11,73
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	n.d.	1,62	-2,34	2,58	-11,34
Rentabilidad sobre el activo total (%)	n.d.	0,87	-1,64	1,43	-5,97
Margen de beneficio (%)	n.d.	2,22	-3,40	2,36	-7,50

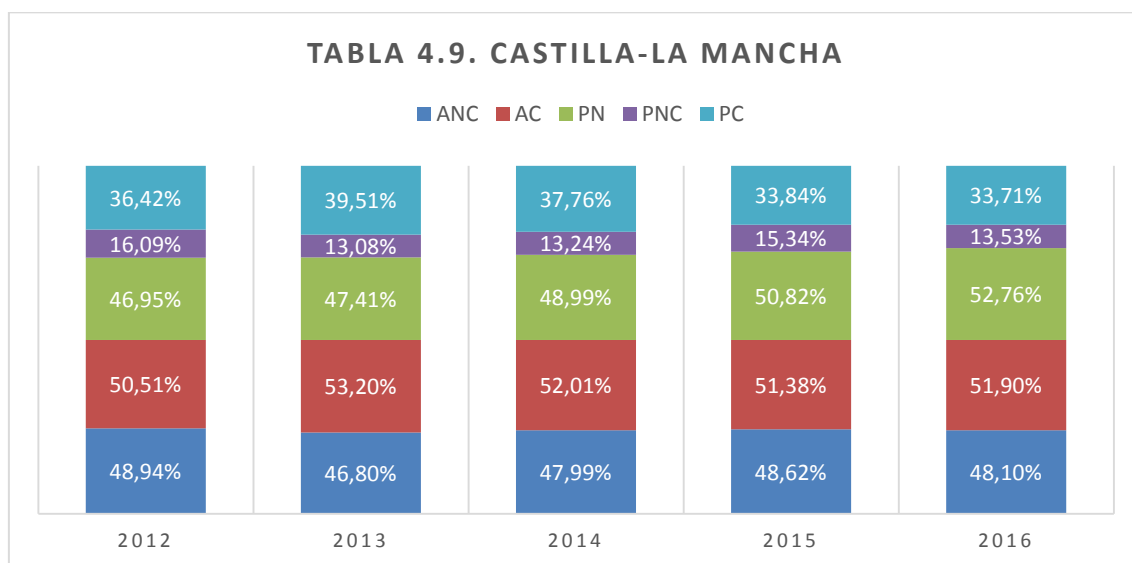
Fuente: SABI

Cantabria, como cabe esperar, tiene apenas 2 empresas dedicadas a la elaboración de vinos, debido a la escasa tradición vitivinícola en la región.

Observamos que el PNC se ha ido reduciendo año tras año, llegando a ser prácticamente nulo en el 2016. Este mismo año, el PC se incrementa enormemente, pudiendo traer problemas de solvencia.

Actualmente, es la única comunidad con ratios de rentabilidad negativos, representando un sector muy poco atractivo.

Castilla-La Mancha



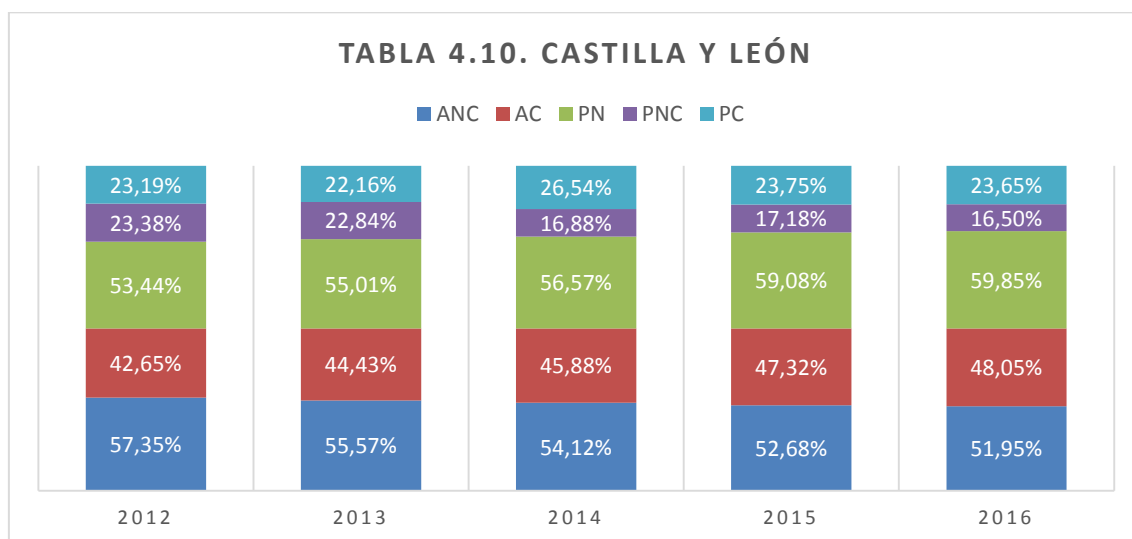
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	6,04	3,91	2,76	4,32	4,56
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	5,73	4,29	3,26	4,21	4,24
Rentabilidad sobre el activo total (%)	2,83	1,85	1,35	2,19	2,41
Margen de beneficio (%)	3,72	2,48	1,90	3,02	3,58

Fuente: SABI

En esta región sí que existe una gran tradición vitivinícola, alcanzando las 200 empresas dedicadas a ello. Situada en la submeseta Sur, sus inmensas llanuras de secano son un lugar ideal para la producción de vino. Durante el año 2016, Castilla-La Mancha ha contado con 443.818,31 hectáreas de viñedos, que representa el 47% de la superficie total de los viñedos españoles, los cuales, recordemos, son los más extensos del mundo. De modo que Castilla-La Mancha se configura como la región vinícola más grande del mundo, con una producción de 23,6 millones de hectolitros.

Pese a esto y a contar con una docena de DO, entre las que destacan “La Mancha”, “Valdepeñas”, “Tierra de Castilla” o “Jumilla”; no es ni mucho menos una de las regiones más rentables. Esto se debe a que el 90% de la superficie de viñedos manchegos está ocupada con variedades de vid tradicionales, de las que no resultan vinos de tanta calidad como en otras regiones donde han adoptado variedades internacionales.

Castilla y León



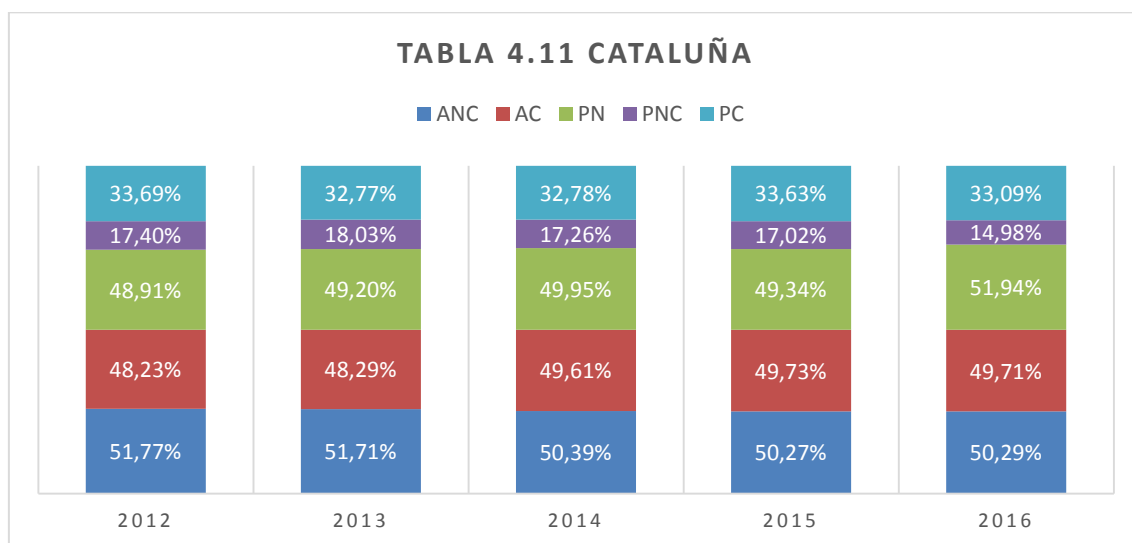
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	3,56	4,11	4,30	6,13	6,19
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	3,66	3,97	4,31	5,62	5,64
Rentabilidad sobre el activo total (%)	1,90	2,26	2,44	3,62	3,70
Margen de beneficio (%)	7,09	7,82	7,62	11,51	11,28

Fuente: SABI

Castilla y León es otra de las regiones con más tradición y cultura vinícola de España y del mundo. La cuenca del río Duero alberga zonas de viñedos tan reconocidas como “Cigales”, “Bierzo”, “Ribera de Duero”, “Rueda” o “Toro”, entre otras. Cada denominación tiene sus puntos fuertes, desde un buen tinto de Ribera, un sutil blanco de Rueda, o un joven clarete de Cigales. Se ha buscado ofrecer una gran variedad de vinos, de la mejor calidad posible, consiguiendo formar un sector con bodegas capaces de competir a nivel internacional. El número de empresas dedicadas a la elaboración de vinos en esta región asciende hasta las 377, el más elevado del país.

En cuanto al balance, podemos observar que los últimos años el PNC se ha ido reduciendo, presentando un nivel de recursos propios bastante superior a la media nacional. Todas las rentabilidades se sitúan considerablemente por encima de la media nacional. Destaca el gran porcentaje de margen de beneficio, que llega a duplicar la media y se sitúa como la segunda de España, sólo superada por País Vasco.

Cataluña



Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	1,89	0,24	-1,05	1,72	2,58
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	3,30	1,82	1,12	2,84	3,01
Rentabilidad sobre el activo total (%)	0,93	0,12	-0,53	0,85	1,34
Margen de beneficio (%)	1,59	0,21	-0,92	1,56	2,37

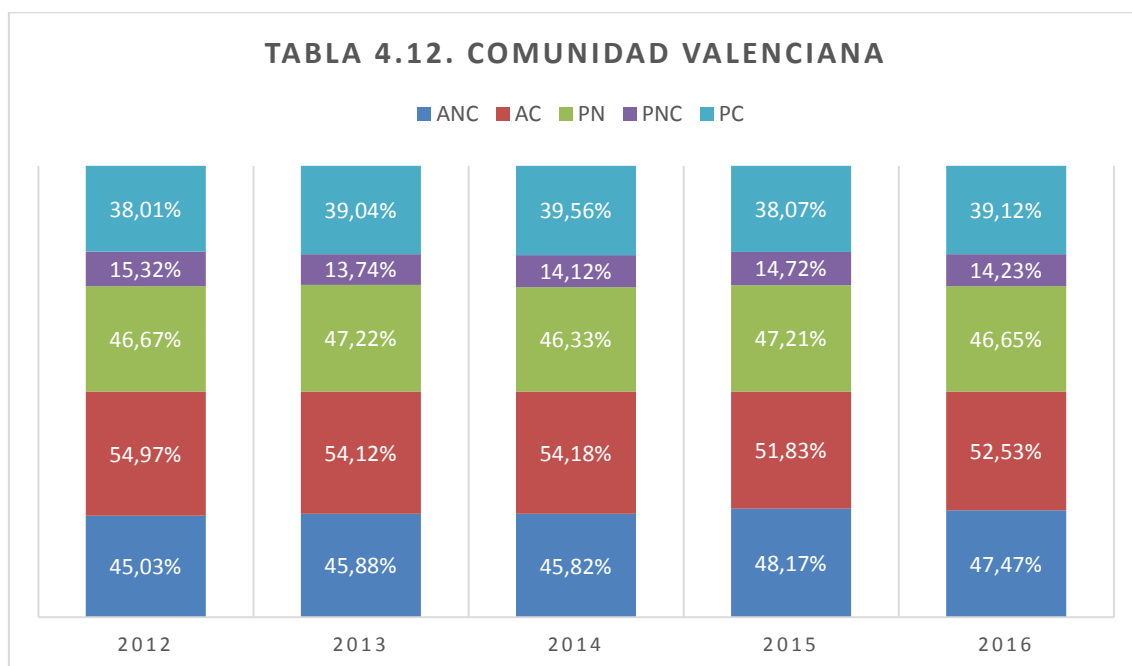
Fuente: SABI

Cataluña tiene también bastante tradición vitivinícola, destacando especialmente la D.O. Cava como la más característica de la región, que alcanza a acaparar la mitad de la producción total de la comunidad.

No obstante, cuenta con otras 11 Denominaciones de Origen y más de 300 bodegas que ofrecen un abanico muy amplio de producto y saben aprovechar las tendencias actuales del sector, hacia el enoturismo y el consumo como actividad recreativa, ya que Cataluña es la comunidad que más vino consume de España 12,81 litros por habitante.

Las rentabilidades se presentan como bastante inferiores a la media, habiendo pasado un año especialmente malo en 2014.

Comunidad Valenciana



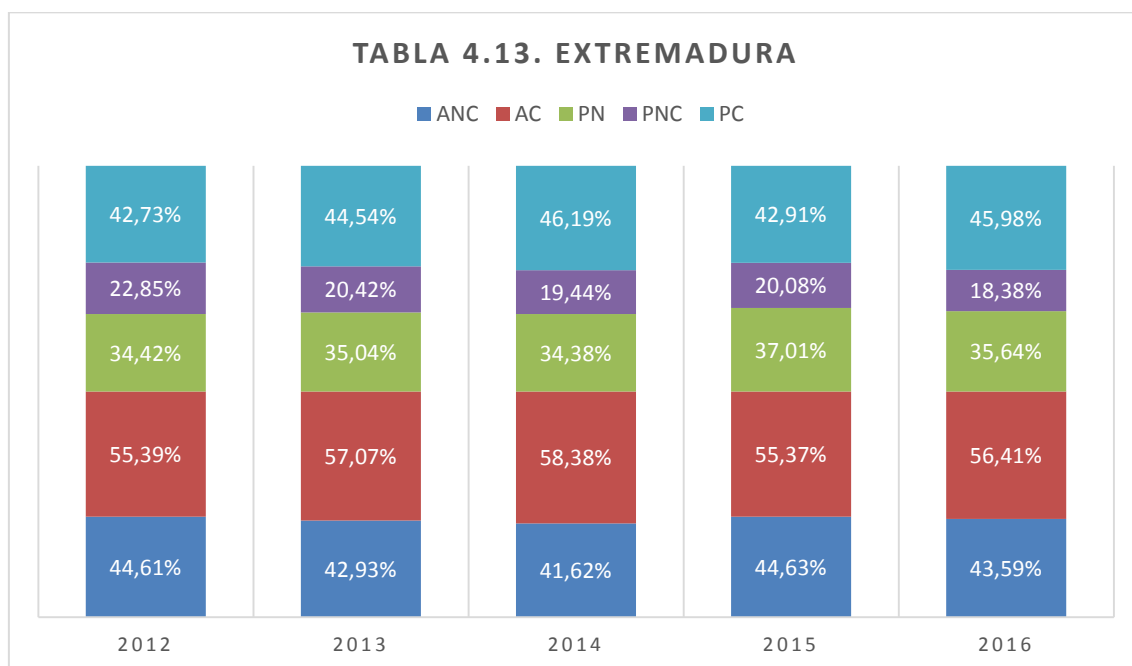
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	0,51	-1,91	0,06	1,95	2,36
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	1,68	-0,21	1,15	2,41	2,49
Rentabilidad sobre el activo total (%)	0,24	-0,90	0,03	0,92	1,10
Margen de beneficio (%)	0,37	-1,11	0,05	1,43	1,63

Fuente: SABI

Es una comunidad sin demasiada tradición enológica, pero la cual ha crecido considerablemente los últimos años, llegando al centenar de empresas. Cuenta con 3 Denominaciones de Origen protegidas: “Alicante”, “Utiel-Requena” y “Valencia”. Destacan de esta región los vinos blancos, ya sean secos o dulces; concretamente, los moscateles dulces modernos.

Cuenta con un amplio porcentaje de pasivo corriente en todos los años, lo cual podría ocasionar problemas de liquidez. Las rentabilidades se sitúan bastante por debajo de la media nacional, aunque la tendencia parece indicar que se está mejorando con los años. Habrá que ver si esto representa una mejora real o sólo se ve arrastrado por la tendencia alcista de la economía.

Extremadura

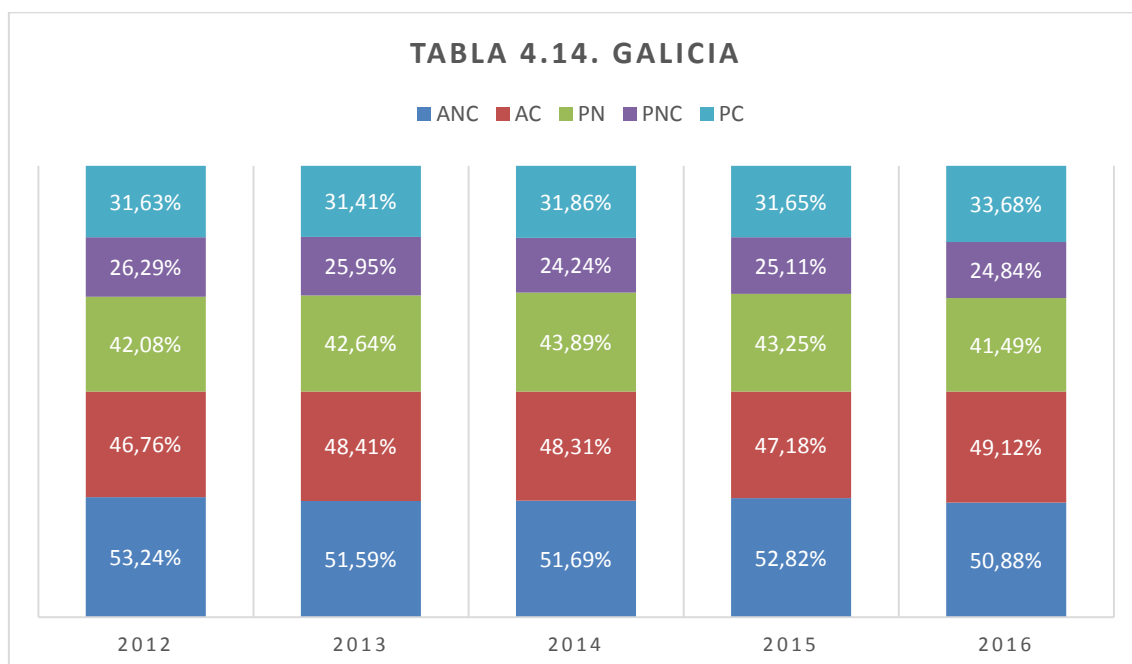


Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	-3,80	4,04	-0,67	-2,41	0,28
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	0,21	4,73	1,62	0,31	1,62
Rentabilidad sobre el activo total (%)	-1,31	1,41	-0,23	-0,89	0,10
Margen de beneficio (%)	-1,48	1,74	-0,29	-1,14	0,14

Fuente: SABI

En esta comunidad, el sector sufrió una grave crisis desde el año 2010. Los productores no podían ni llegar a sacar el producto al mercado, produciendo una reacción en cadena que afectaba no sólo a las empresas vitivinícolas, sino al conjunto de los agricultores. Desde entonces, el sector se ha ido recuperando paulatinamente, teniendo en el 2016 por primera vez en años un conjunto de rentabilidades positivas. Como otras comunidades ya han hecho, las bodegas extremeñas deberían tratar de diversificar sus actividades, modernizar sus instalaciones y ofrecer algún tipo de servicios complementarios como es el enoturismo, actividades que se han demostrado muy rentables para empresas que ya las practican.

Galicia



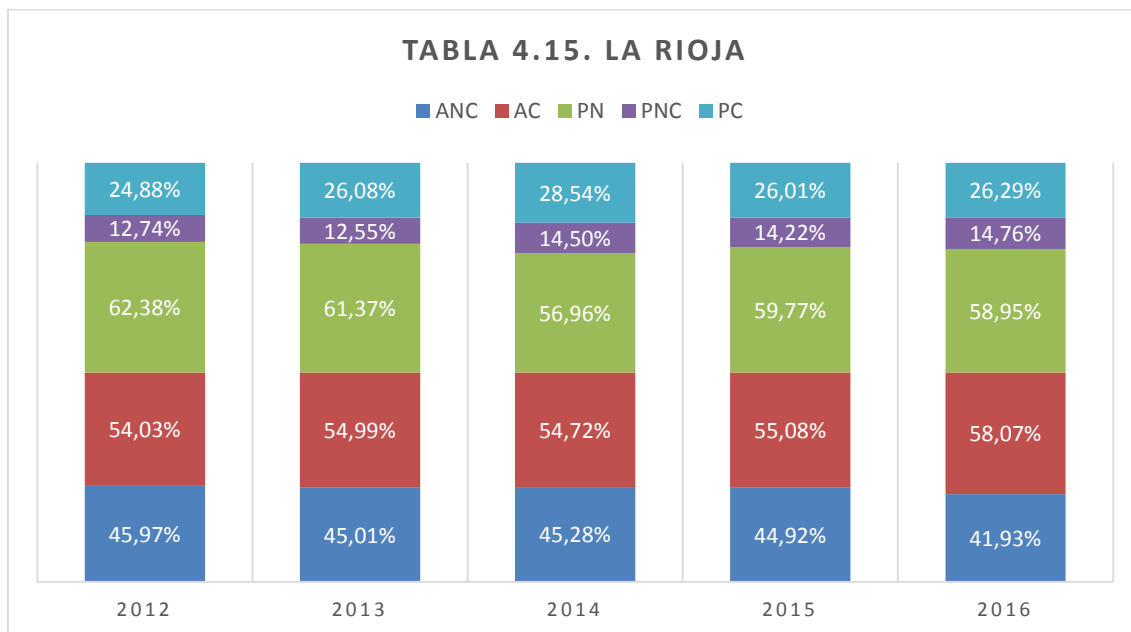
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	0,24	-0,19	0,72	2,06	2,61
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	1,86	1,39	1,90	2,40	2,58
Rentabilidad sobre el activo total (%)	0,10	-0,08	0,32	0,89	1,08
Margen de beneficio (%)	0,26	-0,20	0,83	2,24	2,51

Fuente: SABI

Los vinos gallegos cuentan con cualidades que destacan según los expertos: su frescura y acidez. El particular clima oceánico y la orografía de la región convierten el vino blanco Albariño en uno de los más excepcionales de España. Cuenta con 5 Denominaciones de Origen: “Rías Baixas”, “Ribeiro”, “Ribeira Sacra”, “Monterrei” y “Valdeorras”.

Como todas las regiones, ha tenido altibajos los últimos años. Con un total de 201 empresas en 2016, la tendencia es positiva, aunque sigue por debajo de la media nacional.

La Rioja



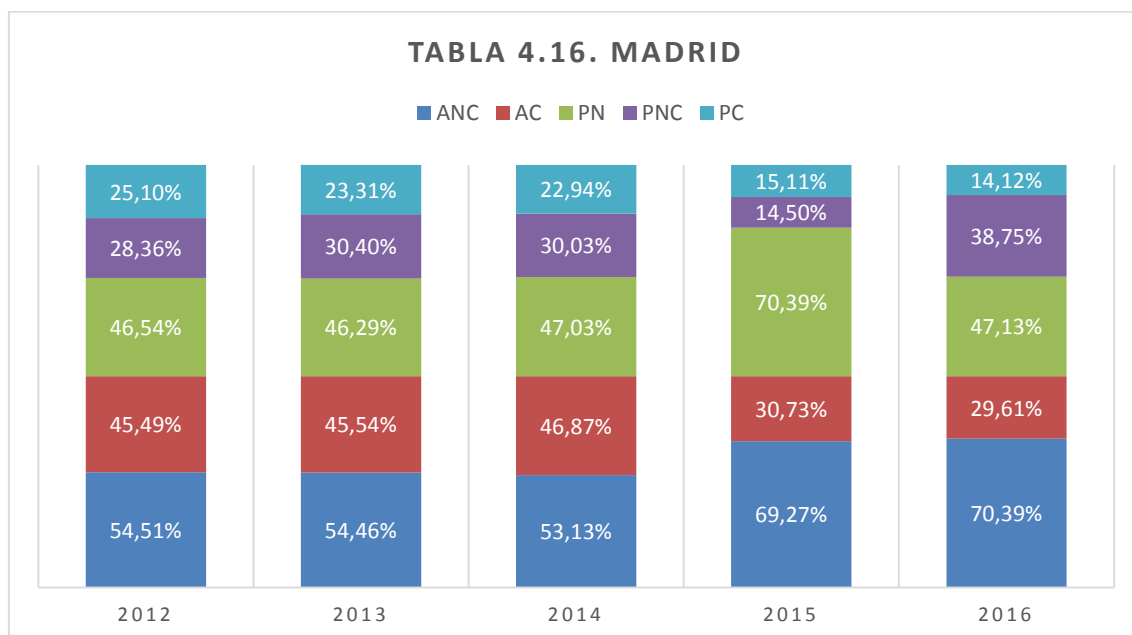
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	3,28	3,66	4,34	6,72	9,28
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	3,86	4,00	4,38	6,08	7,94
Rentabilidad sobre el activo total (%)	2,04	2,25	2,48	4,02	5,47
Margen de beneficio (%)	5,14	5,29	5,63	8,80	11,76

Fuente: SABI

Los vinos Rioja cuentan con un reconocido y consolidado prestigio tanto en el panorama nacional como internacional. Desde el año 1991, están amparados por la primera Denominación de Origen Calificada de España, lo cual supone una garantía de su calidad y autenticidad. La región es de las que más tradición vitivinícola tiene, y este sector cuenta con un peso realmente especial, con 200 empresas, una producción de 2,1 millones de hectolitros en la temporada 2016-2017 y una demanda de trabajo muy relevante.

Su balance, como el de las regiones en las que el sector está más asentado, cuenta con un gran porcentaje de recursos propios y escasez de pasivos no corrientes. A diferencia de muchas otras zonas de la Península, vemos que su rentabilidad siempre se ha mantenido positiva, llegando a duplicar la media nacional en algunos periodos. Aún así, también se percibe la tendencia alcista que impulsa al mercado nacional.

Madrid



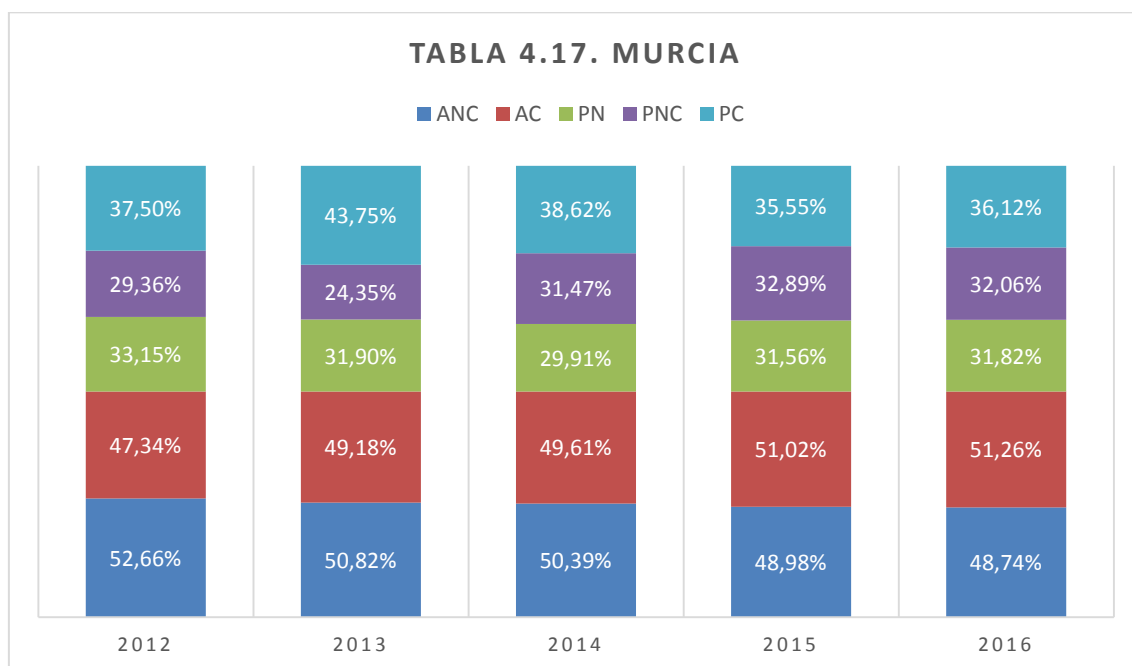
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	0,71	1,59	3,30	1,30	2,30
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	1,92	2,25	3,22	1,62	1,99
Rentabilidad sobre el activo total (%)	0,33	0,74	1,55	0,92	1,08
Margen de beneficio (%)	0,89	1,87	4,19	3,56	4,28

Fuente: SABI

El sector vinícola en Madrid es muy joven, sobre todo si lo comparamos con otras regiones de España. La Denominación de Origen “Vinos de Madrid” no fue efectiva hasta 1990, momento a partir del cual el vino madrileño comenzó a hacer acto de presencia en los mercados. Esta fase de juventud y crecimiento del sector se aprecia claramente en la evolución del balance. En el año 2015 vemos que se incrementó en un 16% el activo no corriente, así como el patrimonio neto en un 23%, lo cual podría venir causado por la acometida de fuertes inversiones con la esperanza de crear un producto competitivo. También destaca que el número de bodegas se ha incrementado todos los años, incluso años en que era un sector poco atractivo. En 2012 había 66 bodegas y a finales de 2016, 87.

La producción de vino se centra en tintos jóvenes y rosados, repartida en tres subzonas: Arganda, Navalcarnero y San Martín de Valdeiglesias. Los datos nos indican que es una región que tiene mucho por aprender, pero que está adaptándose muy bien, produciendo vinos en pequeños volúmenes, pero de gran calidad.

Murcia



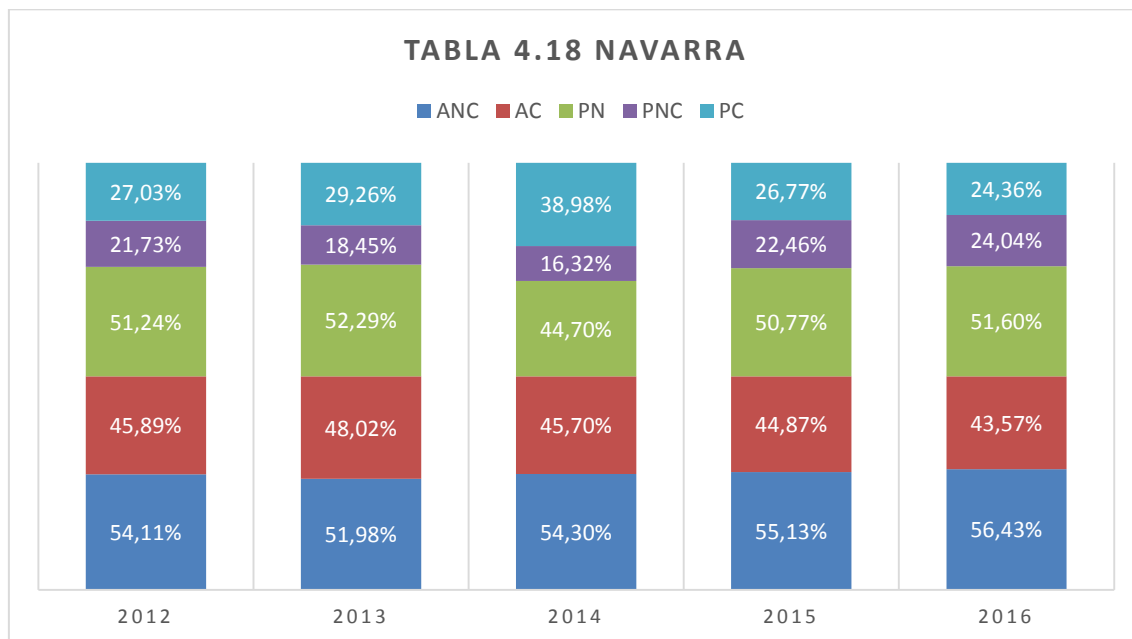
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	5,55	6,29	7,78	11,04	11,32
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	7,19	8,47	8,35	8,52	8,51
Rentabilidad sobre el activo total (%)	1,84	2,01	2,33	3,48	3,60
Margen de beneficio (%)	2,21	2,43	2,92	4,46	4,77

Fuente: SABI

La sureña Murcia cuenta con tres Denominaciones de Origen: “Yecla”, “Bullas” y “Jumilla”, siendo ésta última la que más destaca (6 de los 10 mejores vinos pertenecen a esta DO). Los vinos tintos son de una calidad superior a los blancos y rosados, que dejan bastante que desear en comparación con otras comunidades.

No obstante, vemos que las empresas del sector no han sufrido de la misma manera que otros puntos de la península, manteniendo unos niveles de rentabilidad muy elevados incluso en los años de crisis.

Navarra



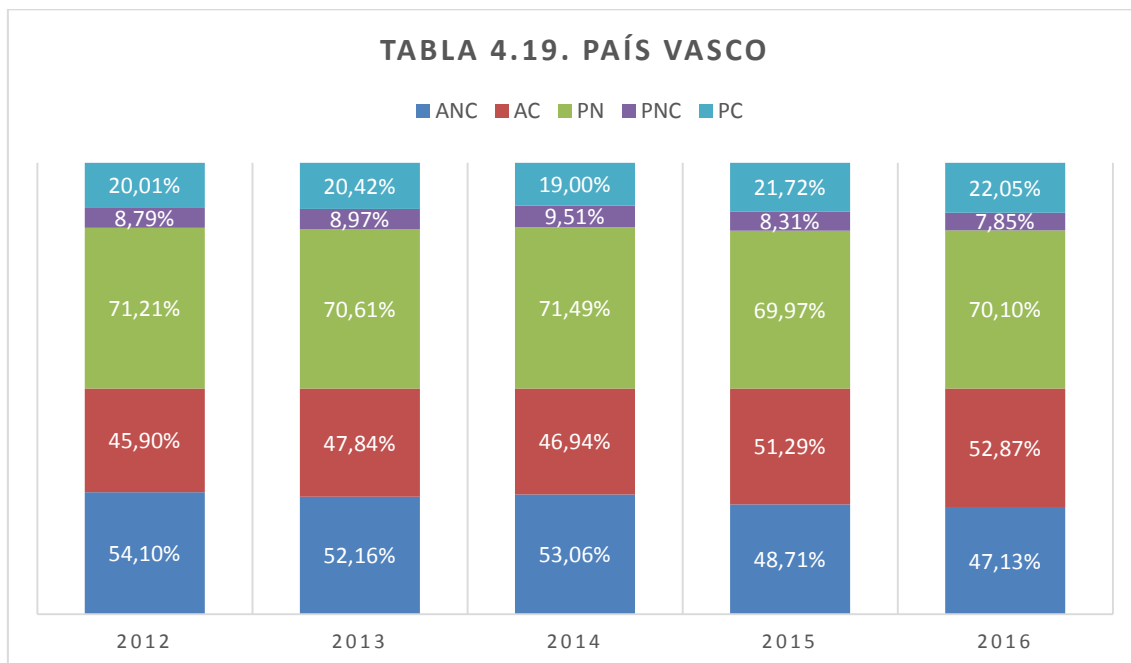
Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	2,60	3,50	-2,85	7,02	6,63
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	3,79	4,35	0,50	6,21	5,35
Rentabilidad sobre el activo total (%)	1,33	1,83	-1,28	3,56	3,42
Margen de beneficio (%)	4,29	5,67	-3,68	10,02	9,12

Fuente: SABI

En Navarra se da la particularidad de que confluyen en su territorio los climas mediterráneo, continental y atlántico, creando una situación climatológica excepcional. No menos importante es la proximidad a los Pirineos y el río Ebro. Cuenta con un total de más de 11.000 hectáreas dedicadas a la producción de vino con DO, que se distribuyen en 5 áreas de producción diferenciadas. Aunque en un principio esta región era conocida casi en exclusiva por sus vinos rosados, el abanico de productos que podemos encontrar actualmente es muy amplio.

Llama la atención, tanto en el balance como en los ratios, la caída que se sufrió el año 2014, seguida de una recuperación rápida en el 2015, en el cual el margen de beneficio se incrementa en un 13,6%. Esto puede ser por la cantidad inusualmente elevada de pasivo corriente en el 2014. En cualquier caso, se configura como una de las zonas tradicionales en la producción de vinos, así como una de las que cuentan con más altas rentabilidades.

País Vasco



Ratios de rentabilidad	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	3,99	4,37	8,50	8,29	9,47
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	4,07	4,38	7,93	7,71	8,86
Rentabilidad sobre el activo total (%)	2,84	3,09	6,08	5,80	6,64
Margen de beneficio (%)	12,65	13,84	19,46	17,13	18,46

Fuente: SABI

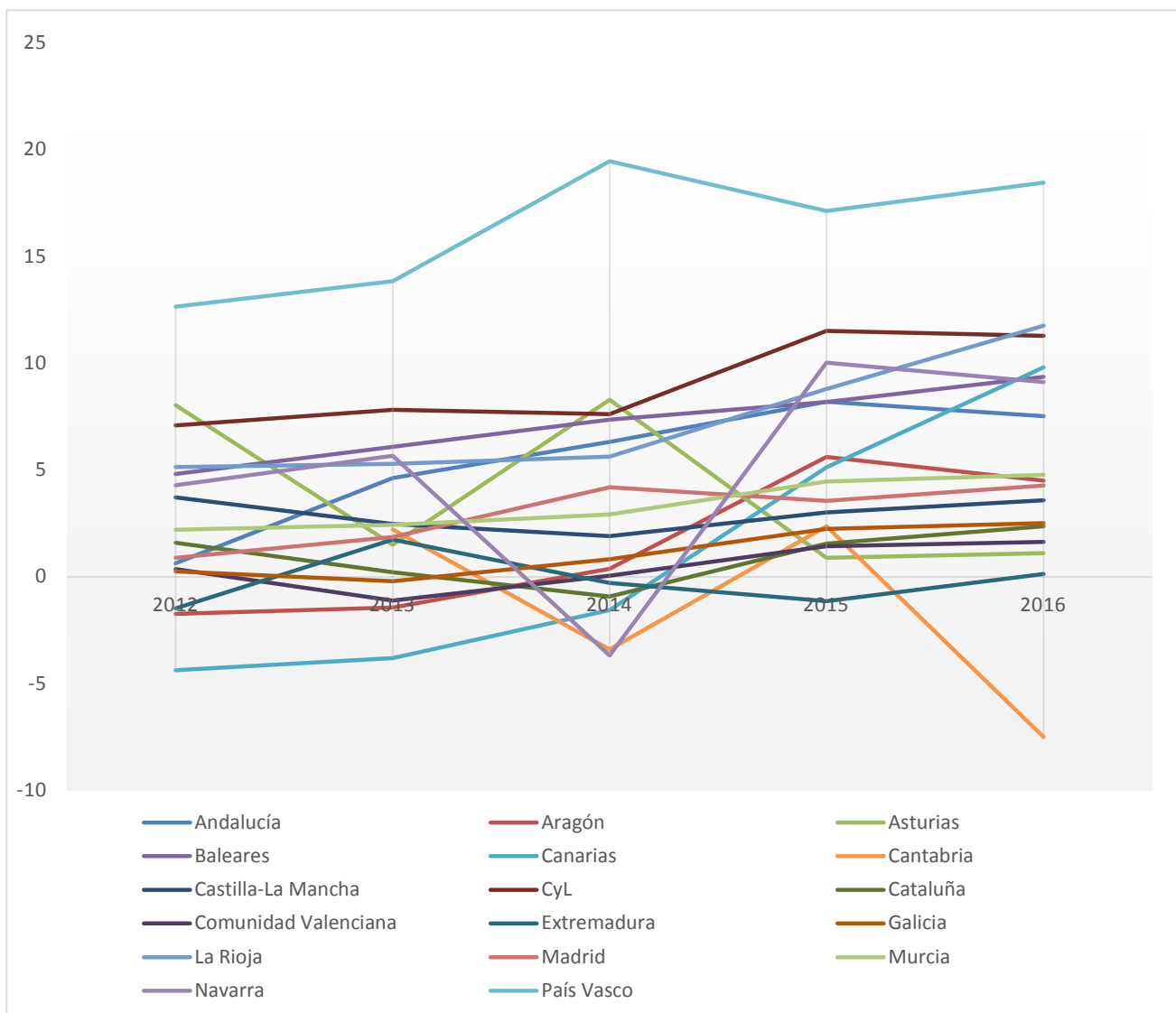
Tanto en el País Vasco francés como en el español, se extiende una larga tradición vinícola. Entre sus vinos destaca el Chacoli, un vino blanco muy característico de la región. Entre sus denominaciones de origen encontramos “Getariako Txakolina”, “Bizkaiako Txakolina”, “Arabako Txakolina” y “Rioja Alavesa”. Se sitúa como la segunda comunidad en consumo de vino, con 12,55 litros por habitante.

Vemos que cuenta con una estructura de balance un tanto peculiar, sin apenas pasivos no corrientes y con una enorme cantidad de recursos propios. Sin embargo, lo que destaca son sus rentabilidades, que sitúan al sector vitivinícola vasco como el más rentable de toda la nación, triplicando su margen de beneficio a la media española.

4.2. Rentabilidad comparada.

En este apartado trataremos recabar la información para extraer algunas conclusiones útiles. Vamos a comparar tanto el margen de beneficio como la rentabilidad sobre los recursos propios para comprobar la diferencia que puede haber en el sector en función de la zona.

Gráfico 4.1. Rentabilidades comparadas: margen de beneficio



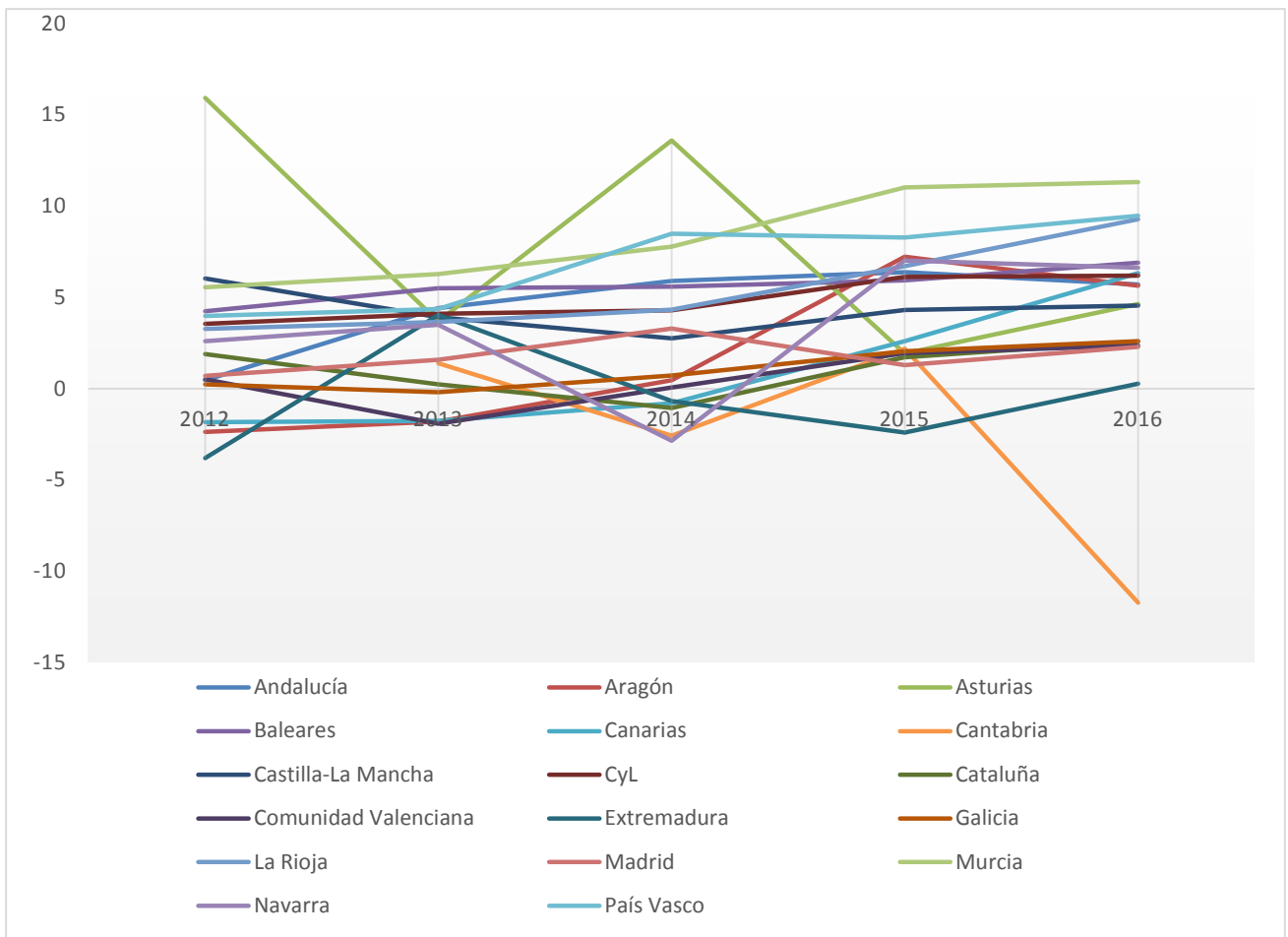
Fuente: elaboración propia con los datos de SABI.

En el gráfico observamos que, en función de la comunidad o región que analicemos, las rentabilidades varían enormemente. Destacan en los tres primeros puestos País Vasco, Castilla y León y La Rioja. Si bien parece evidente que en el caso de éstas dos últimas la elevada rentabilidad se debe a

la tradición vitivinícola latente en estas regiones. País Vasco rompe con los malos resultados que tienen las otras regiones del Mar Cantábrico y se sitúa la primera con una diferencia de más del 6,7% respecto a La Rioja. Esto se debe a la importancia que tiene su característico vino chacolí como producto estrella de un sector estratégico para su economía, así como al elevado consumo interno del mismo que se produce en la propia comunidad.

Completan la parte alta de la tabla Canarias, Baleares y Navarra, donde el sector es fuerte y el consumo de vino es elevado. Por la parte baja aparece Cantabria como perdedora evidente, siendo la única que sigue una tendencia negativa en la actualidad. También Extremadura ha venido con malos resultados los últimos años, pero parece que poco a poco se unen a la tendencia alcista de las demás regiones.

Gráfico 4.2. Rentabilidades comparadas: Rentabilidad sobre recursos propios



Fuente: Elaboración propia con los datos de SABI.

Destaca Murcia en primer lugar, pero debemos recordar cuando vimos la estructura de los balances que Murcia tiene un nivel de recursos propios bastante inferior a la media nacional, lo cual provoca que esta rentabilidad sea tan alta. En segundo lugar, se sitúa País Vasco, a pesar de tener un nivel de recursos propios de alrededor del 70% del activo total. Le sigue la Rioja de cerca mientras que Castilla y León cae a un quinto puesto de entre las regiones más rentables para los accionistas. De nuevo por debajo destacan tanto Extremadura como Cantabria, con niveles pésimos. Llama la atención también el comportamiento Asturias, que llega a superar con mucho a las demás en los años 2012 y 2014. Durante estos años obtuvo grandes beneficios y, al tener un nivel de recursos propios que no llega al 20%, se explica la rentabilidad sobre recursos propios.

5. CONSIDERACIONES FINALES.

A modo de conclusión del estudio realizado, hay que destacar la importancia que cuenta el sector vitivinícola no sólo en la economía española, sino en aquellas comunidades con una tradición más arraigada.

Nuestro país cuenta con una diversidad y condiciones climatológicas y edáficas únicas en el continente europeo, permitiendo elaborar un producto capaz de venderse y competir mano a mano con empresas de cualquier parte del mundo.

Tenemos la calidad y la capacidad necesarios para convertir a España en el mayor productor de vino del mundo, abarcando desde el vino de mesa más humilde hasta aquel capaz de satisfacer a clientes gourmet y colmar a los paladares más exigentes. Con las tácticas de marketing apropiadas, el vino español podría derrocar a Francia e Italia y posicionarse como “País del Vino”.

Esta situación sería no sólo deseable para las empresas dedicadas a la elaboración de dichos caldos, sino a todo el entorno rural en el que desarrollan su actividad.

La amenaza de que China se convierta en una gran potencia productora dentro de unos años también nos pone en una situación delicada. En ese escenario

tan probable si hacemos un pequeño ejercicio de pronóstico, la vía para competir contra el gigante asiático sería la calidad, manifestada en nuestras DOPs. China podría producir miles de toneladas a un precio muy inferior al del vino español, pero difícilmente podría equiparar sus brebajes con el néctar de nuestra tierra, cuyos cientos de matices no pueden ser copiados.

6. BIBLIOGRAFÍA

Peñín, J. (2008). *Historia del vino*. S.L.U. ESPASA LIBROS.

Observatorio industrial del sector agroalimentario de CyL. (2006). Estudio del sector vitivinícola en Castilla y León, Observatorio industrial del sector agroalimentario de CyL. Disponible en www.cecale.es/cecale/cm/cecale/images?locale=en_UK&idMmedia=3672, Consultado: 01/06/2018

Comunicado de prensa OIV, de 24 de abril de 2018: coyuntura vitivinícola mundial: evoluciones y tendencias.

Comunicado de prensa OEMV, de abril de 2018: coyuntura vitivinícola mundial.

EAE Business School: Panorama actual y perspectiva del sector vitivinícola 2017. Disponible en https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjwzdHV0ZzcAhXKshQKHV-cBtqQFggoMAA&url=http%3A%2F%2Fmarketing.eae.es%2Fprensa%2FSRC_Vitivinicola.pdf&usq=AOvVaw3aGQg7MPY1gU0q0SFQKXVE

WEBGRAFIA

<http://www.andalucia.org/es/gastronomia/andalucia-y-sus-vinos/> [Consultado el 5/07/20]

http://www.aragon.es/VisitarAragon/Subtemas/NuestraGastronomia/Subtemas/ci.05_vinos.detalleVisita?channelSelected=0 [Consultado el 5/07/20]

http://www.fev.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=29 [Consultado el 6/07/20]

<http://www.vinocanarias.com/denominaciones.html> [Consultado el 7/07/20]

<http://www.turismocastillalamancha.es/de-vinos/denominacion-de-origen-y-pagos/> [Consultado el 5/07/20]

<https://www.vino-españa.es/Denominacion-de-Origen-Vinos-de-la-Tierra-de-Castilla-y-Leon.html> [Consultado el 8/07/20]

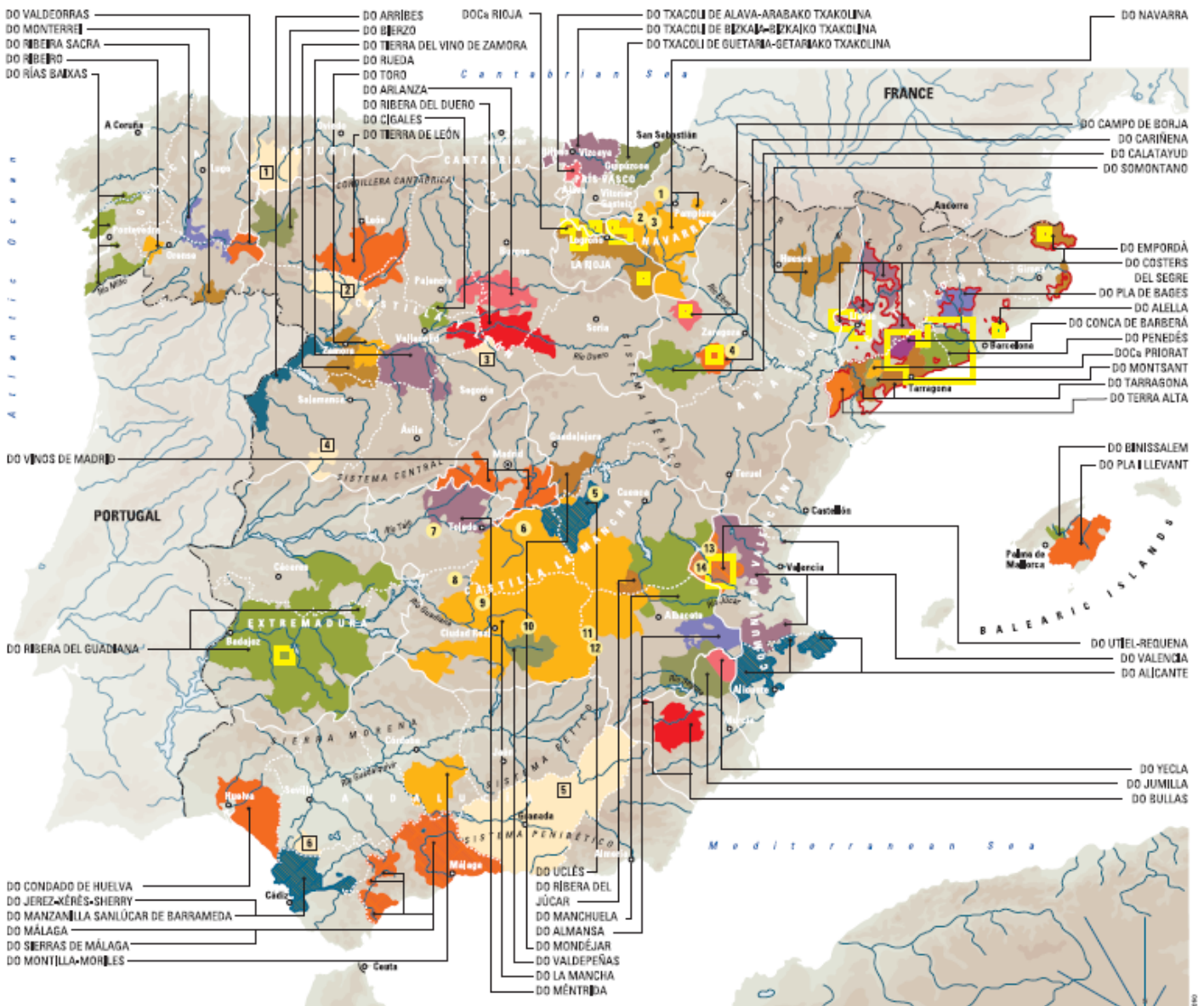
<http://www.vinosdemadrid.es/es/d-o/> [Consultado el 8/07/20]

<https://www.navarrawine.com> [Consultado el 7/07/20]

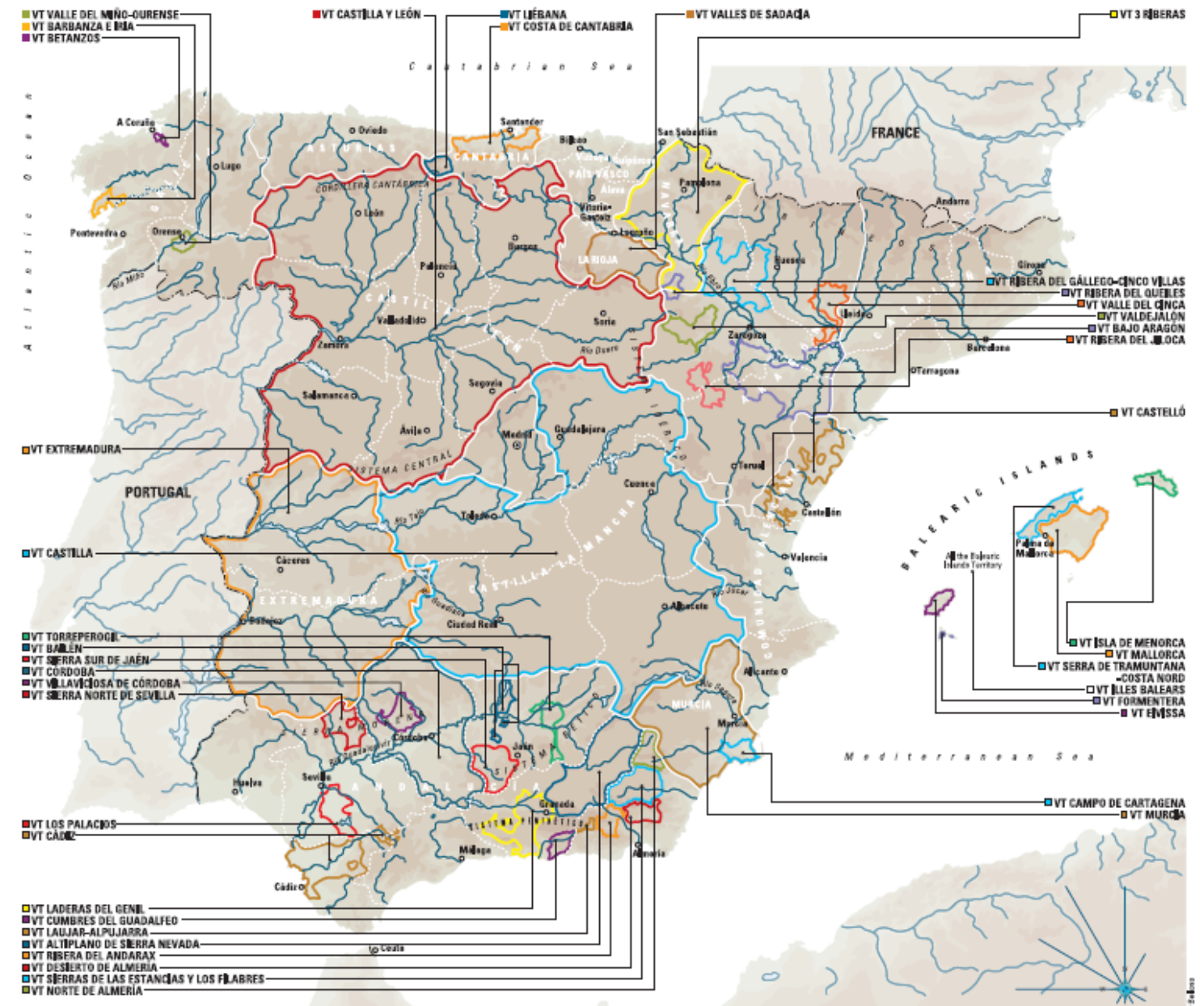
<http://www.consultatodo.com/vinos/vinosRegiones1.htm> [Consultado el 8/07/20]

ANEXO I: LOCALIZACIÓN DE DOP E IGP

Mapa anexo 1.1: denominaciones de origen



Mapa anexo 1.2: indicaciones geográficas protegidas



ANEXO II: RATIOS UTILIZADOS DE BASE DE DATOS SABI

Sabi	Cálculo
<i>Rentabilidad (%)</i>	
<i>Rentabilidad sobre recursos propios</i>	Result. Ordinarios antes de impuestos / Fondos propios
<i>Rentabilidad sobre capital empleado</i>	(Result. Ordinarios antes impuestos + Gtos. financieros y gtos. asimilados) / (Fondos propios+ Pasivo fijo)
<i>Rentabilidad sobre el activo total (ROI)</i>	Result. Ordinarios antes impuestos / Total activo
<i>Margen de beneficio</i>	Result. Ordinarios antes impuestos / Ingresos explotación