



---

**Universidad de Valladolid**  
**Facultad de Ciencias**  
**Económicas y Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Grado en Economía**

**Dificultades y conveniencias de  
la exportación de vinos en  
Castilla y León**

Presentado por:

***Jorge Martínez Gaona***

Tutelado por:

***María Begoña Villarroya Lequericaonandía***

*Valladolid, 20 de Julio de 2021*

**RESUMEN:**

El presente estudio, titulado “Dificultades y conveniencias de la exportación de vinos en Castilla y León”, pretende primeramente dar una visión completa de la situación actual del sector del vino a nivel nacional y regional y posteriormente analizar las ventajas y retos que tienen las exportaciones en España en general y en Castilla y León en particular.

**PALABRAS CLAVE:** Exportaciones, Castilla y León, Ventajas, Desventajas, Dificultades

**ABSTRACT:**

Present study, entitled "Difficulties and conveniences of the export of wines in Castilla y León", first seeks a complete view of the current situation of the sector at a national and regional level and responds to the advantages and challenges of exports in Spain in general and in Castilla y León in particular.

**KEYWORDS:** Exports, Castilla y León, Advantages, Disadvantages, Difficulties.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN (6)
2. BREVE INTRODUCCIÓN AL SECTOR DEL VINO EN ESPAÑA (6)
  - 2.1. Introducción (6)
  - 2.2. La industria del vino en España (7)
    - 2.2.1. La industria vinícola española dentro del contexto internacional (7)
    - 2.2.2. La industria vinícola dentro de la IAA española (11)
    - 2.2.3. Características del subsector del vino dentro de la industria nacional (12)
3. ESTUDIO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR DEL VINO EN CASTILLA Y LEÓN (21)
  - 3.1. La industria del vino dentro de la IAA regional (21)
  - 3.2. Características del subsector del vino dentro de la industria regional (22)
4. LA ACTUALIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE VINO EN CASTILLA Y LEÓN (28)
5. ESTUDIO DE LAS DIFICULTADES Y CONVENIENCIAS DE LA EXPORTACIÓN DE VINOS DE CASTILLA Y LEÓN (30)
6. CONSIDERACIONES FINALES (32)
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS/WEB GRAFÍA (33)
- ANEXO: TABLAS BUYS-BALLOT (37)

## ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1.** “Ranking de superficie de uva y evolución 2012-2016” (9)

**Tabla 2.** “Principales indicadores de la IAA española por rama 2014” (11)

**Tabla 3.** “Evolución de la producción española por regiones en el período 2000-2015” (13)

**Tabla 4.** “Evolución de las exportaciones de vino y mosto por regiones de España, 2000-2015” (20)

**Tabla 5.** “Principales indicadores de la IAA de Castilla y León por ramas, 2014” (21)

**Tabla 6.** “Exportaciones de vino en las CCAA, 2014” (26)

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1.** “Evolución superficie mundial de cultivo de uvas (2000-2016) y porcentaje por países” (8)

**Figura 2.** “Porcentaje por países de la superficie mundial de cultivo de uvas” (8)

**Figura 3.** “Producción y consumo de vino en los principales países del mundo” (10)

**Figura 4.** “Variación anual de la producción vinícola en las principales regiones productoras” (14)

**Figura 5.** “Distribución regional de la producción de vino en España, media 2000-2015” (15)

**Figura 6.** “Evolución del consumo mensual del MES en los hogares españoles en el período 1978-2017” (17)

**Figura 7.** “Evolución del consumo mensual del CAL en los hogares españoles en el período 1978-2017” (18)

**Figura 8.** “Evolución del comercio exterior de vino en España, 1999-2015” (19)

**Figura 9.** “Evolución y consumo de las exportaciones de de vino en España durante el período 1989-2015” (20)

**Figura 10.** “Evolución de la producción de vino de las regiones españolas, 1987-2015” (23)

**Figura 11.** “Evolución de la exportación de vino de Castilla y León, 2000-2015” (26)

**Figura 12.** “Destino de las exportaciones de vino de Castilla y León, 2015” (27)

**Figura 13.** “Distribución provincial de las exportaciones de vino de Castilla y León, 2015” (28)

**Figura 14.** “Evolución de las exportaciones de vino de Castilla y León por DOP, 2015” (32)

## **1. Introducción**

El presente trabajo pretende estudiar las exportaciones de los vinos en Castilla y León, su evolución y sus ventajas y dificultades. Para ello es fundamental conocer primero el contexto internacional, nacional y regional, la evolución de la serie histórica y el peso que tiene el subsector dentro de todo ello.

En primer lugar, se mostrará la posición de la industria vinícola española en el contexto mundial. En segundo lugar, se examinará su situación actual en términos de producción, consumo y exportación, tomando como punto de partida su considerable peso dentro de la Industria Agroalimentaria (en adelante IAA) nacional, teniendo en cuenta la importancia económica y social de la vitivinicultura y su amplia dispersión geográfica. En tercer lugar, se analizará el caso particular de este subsector en Castilla y León. El trabajo se cerrará con un resumen del análisis relativo a la conveniencia y rasgos de la exportación de los vinos de la región y con una serie de conclusiones y consideraciones finales relativas al futuro del sector.

## **2. Breve introducción al sector del vino en España**

### **2.1. Introducción**

En España, la industria agroalimentaria es una de las ramas de tejido industrial más importante, tanto en términos de producción y de Valor Agregado Bruto (en adelante VAB) como en términos de empleo.

Dependiendo de la región del territorio nacional su importancia es una u otra, siendo, por ejemplo, muy relevante en Castilla-La Mancha, Andalucía, Cataluña y, también, Castilla y León. En esta última Comunidad Autónoma es, además de uno de los pilares del crecimiento económico y manufacturero, un cada vez más importante elemento de desarrollo territorial y rural.

Como se viene diciendo, dentro de la IAA, el subsector vinícola se ha convertido en uno de los más punteros, dinámicos y estratégicos y ha situado a España en una posición privilegiada entre los países productores y exportadores. Las regiones que más están enfocando su producción a la exportación son Castilla-La Mancha, La Rioja, Cataluña, la Comunidad Valenciana, el País Vasco y también Castilla y León, la Comunidad Autónoma en la que se centra principalmente este trabajo.

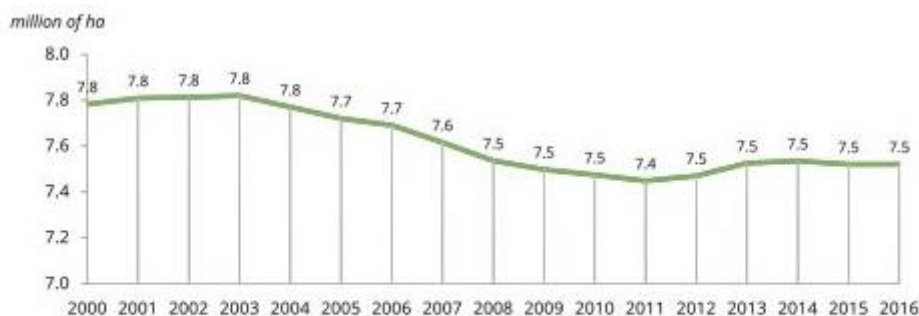
## **2.2. La industria del vino en España**

Durante toda la historia, España ha tenido una importante tradición y producción vitivinícola, siendo el vino una parte más de la cultura de sus regiones (Unwin, 2001; Fernández y Pinilla, 2014; Sánchez, 2014). Además de ello, España es, desde hace décadas, una de las potencias productoras junto con Francia e Italia y, más recientemente, uno de los más importantes exportadores a nivel mundial (Juste, 2017).

Para tener una visión más general y, al mismo tiempo, amplia y precisa de lo que supone este sector (Martín y Callejo, 2017) se estudiará primero su posición general dentro del contexto internacional y dentro de la IAA nacional. De esa manera se pueden conocer de mejor manera su peso y situación real e identificar sus principales rasgos y variables (producción, consumo o exportaciones) y posteriormente centrar el estudio en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

### **2.2.1. La industria vinícola española dentro del contexto internacional**

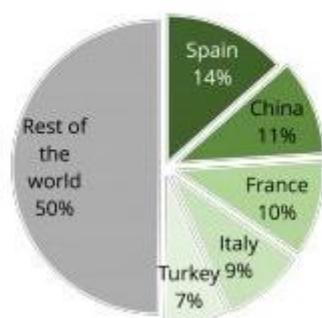
La industria del vino en España, como ya se comentaba, está entre las más potentes de todo el mundo. En la Figura 1 (página siguiente), se aprecia que se sitúa en el primer puesto en cuanto a superficie total dedicada al cultivo de uvas.



**7.5 mha** total de superficie en el mundo

**Figura 1.** “Evolución superficie mundial de cultivo de uvas (2000-2016)”. Fuente y Elaboración: OIV y Recetum.

**5 countries** representan el 50% de la superficie total



**Figura 2.** “Porcentaje por países de la superficie mundial de cultivo de uvas”. Fuente y Elaboración: OIV y Recetum.

En la figura 1 se puede apreciar la evolución de hectáreas (en adelante ha) de uva desde el año 2000 hasta el 2016 a nivel mundial que se encuentra bastante estable en torno a los 7.5 millones de hectáreas y en la figura 2 podemos observar un gráfico que muestra los porcentajes por países. En ese último, destaca el hecho de que la mitad del cultivo mundial de uva se concentra entre cinco países. España se sitúa, como ya decíamos en primera posición, seguida por China, Francia, Italia y Turquía, que no está cerca del nivel de producción de vino de las anteriores pero que cultiva mucha uva para otros usos como las uvas pasas o las de mesa (al igual que le ocurre a Irán).



En la Tabla 1 se muestra el ranking completo y con la evolución de los últimos 5 años. A pesar del gran incremento de ha de China, España se mantiene a la cabeza de la lista.

	2012	2013	2014	2015	2016	Variation 2016/2012 in kha
<i>thousands of ha</i>						
Spain	969	973	975	974	975	6
China	706	757	796	830	847	141
France	792	793	789	785	785	-7
Italy	713	705	690	682	690	-22
Turkey	497	504	502	497	480	-17
USA	430	449	448	443	443	13
Argentina	222	224	226	225	224	2
Iran	226	223	223	223	223	-3
Chile	206	208	213	214	214	8
Romania	192	192	192	191	191	-1
Portugal	231	224	219	199	190	-41
Australia	162	157	154	149	148	-15
Moldova	142	137	140	140	140	-2
South Africa	135	133	132	130	130	-5
Uzbekistan	121	122	127	127	127	6
India	120	119	120	120	120	0
Greece	110	110	110	107	105	-5
Germany	102	102	102	103	102	0
Brazil	91	90	89	85	85	-6
Algeria	74	74	74	74	74	0
Egypt	71	69	69	69	69	-2
Hungary	52	56	62	68	68	16
Bulgaria	67	68	66	67	67	0
Russia	62	62	63	63	63	2
Serbia	44	54	54	54	54	10
Morocco	48	49	49	49	49	1
Georgia	48	48	48	48	48	0
Austria	44	44	45	45	46	2
New Zealand	38	38	38	39	39	1
Peru	26	28	32	32	32	6
Mexico	29	29	29	30	32	3
World	7463	7523	7533	7515	7516	53

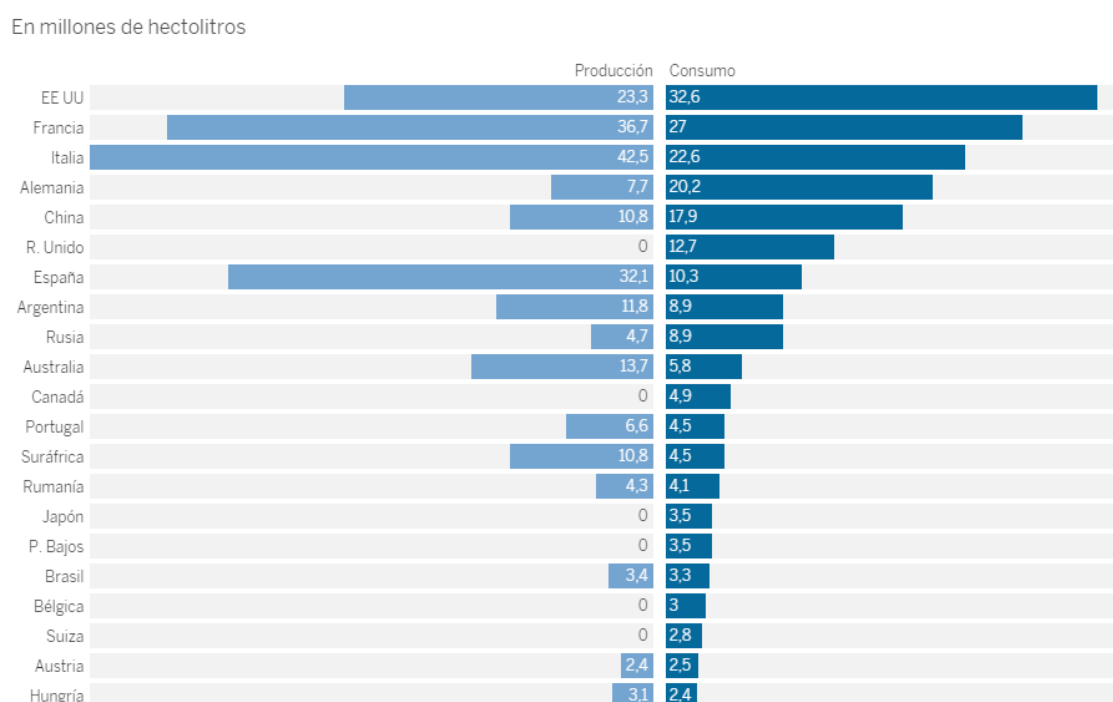
**Tabla 1.** “Ranking de superficie de uva y evolución 2012-2016”. Fuente y Elaboración: OIV y Recetum.

En lo referente a la producción de vino, España se sitúa 32,1 millones de hectolitros en tercera posición, sólo por detrás de Italia y de Francia y muy por encima de países como Estados Unidos, Australia o China (Figura 3).

En la Figura 3 también encontramos los consumos de vino por países entre los cuales Estados Unidos se sitúa en el primer puesto, consumiendo casi 10 millones de hectolitros más de los que produce. Francia, Italia y Alemania ocupan los tres siguientes puestos. España cae hasta la posición número 7, consumiendo menos de la tercera parte de lo que produce (en términos

relativos), fenómeno que se estudiará más adelante y que será muy relevante en los siguientes puntos de este estudio.

En cuanto al consumo a nivel global, el total se mantuvo más o menos estable en los 243 millones de hectolitros, un millón por encima del 2016. Y aunque Estados Unidos sea el país que más litros consume, como se comentaba anteriormente, si se tiene en cuenta el consumo por habitante son los portugueses los que más consumen, con más de 50 litros por habitante y año, el doble que en España.



**Figura 3.** “Producción y consumo de vino en los principales países del mundo año 2017”. Fuente y Elaboración: OIV y El País.

En cuanto a exportaciones, tema central de este proyecto, España es el líder mundial con 22,1 millones de hectolitros en 2017 (aunque según el Observatorio Español de los Mercados del Vino fueron realmente 22,8 millones), superando a Italia con 21,4 millones, Francia con 15,4 millones, Chile con 9,8 y Australia con aproximadamente 8 millones.

En cambio, si en lugar de medir las exportaciones en millones de hectolitros se miden en el importe de dichas exportaciones, Francia y también Italia se imponen en ingresos. Esto sucede porque el vino español se vende a una

media de 1,25 euros el litro, frente a los casi 6 euros el litro de los franceses y a los 2,78 de los italianos. Es decir, el vino español se vende más que ningún otro, pero a un precio bajo, otro de los puntos cruciales en este estudio.

Por su parte, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos con los principales importadores de vino tanto en volumen como en gasto.

## 2.2.2. La industria vinícola dentro de la IAA española

La industria agroalimentaria española presenta una importante concentración sectorial, tal y como se refleja en la Tabla 2, donde destaca especialmente el subsector de las industrias cárnicas, que en 2014 contaba ya con 83.400 empleos y unos 20.000 millones de facturación, lo que supone un 23.5% y un 21.5% respectivamente. También destacan el pan, la pastelería, galletas y pastas alimenticias en empleo y valor añadido; las grasas y aceites en volumen de ventas y las conservas vegetales en ventas y empleo.

SUBSECTORES	Número de Empresas	Empleo	Ventas netas de Producto (millones €)	Consumo Mater. Primas (millones €)	Inversión Activos Mat. (millones €)	Valor Añadido (millones €)	Gastos de Personal (millones €)	Coste Lab. / Empleado (euros)	Valor Añad./ Empleado (euros)	Tamaño Medio de Empresas
Industrias Cárnicas	3.926	83.407	20.079	13.571	527	4.022	2.238	26.832	48.221	21,2
Transformación de Pescado	656	18.339	4.166	2.754	94	794	436	23.774	43.296	28,0
Conservas Vegetales	1.353	31.069	8.247	4.713	423	1.568	841	27.069	50.468	23,0
Grasas y Aceites	1.605	11.874	10.262	8.794	170	1.056	394	33.182	88.934	7,4
Industrias Lácteas	1.536	24.340	8.643	5.159	92	1.600	859	35.292	65.735	15,8
Productos de Molinería	492	5.900	2.932	2.180	43	471	227	38.475	79.831	12,0
Pan, Pastelería, Pastas aliment.	10.314	76.921	6.567	2.337	238	2.483	1.645	21.386	32.280	7,5
Azúcar, Chocolate y Confitería	714	14.524	3.455	1.728	50	856	518	35.665	58.937	20,3
Otros Productos Diversos	1.897	30.779	6.848	3.349	289	1.780	1.074	34.894	57.832	16,2
Prod. de Alimentación Animal	812	11.752	8.819	6.770	138	1.076	434	36.930	91.559	14,5
Vinos	4.047	24.793	5.844	2.732	371	1.674	759	30.613	67.519	6,1
Otras Bebidas Alcohólicas	701	9.317	3.737	881	303	1.331	566	60.749	142.857	13,3
Aguas y Bebidas Alcohólicas	319	10.949	3.796	2.129	62	1.012	514	46.945	92.429	34,3
<b>TOTAL IAA ESPAÑA</b>	<b>28.372</b>	<b>353.964</b>	<b>93.395</b>	<b>57.097</b>	<b>2.800</b>	<b>19.723</b>	<b>10.505</b>	<b>29.678</b>	<b>55.720</b>	<b>12,5</b>
<b>TOTAL INDUSTRIA ESPAÑA</b>	<b>99.483</b>	<b>1.931.972</b>	<b>454.966</b>	<b>216.712</b>	<b>15.677</b>	<b>127.547</b>	<b>69.659</b>	<b>36.056</b>	<b>66.019</b>	<b>9,7</b>

**Tabla 2.** “Principales indicadores de la IAA española por rama 2014”. Fuente y Elaboración: Juste, 2017.

En cuanto al subsector de los vinos en España, se puede destacar que da trabajo a unas 24.800 personas, lo que supone un 7% del total de la industria, distribuidas en torno a 4.000 empresas (14.3% del total en 2014). Además,

genera unas ventas superiores a los 5.800 millones de euros. Es también una de las ramas con mayor valor añadido con un 8.5% del total y con ratios de coste laboral por trabajador y de productividad por encima de la media de la industria del sector, lo que se traduce en un coste laboral unitario de 0.45€ por euro producido, más favorable que en la gran mayoría de los subsectores agroalimentarios.

Sin embargo, las empresas dedicadas al vino tienen un tamaño bastante reducido, apenas superior a 6 trabajadores por explotación, menor que en los demás grupos.

### 2.2.3. Características del subsector del vino dentro de la industria nacional

#### 2.2.3.1. Producción y cultivo

En este subapartado se recogen las principales características de la producción como son la concentración del cultivo, la variación de producción entre añadas, la concentración geográfica de la producción, la atomización sectorial y la innovación y calidad.

##### - **Concentración del cultivo:**

Uno de los grandes rasgos del subsector es la importante concentración regional del cultivo de la vid. Dentro de las Comunidades autónomas más potentes en dicho cultivo destaca especialmente el caso de Castilla La-Mancha, que en el año 2014 presentaba un superficie total cultivada de 442.829 hectáreas, lo que supone en torno al 47,6% de la superficie española total de viñedo de una para la elaboración de vino.

A Castilla-La Mancha le siguen Extremadura con un 8.7% del total, lo que equivale a 81.405 hectáreas; la Comunidad Valenciana con 62.292 hectáreas, Cataluña con 54.966 y La Rioja con 45.991.

- **Variaciones de producción entre añadas:**

Otra característica importante del sector nacional de vinos la constituyen las importantes variaciones que sufre la producción de una añada a otra.

REGIONES	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Andalucía	1.873	1.950	1.821	1.900	2.080	1.265	1.246	1.709	1.412	1.350	1.315	1.369	1.141	1.412	1.087	1.187
Aragón	1.029	777	848	1.193	1.629	1.115	1.400	1.571	898	1.406	1.117	1.148	1.000	1.037	1.123	1.452
Asturias	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	1	1	2	2
Baleares	28	38	31	53	42	44	46	45	36	43	46	35	41	46	49	58
Canarias	205	183	154	195	159	184	219	26	144	101	60	86	78	128	126	103
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
Castilla y León	1.668	1.317	1.405	1.721	1.870	1.671	2.014	1.621	1.452	1.471	1.581	1.825	1.896	2.078	2.268	1.843
Castilla-La Mancha	24.542	15.977	21.100	25.528	26.300	21.682	23.282	21.501	23.056	18.995	21.568	18.622	19.032	33.030	25.123	22.939
Cataluña	3.143	2.980	3.389	3.692	4.045	2.719	3.271	3.197	3.238	3.512	3.483	3.293	2.784	3.744	3.289	3.311
Comunidad Valenciana	2.347	2.150	2.996	3.500	2.711	2.692	2.671	2.761	2.310	2.810	2.249	2.341	2.151	3.004	1.965	2.763
Extremadura	3.684	2.873	3.528	4.621	4.058	3.214	3.048	2.973	3.664	3.127	3.903	4.282	3.191	4.181	4.272	4.051
Galicia	1.048	1.442	1.423	1.785	1.912	1.738	1.600	1.880	1.018	888	909	1.500	741	739	679	871
Madrid	330	444	533	642	277	268	431	234	325	143	180	122	90	178	134	122
Murcia	605	585	799	698	609	575	609	705	675	681	907	675	675	944	624	679
Navarra	1.700	772	690	933	1.232	981	1.071	1.087	769	850	822	680	591	684	730	849
País Vasco	744	589	410	637	706	661	662	626	577	756	647	601	528	591	825	780
Rioja (La)	2.622	1.857	1.419	2.236	2.427	2.304	2.085	2.200	2.007	2.125	2.101	2.003	1.836	1.753	2.120	2.271
<b>ESPAÑA</b>	<b>45.572</b>	<b>33.937</b>	<b>40.549</b>	<b>49.339</b>	<b>50.062</b>	<b>41.119</b>	<b>43.659</b>	<b>42.141</b>	<b>41.583</b>	<b>38.259</b>	<b>40.892</b>	<b>38.583</b>	<b>35.778</b>	<b>53.550</b>	<b>44.415</b>	<b>43.281</b>

**Tabla 3.** “Evolución de la producción española por regiones en el período 2000-2015” (en miles de hectolitros). Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

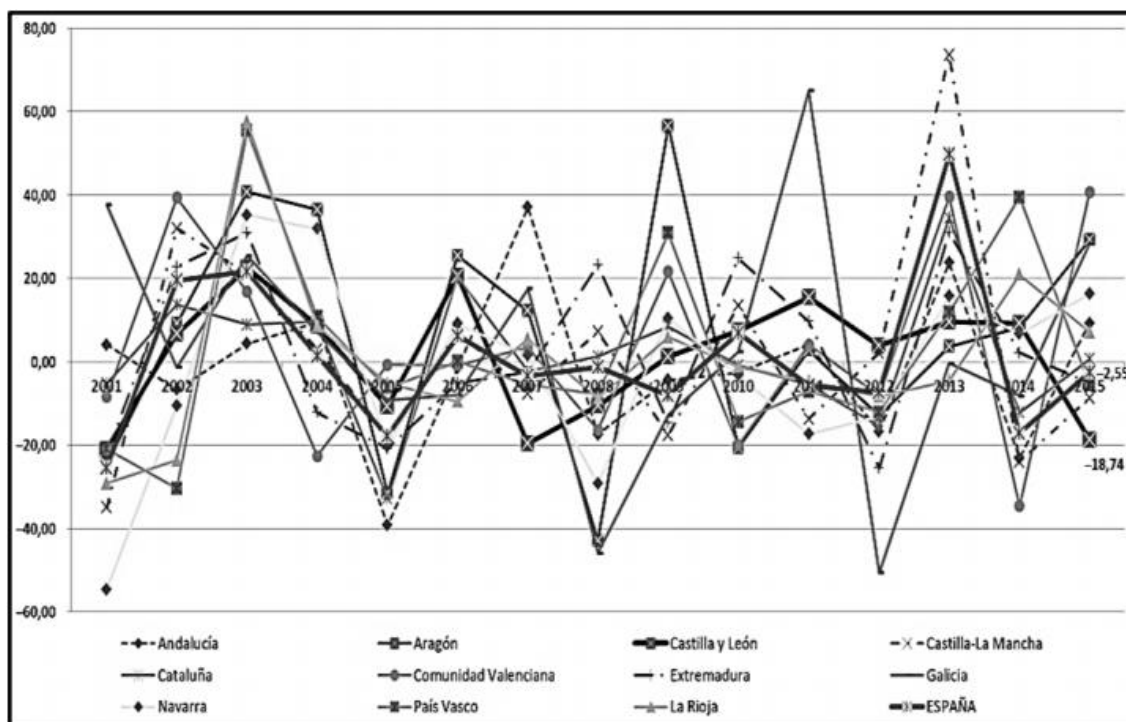
Elaboración: Juste, 2017.

Como se observa en la Tabla 3, en la que se presentan 15 años de producción de vino dividido por Comunidades Autónomas, la producción de vino nacional sufre una notable fluctuación entre unos años y otros. Estos cambios son debidos al clima y sus oscilaciones. La temperatura, las precipitaciones, la humedad, el viento y el estado hídrico del suelo son claves en el resultado de la cosecha, como también lo es la planificación del viñedo.

A pesar de ello y aunque se haya reducido la superficie total de cultivo, la producción media de vino y mosto se mantiene bastante estable en el territorio nacional, aunque a nivel regional las tendencias son más variables. Si se toman la media y la mediana de la serie histórica se encuentra una tendencia ascendente en Aragón, Islas Baleares, Extremadura, País vasco y, aunque en menor medida, en Castilla y León (hecho que también puede favorecer la

exportación de la región). Por el contrario, se aprecian tendencias a la baja en comunidades como Madrid, Andalucía, Canarias o Galicia.

Para terminar este apartado, se muestran en la Figura 4, las variaciones (en términos porcentuales) de la producción en las principales regiones de España.



**Figura 4.** “Variación anual de la producción vinícola en las principales regiones productoras” (en porcentaje). Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

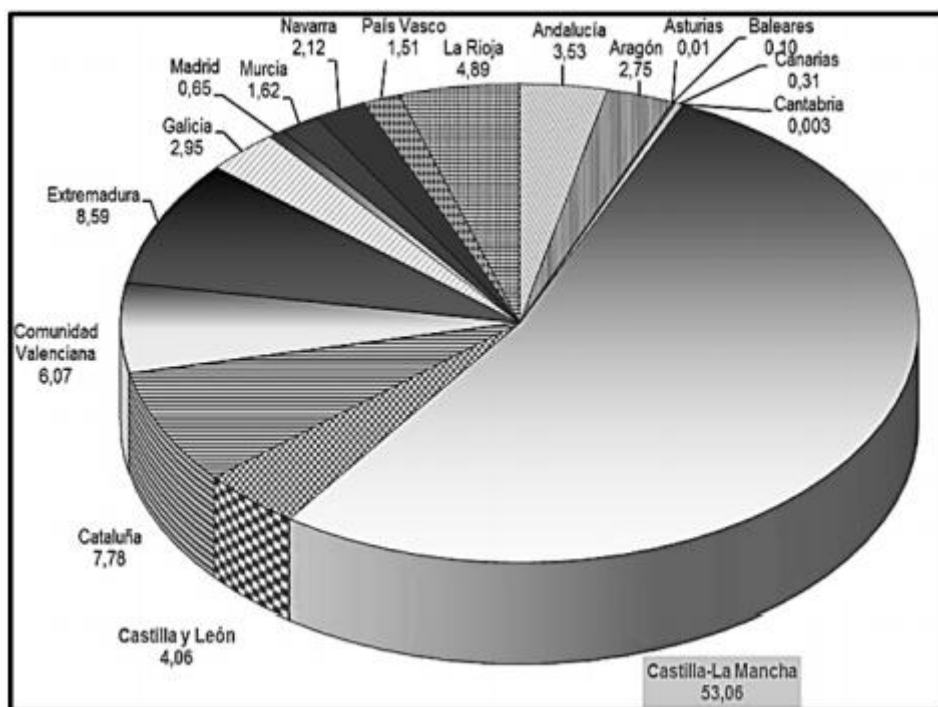
**- Concentración geográfica de la producción:**

De manera similar a lo que sucede con la superficie de cultivo es importante señalar lo que sucede con la concentración de la producción.

De nuevo Castilla-La Mancha, y de manera previsible teniendo en cuenta los datos de superficie cultivada, se sitúa, en términos de media del período 2000-2015, en primera posición en cuanto a producción de vino con más de la mitad de la misma (casi un 53% del total nacional), seguida por Extremadura, Cataluña y Valencia. Entre las cuatro comunidades mencionadas suman más

de un tercio de la producción total de España. Castilla y León se sitúa alrededor del 4% del total.

Estos datos quedan recogidos de manera gráfica en la Figura 5 y sirven para apoyar estas conclusiones.



**Figura 5.** “Distribución regional de la producción de vino en España, media 2000-2015” (en porcentaje). Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

Elaboración: Juste, 2017.

#### - **Atomización sectorial:**

El tejido empresarial y explotador del vino en España presenta una importante atomización. Aunque desde hace algunos años las empresas medianas y las grandes organizaciones dedicadas al vino en el país han ganado peso y han sido las artífices del crecimiento que el sector lleva experimentando en los últimos tiempos, proceso que, parece, continuará en el tiempo (Langreo y Castillo, 2014).

#### - **Innovación y calidad:**

El débil consumo interior, la crisis sufrida a todos los niveles en años recientes y una mayor competencia a nivel mundial han hecho que el sector tienda cada vez de manera más importante a la calidad y a una mayor innovación y profesionalización.

Prácticamente todas las bodegas cuentan ya con enólogos y personal cada vez más cualificados que tratan de dotar a los vinos de mayor valor añadido. Además cada vez se cuidan más los apartados de marketing y se ha innovado tanto en el modo como en las formas: explotación del Enoturismo, creación de envases alternativos, mayor cuidado en las etiquetas y en la presentación, etc.

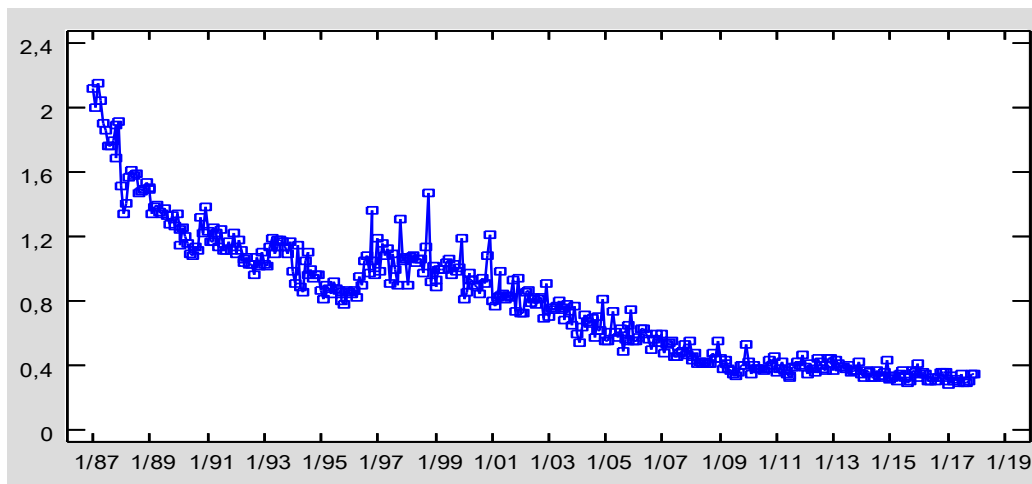
También es importante reseñar que las denominaciones de calidad tienen un peso cada vez más importante y que cuentan con un apoyo creciente por parte de las instituciones.

#### **2.2.3.2. Consumo**

Una de las mayores características esenciales del vino en España es la evolución de su consumo interno. Para su correcto estudio y por razones que quedaran de manifiesto a continuación, es necesario hacer una distinción entre el vino de mesa (MES) y el vino de calidad (CAL) y estudiar su serie histórica por separado.

Comenzando con el vino de mesa (Figura 6, página siguiente), se puede apreciar que su consumo mensual ha experimentado un vertiginoso descenso a lo largo de la serie histórica 1987 a 2017 y aunque se puede percibir un pequeño repunte entre los años 1995 y 1997, la tendencia es clara habiéndose reducido su consumo anual en casi 20 puntos.

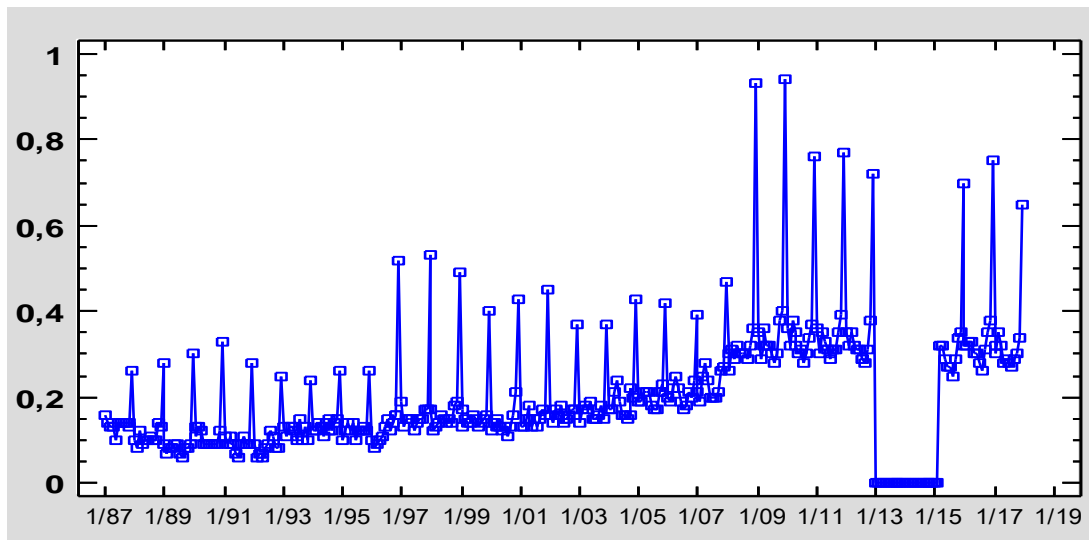




**Figura 6.** “Evolución del consumo mensual del MES en los hogares españoles en el período 1987-2017”. Fuente y Elaboración: Martín y Litago, 2018.

En cuanto al vino de calidad (Figura 7, página siguiente)<sup>1</sup> observamos que su serie ha experimentado una ligera tendencia ascendente a lo largo del tiempo, más intensa en el período 2007-2009. A partir de este último año presenta una tendencia negativa que perduró hasta 2017. Al mismo tiempo, y a diferencia del vino de mesa, se observa en la serie una regular y muy marcada estacionalidad a lo largo de todo el período, algo en lo que se hará hincapié en este mismo punto. Dicha evolución anual se resume en un muy marcado máximo en diciembre, con motivo de las festividades navideñas, y un consumo más o menos constante a lo largo de los demás meses del año.

<sup>1</sup> La serie de vino de calidad (CAL), extraída de Martín y Litago, 2018, presenta un problema: el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación no pudo proporcionar los datos de consumo desde enero de 2013 a febrero de 2015 (ambos inclusive) pero los autores consideran que esa ausencia resulta relativamente irrelevante para entender el comportamiento de la serie ya que los datos anteriores y posteriores continúan una tendencia y permiten suponer lo que ocurrió con los datos que faltan.



**Figura 7.** “Evolución del consumo mensual del CAL en los hogares españoles en el período 1987-2017”. Fuente y Elaboración: Martín y Litago, 2018.

Como se puede comprobar a simple vista comparando la Figura 6 y la Figura 7, el ligero aumento del consumo del vino de calidad a lo largo de su serie histórica no compensa, ni tan siquiera mínimamente, a la gran caída del vino de mesa. Este hecho es muy relevante, ya que esta descompensación produjo en el sector nacional una importante sobreproducción que se está solventando en buena medida mediante la exportación de vinos de baja calidad, envasados y a granel a países africanos que incluso los utilizan para producir a partir de ellos destilados y otras bebidas con mayor graduación que el vino original.

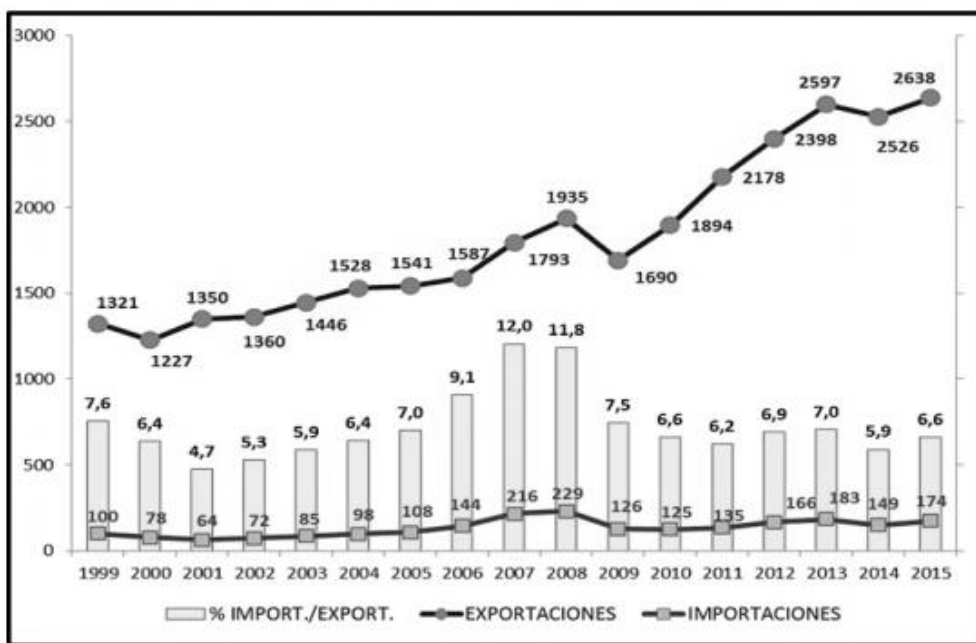
De hecho, más del 90% del volumen de vino español exportado al continente africano (especialmente a Costa de Marfil, Nigeria, Angola y Ghana) es sin DOP, IGP ni variedad (TecnoVino, 2015).

Esta es una de las grandes causas, como se explicará con más detalle, por las que es necesario que España, en general, y Castilla y León, en particular, se vean obligadas a exportar vino.

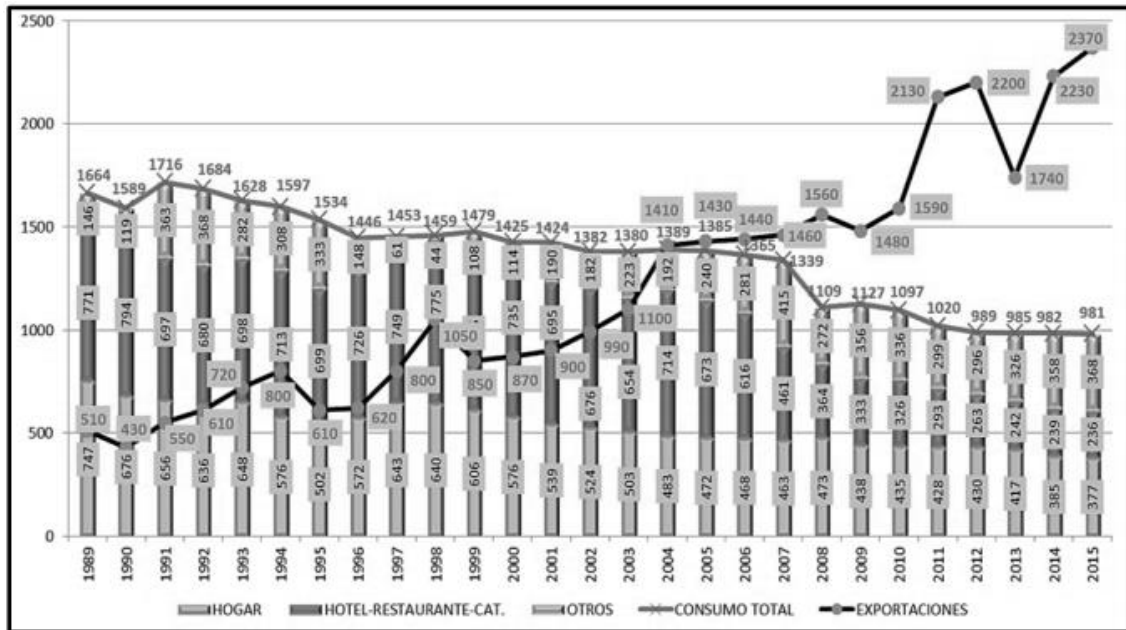
Para tener una información más extendida y precisa acerca de la evolución de los consumos de vino de mesa, de vino de calidad y de vino en total se ha incluido un anexo en el que se pueden encontrar las tablas Buys-Ballot de todas ellas (Martín y Litago, 2018)..

### 2.2.3.3 El estado de las exportaciones a nivel nacional.

Para terminar con este punto, se recogen algunos datos significativos que demuestran el dinamismo que tienen las exportaciones vinícolas del sector a nivel nacional. No en vano, España es el primer país exportador de vino a nivel mundial. Se dará mayor profundidad a este tema en los puntos siguientes centrados ya en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.



**Figura 8.** “Evolución del comercio exterior de vino en España, 1999-2015” Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.



**Figura 9.** “Evolución y consumo de las exportaciones de de vino en España durante el período 1989-2015” (en decenas de miles de hectolitros). Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%s/Σ (00-15)	% TCAC
Castilla-La Mancha	2.821,6	3.692,7	3.910,1	5.482,7	7.197,2	6.293,2	6.853,2	7.837,1	8.612,9	7.499,6	9.437,1	12.616,4	10.869,8	9.680,0	13.842,3	14.320,0	44,26	11,44
Comunid. Valenciana	1.776,6	1.636,5	1.702,6	2.430,3	2.365,0	2.087,4	1.973,1	2.234,7	2.138,6	1.753,7	1.793,9	2.350,0	2.309,5	1.985,8	2.327,7	2.682,2	11,34	2,78
Extremadura	976,1	1.061,2	792,0	800,5	1.131,7	1.165,6	529,9	843,1	1.181,3	1.229,1	1.738,0	2.649,7	2.512,6	1.599,5	2.497,9	2.505,5	7,84	6,49
Cataluña	1.475,1	1.639,1	1.670,5	2.074,0	2.118,1	2.177,4	2.002,2	2.113,7	2.269,2	2.095,2	2.187,8	2.300,4	2.330,7	2.269,7	2.386,7	2.419,3	11,33	3,35
Murcia	513,9	601,5	734,4	858,3	877,2	1.114,1	1.267,8	1.235,4	1.383,6	1.188,3	1.759,6	2.129,0	1.873,9	1.713,0	1.684,9	1.552,6	6,92	7,65
La Rioja	471,6	634,7	702,0	659,3	697,1	833,9	900,0	910,1	936,6	833,3	899,1	944,8	1.042,2	1.144,4	1.168,3	1.218,2	4,73	6,53
Aragón	281,2	316,6	324,2	387,7	478,7	584,9	516,1	534,6	545,5	472,9	427,9	552,1	560,9	602,0	521,4	589,4	2,60	5,06
País Vasco	223,1	289,0	279,9	277,7	264,1	299,2	372,1	482,2	375,5	349,7	376,4	460,2	476,5	528,6	563,6	582,5	2,10	6,61
Andalucía	748,6	748,3	749,0	737,4	538,9	597,3	507,1	501,3	559,7	520,1	511,2	769,2	635,9	470,7	511,6	524,2	3,25	-2,35
Navarra	275,1	361,3	293,4	302,1	303,0	333,4	297,4	276,0	274,1	257,6	315,4	383,1	442,3	370,0	396,6	413,1	1,79	2,75
Castilla y León	109,4	134,7	167,4	162,5	172,5	210,8	238,6	245,1	271,8	269,4	252,7	275,5	326,8	292,4	328,6	314,9	1,27	7,30
Galicia	286,2	340,6	267,0	135,4	243,2	351,1	409,6	459,8	211,8	289,0	216,0	232,8	245,9	283,4	250,5	264,2	1,52	-0,53
Madrid	135,5	151,0	194,7	194,1	201,3	190,0	128,0	125,5	135,7	86,0	155,9	189,5	152,6	190,5	207,3	210,8	0,90	2,99
Baleares	13,4	0,5	0,8	1,6	0,9	0,7	1,7	2,3	2,0	3,5	4,1	4,2	4,4	6,4	7,3	8,6	0,02	-2,92
Canarias	61,1	40,9	3,6	2,8	0,1	0,3	3,5	3,8	1,9	2,2	3,1	3,7	4,4	3,3	4,4	4,3	0,05	-16,30
Asturias	2,4	5,8	3,0	1,2	1,5	1,5	3,0	6,0	8,5	8,2	8,2	9,9	6,4	6,0	5,0	3,3	0,03	2,22
Cantabria	0,3	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	1,9	0,0	0,3	1,7	1,8	0,3	0,1	0,6	0,5	0,0	0,00	-12,38
Sin regionalizar	4,6	2,9	3,8	5,2	3,5	4,5	21,9	1,7	2,8	2,3	6,6	23,6	20,5	18,8	32,6	15,6	0,06	8,52
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>10.176</b>	<b>11.657</b>	<b>11.798</b>	<b>14.513</b>	<b>16.594</b>	<b>16.245</b>	<b>16.027</b>	<b>17.812</b>	<b>18.912</b>	<b>16.862</b>	<b>20.095</b>	<b>25.894</b>	<b>23.815</b>	<b>21.165</b>	<b>26.737</b>	<b>27.629</b>	<b>100,00</b>	<b>6,89</b>

**Tabla 4.** “Evolución de las exportaciones de vino y mosto por regiones de España, 2000-2015” (en miles de hectolitros) Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

### 3. Estudio y evolución del sector del vino en Castilla y León

#### 3.1. La industria del vino dentro de la IAA regional

De manera similar al punto anterior, se muestran a continuación el estado y las características del sector vinícola de Castilla y León.

En la región existen (datos 2014) 555 empresas dedicadas al vino que emplean a casi 3.700 personas y con un volumen de ventas que en 2018 se ha situado por encima de los 1000 millones de euros, 400 millones más que hace apenas 4 años, como se verá el punto siguiente.

En la Tabla 5 se pueden apreciar todos los datos y su relevancia comparada con la de los otros subsectores de la industria agroalimentaria de Castilla y León. En ella destacan el bajo tamaño medio de las empresas del subsector (como ya pasaba a nivel nacional) y la productividad por empleado por encima de la media de la IAA regional.

SUBSECTOR	Número de Empresas	Empleo	Ventas netas de Producto (millones €)	Consumo Materias primas (millones €)	Inversión Activos Mat. (millones €)	Coste Laboral por empleado (euros)	Valor Añadido por empleado (miles €)	Ventas netas por empleado (miles €)	Tamaño Medio de Empresas
Industrias cárnicas	793	10.646	2.604	1.816	45,3	27.740	46	245,0	13,4
Transformación de pescado	14	480	170	130	4,8	30.667	59	354,0	34,3
Conservas de frutas y hortalizas	82	2.414	421	221	16,0	30.530	50	174,0	29,4
Grasas y aceites	22	193	39	26	1,6	25.000	25	204,0	8,8
Industrias lácteas	160	4.260	1.442	835	19,0	37.995	61	339,0	26,6
Productos de molinería	70	515	292	245	5,7	33.816	61	566,0	7,4
Pan, pastelería, pastas alimenticias	1.044	7.320	1.088	352	68,2	24.689	46	149,0	7,0
Azúcar, chocolate y confitería	55	1.332	591	323	26,3	53.225	78	444,0	24,2
Otros productos diversos	66	2.163	614	208	32,0	39.334	160	284,0	32,8
Productos de alimentación animal	96	1.773	1.348	1.036	24,0	36.931	86	790,0	18,5
Vinos	555	3.695	612	180	53,3	30.428	74	166,0	6,7
Otras bebidas alcohólicas	46	176	70	22	1,1	56.955	199	406,0	3,8
Aguas y bebidas alcohólicas	21	287	66	21	(-5,7)	33.672	72	229,0	13,7
Otros (Sin sectorializar)	-	275	13	5	1,6	-	-	-	-
<b>TOTAL IAA CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>3.024</b>	<b>35.529</b>	<b>9.370</b>	<b>5.420</b>	<b>298,9</b>	<b>30.702</b>	<b>62</b>	<b>264,0</b>	<b>11,7</b>
<b>TOTAL INDUSTRIA CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>11.844</b>	<b>119.752</b>	<b>30.237</b>	<b>17.418</b>	<b>1.035,0</b>	<b>34.538</b>	<b>68</b>	<b>253,0</b>	<b>10,1</b>

**Tabla 5.** “Principales indicadores de la IAA de Castilla y León por ramas, 2014”.

Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

## **3.2. Características del subsector del vino dentro de la industria regional**

Es necesario también hacer un repaso breve a los rasgos más representativos del subsector dentro de Castilla y León que, aunque se asemeja al nacional presenta también algunas peculiaridades.

### **3.2.1.1. Producción y cultivo**

En este subapartado se recogen las principales características de la producción y cultivo como son la extensión geográfica del mismo, la evolución de la producción, la polarización territorial de esta, el tamaño de las empresas y la vinculación geográfica.

#### **- Extensión geográfica:**

Según el Ministerio de Agricultura (MAPAMA), en 2014 la región dedicó en torno a las 75.000 hectáreas a la producción de uva de vino, un de las cuales 96% en régimen de secano.

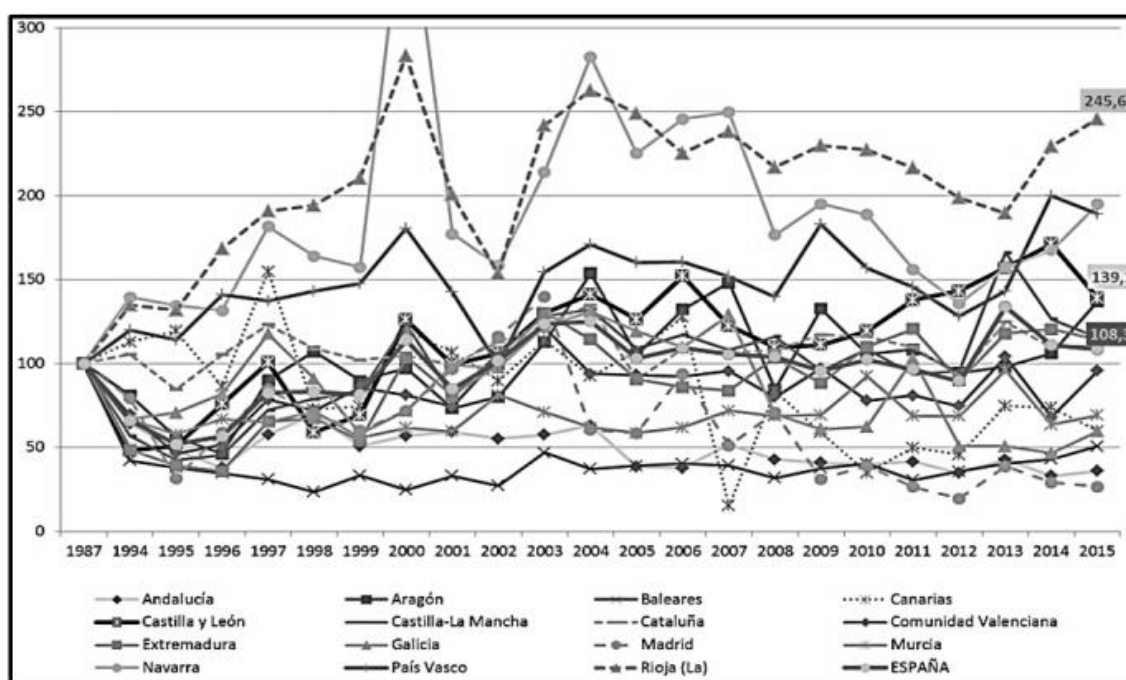
Dentro de la Comunidad Autónoma, las áreas más importantes son Valladolid, con más de 22.500 hectáreas, y Burgos, con cerca de 17.000. Entre ambas provincias constituyen cerca del 53% de la superficie total dedicada al vino en Castilla y León. A Valladolid y Burgos les siguen Zamora, con más de 12.500 hectáreas, y León, por debajo de las 12.000. Por su parte, Palencia es la provincia que menos territorio dedica a este cultivo con apenas 548 hectáreas situadas en el sur y en el sureste.

## - Producción:

En los últimos 30 años la tendencia de producción de la región es claramente creciente, siendo de las que más han crecido (como se puede comprobar en la Figura 10). Este hecho es relevante para el devenir del sector en la región y también determinante en la política de exportaciones.

En 1987, Castilla y León producía 1,3 millones de hectolitros, lo que suponía un 3.3% del total nacional. En 2015 (Lago, 2016), se alcanzaron los 1,8 millones, un 4,3% del total de España, un punto porcentual por encima de la década de los ochenta. Los máximos históricos tuvieron lugar en 2012 donde se llegó al 5.3% a nivel nacional y en 2014 con un 5.1%.

La producción castellano leonesa, aunque sufre variaciones entre añadas, es una de las más regulares entre las regiones españolas.



**Figura 10.** “Evolución de la producción de vino de las regiones españolas, 1987-2015” (millones de hectolitros). Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

Elaboración: Juste, 2017.

- **Polarización territorial:**

Otra de las características principales del sector del vino en la región es la fuerte polarización territorial de la producción, de manera análoga a la del conjunto nacional.

La mayor concentración de la producción, al igual que ocurría con superficies de cultivo, se encuentra en Valladolid, que en 2014 alcanzaba los 1,07 millones de hectolitros con un 61% de vino blanco, y Burgos con 0,65 millones de hectolitros, casi en su totalidad de tinto y rosado. Entre estas dos provincias suponen tres cuartas partes de la producción de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Por el contrario, los niveles más bajos se dan en Salamanca, con 9.377 hectolitros en 2014, y en Palencia, con 12.656 hectolitros en 2014.

- **Tamaño de las empresas:**

Como se comentaba anteriormente, las explotaciones vinícolas son predominantemente pequeñas, tanto en España como en sus regiones. El tamaño medio en Castilla y León es de 6,7 trabajadores por empresa, encontrándose numerosos casos de explotación familiar.

Aunque la media de trabajadores esté ligeramente por encima de la media nacional sigue siendo un valor muy bajo y una de las debilidades y, por tanto, asignaturas pendientes del sector, que puede agudizarse por el envejecimiento de los viticultores, especialmente en las cooperativas, que aún tienden a tener una mentalidad un tanto tradicional muy arraigada a las ventas en el mercado interno que, como ya se ha dicho, vive momentos cada vez más complicados.

Es clave, por tanto, el hecho de que cada vez más empresas de un tamaño mayor y más modernizadas, casi todas ellas con vinos DOP o IGP, estén liderando el aumento de la producción, la innovación y calidad y la cada vez más importante exportación que es esencial para amortiguar la caída del consumo interno.



#### - **Vinculación geográfica:**

El último gran rasgo del subsector en la región es la importantísima implantación de vinos con vinculación geográfica y denominación de origen. En 2014 el 92% de la producción de Castilla y León estaba bajo estas etiquetas, el 84% como DOP y el 8% restante a través de IGP, siendo Valladolid, Burgos, Segovia, Soria y Zamora los principales núcleos.

#### **3.2.2. Consumo**

Al igual que sucede con el resto del país, el consumo de vino por habitante es bajo y va en descenso si se tienen en cuenta todos los tipos de vino. Se estima que el consumo de vino en Castilla y León durante el 2015 fue de 15,65 litros por cápita al año, considerablemente menor a los 18,99 del año 2010. Además estas dos cifras son menores a las medias relativas de España (17,25 en 2015 y 20,98 en 2010).

En cuanto al nivel de gasto por habitante, el de la comunidad de Castilla y León se situaba en 2015 en 126,23 € anuales, por debajo de los 147,17 € del 2010, y por debajo también de la media Española de 139,11 (Lago, 2016).

#### **3.2.3. Exportaciones de vino de Castilla y León, una breve visión histórica.**

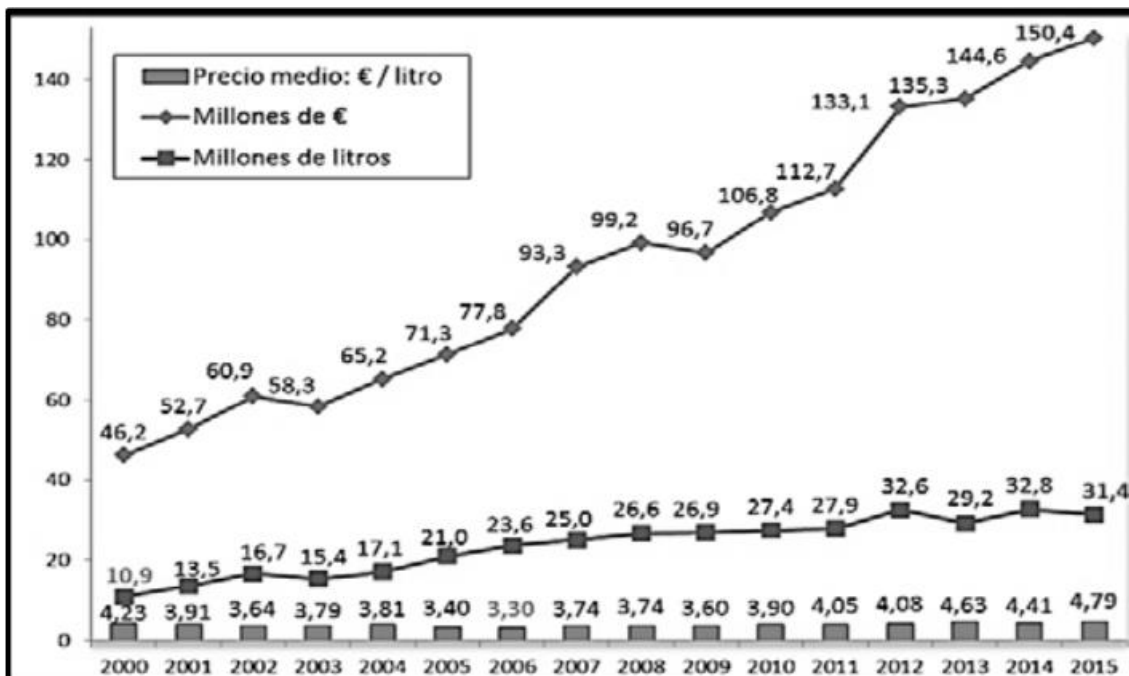
Aunque en el siguiente punto se darán los últimos datos en cuanto a exportación de vino de Castilla y León, es importante hacer un breve repaso por la evolución que han tenido las exportaciones de la región en los últimos tiempos.

En la Tabla 6 (página siguiente) se puede apreciar una comparativa entre las exportaciones de las distintas Comunidades Autónomas. Cabe destacar el precio medio del vino exportado por Castilla y León, superior a la media nacional.

REGIONES	VALOR					VOLUMEN					PRECIO MEDIO	
	2014	2015	Var 14/15	(%) 2014	(%) 2015	2014	2015	Var 14/15	(%) 2014	(%) 2015	2014	2015
Andalucía	120.164.720	119.824.262	-0,28	4,18	4,06	51.161.971	52.415.094	2,45	1,91	1,90	2,35	2,29
Aragón	100.976.361	112.948.150	11,86	3,51	3,82	52.137.091	58.938.858	13,05	1,95	2,13	1,94	1,92
Asturias	1.168.170	1.413.495	21,00	0,04	0,05	500.932	328.529	-34,42	0,02	0,01	2,33	4,30
Baleares	5.823.977	5.957.118	2,29	0,20	0,20	734.104	858.333	16,92	0,03	0,03	7,93	6,94
Canarias	3.700.053	3.731.420	0,85	0,13	0,13	437.777	427.484	-2,35	0,02	0,02	8,45	8,73
Cantabria	107.954	15.269	-85,86	0,004	0,001	54.607	3.499	-93,59	0,002	0,000	1,98	4,36
Castilla y León	144.813.483	150.619.701	4,01	5,04	5,10	32.861.445	31.492.386	-4,17	1,23	1,14	4,41	4,78
Castilla-La Mancha	686.968.244	682.206.857	-0,69	23,91	23,10	1.384.232.161	1.432.004.495	3,45	51,77	51,83	0,50	0,48
Cataluña	603.082.576	648.028.305	7,45	20,99	21,94	238.672.304	241.931.229	1,37	8,93	8,76	2,53	2,68
Comunidad Valenciana	215.906.533	224.919.214	4,17	7,51	7,61	232.772.512	268.222.834	15,23	8,71	9,71	0,93	0,84
Extremadura	101.285.752	98.998.305	-2,26	3,53	3,35	249.786.761	250.554.253	0,31	9,34	9,07	0,41	0,40
Galicia	40.152.051	42.561.442	6,00	1,40	1,44	25.051.261	26.422.955	5,48	0,94	0,96	1,60	1,61
Madrid	43.151.160	43.959.986	1,87	1,50	1,49	20.727.643	21.076.011	1,68	0,78	0,76	2,08	2,09
Murcia	193.804.892	175.709.559	-9,34	6,75	5,95	168.490.018	155.259.049	-7,85	6,30	5,62	1,15	1,13
Navarra	74.246.917	78.772.389	6,10	2,58	2,67	39.664.555	41.312.671	4,16	1,48	1,50	1,87	1,91
País Vasco	196.258.178	203.477.295	3,68	6,83	6,89	56.358.498	58.250.237	3,36	2,11	2,11	3,48	3,49
Rioja (La)	330.964.332	351.605.853	6,24	11,52	11,90	116.825.914	121.822.312	4,28	4,37	4,41	2,83	2,89
Otros (sin regionalizar)	10.500.348	9.022.940	-14,07	0,37	0,31	3.262.975	1.557.857	-52,26	0,12	0,06	3,22	5,79
EXPORT.TOTAL ESPAÑA	2.873.075.701	2.953.771.560	2,81	100,00	100,00	2.673.732.529	2.762.878.086	3,33	100,00	100,00	1,07	1,07

**Tabla 6.** “Exportaciones de vino en las CCAA, 2014”. Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

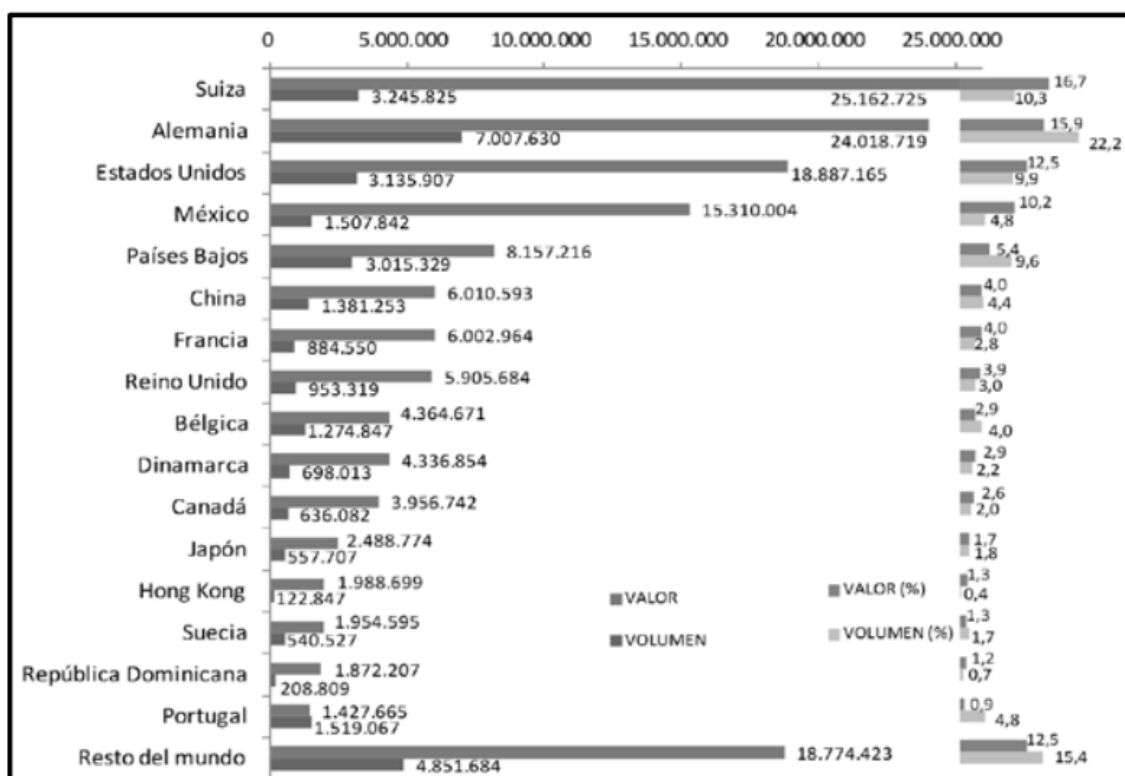
En la Figura 11 se aprecia clarísimamente el espectacular tendencia que han tenido las exportaciones de vino castellanoleonés. Tanto el precio medio (en euros por litro) como el volumen y los ingresos no han dejado de crecer y las previsiones son de que esta tendencia continúe incluso a un ritmo mayor.



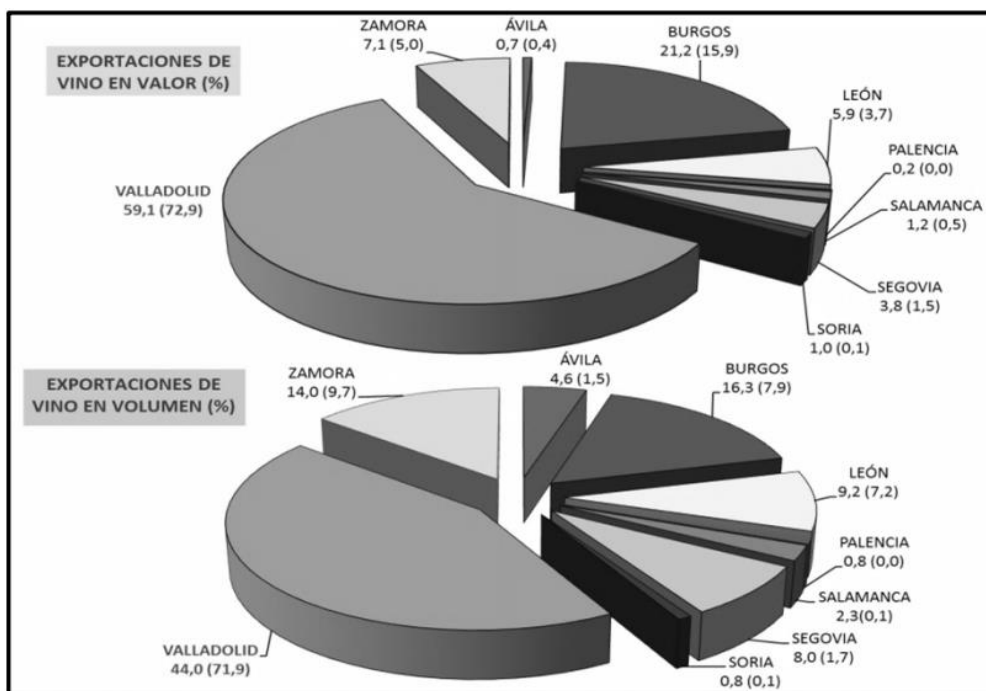
**Figura 11.** “Evolución de la exportación de vino de Castilla y León, 2000-2015” (millones de hectolitros). Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

Para terminar con esta visión general de las exportaciones en Castilla y León, se añaden dos figuras más, la primera de ellas (Figura 12) corresponde a la clasificación de los principales países compradores de vino de la región (datos de 2015), la segunda (Figura 13, página siguiente), muestra el desglose de las exportaciones por provincias, bastante en línea con los datos de cultivo y producción comentados anteriormente en este punto.

Una vez echada la vista atrás, en el punto siguiente se recogen los últimos datos de exportaciones que están disponibles.



**Figura 12.** “Destino de las exportaciones de vino de Castilla y León, 2015”. Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.



**Figura 13.** “Distribución provincial de las exportaciones de vino de Castilla y León, 2015”. Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

#### 4. La actualidad de las exportaciones de vino en Castilla y León

Como se viene diciendo, los vinos de Castilla y León tienen cada vez más peso, tanto a nivel nacional como internacional. No en vano facturaron en 2018 por primera vez más de 1.000 millones y exportaron 200 millones.

Castilla y León continúa reforzando su liderazgo internacional en vinos de calidad, con un crecimiento en 2018 frente al año anterior de un 0,9% en volumen y un 2,1% en valor de la mercancía. Una de las regiones que más y de manera más continuada crece en exportaciones.

Estos datos refuerzan aún más la buena tendencia: las exportaciones de vino de origen en Castilla y León han crecido un 80% en los últimos diez años.

El precio del litro que alcanzan ya de media los vinos de Castilla y León roza los 5 euros (4,99 € en 2018), uno de los más altos de entre las regiones de España, que además lleva una tendencia cada vez más alcista. Este hecho

hace que, aunque muchas comunidades vendan más litros que la castellanoleonesa, el valor final de las exportaciones está más equilibrado o incluso pone a Castilla y León como las regiones más potentes.

Las exportaciones siguen lideradas por Ribera del Duero y Rueda. Entre las dos concentran el 80% de las exportaciones de vino con denominación de origen de Castilla y León, lo que supone un volumen superior a 28 millones de litros.

Con respecto a la categoría de vinos, son los tintos los que mayor demanda tienen en las exportaciones. De hecho, el 66 % corresponde a vinos tintos, seguido por los blancos con un 31,2 % y los rosados con un 2,1 %.

En cuanto a los principales compradores, Estados Unidos, Suiza y Alemania siguen siendo los principales destinos de las exportaciones de Castilla y León, aunque destaca la incorporación de Japón como destino de alto potencial y el crecimiento de China, clave en el futuro exportador. De hecho, el Informe

Nielsen, que la Junta encargó a dicha consultora, concluye que las bodegas de la Comunidad prevén exportar más a China este año y en años venideros.

Es importante señalar las ayudas que proporciona la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León con el objetivo de que las empresas del sector lleven a cabo acciones en terceros países y así impulsar la exportación de los vinos de la región y aumentando las ventas de sus bodegas.

Esta medida se encuentra recogida en el Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola español 2019-2023, junto a otras medidas dirigidas de manera específica a este sector. Desde el año 2015 se han concedido desde la Consejería de Agricultura y Ganadería ayudas a 640 programas de promoción de vino en terceros países por un importe de 26,6 millones de euros.

Gracias a la competitividad de los vinos de Castilla y León, y con la ayuda financiera que suponen estos fondos, las exportaciones de vino han crecido de manera notable año a año.

Bodegas Protos, una de las empresas más importantes de la región, fue una de las pioneras en la apertura de mercados. Lleva exportando más de 40 años y, en la actualidad, ha superado el centenar de países donde se puede comprar su vino. La elaboradora de Ribera del Duero tiene su producto en lugares tan exóticos como la isla de Guam.

Además acciones como implementar el sello 'Duero Wine' donde están englobados todos los vinos de la comunidad o iniciativas como 'Tierra de sabor' hacen cada vez más atractivos y competitivos a estos caldos, sean fuera o en el mercado nacional, donde llegan a alcanzar el 25% de la cuota de vino de calidad. También desde la Junta se está apostando por numerosos salones donde se promocionan los vinos de la región.

## **5. Estudio de las dificultades y conveniencias de la exportación de vinos de Castilla y León**

Es el momento de recoger todos los datos estudiados anteriormente y enfocarlo hacia las ventajas que presenta la exportación de los vinos de Castilla y León y los retos y dificultades que presenta y presentará en el futuro.

La primera causa de que la exportación sea cada vez mayor en los vinos, de toda España en general y de Castilla y León en particular, es la importantísima caída del consumo interior, especialmente de los vinos de mesa que han tenido que competir en los últimos treinta años con crecientes consumos de agua mineral, cerveza y otras bebidas (aunque no están tan claras estas correlaciones). Lo cierto es que la única manera de paliar este hecho es compensarlo con las exportaciones, aún hoy claramente insuficientes según casi todos los expertos (Juste, 2017), y así sostener todo el tejido empresarial y no dañar el desarrollo rural. Si además se tiene en cuenta que el consumo interior en Castilla y León está por debajo de la media española, se hacen más

imprescindibles aún las exportaciones. Aunque es obvio, y así se hace desde hace años, que es necesario también tratar de fomentar el consumo interior y, al menos, suavizar la tendencia negativa.

Como se veía en el punto anterior, los vinos castellanos y leoneses ganan peso año tras año y las exportaciones baten records a cada campaña. Además las instituciones dan cada vez más apoyo a las bodegas y las denominaciones de origen y calidad son cada vez y cada vez más importantes. Aún así, es importante seguir apostando por la marca, la calidad y el marketing. En la Figura 14 (página siguiente) se puede apreciar la evolución que han tenido las exportaciones de las principales Denominaciones de Origen.

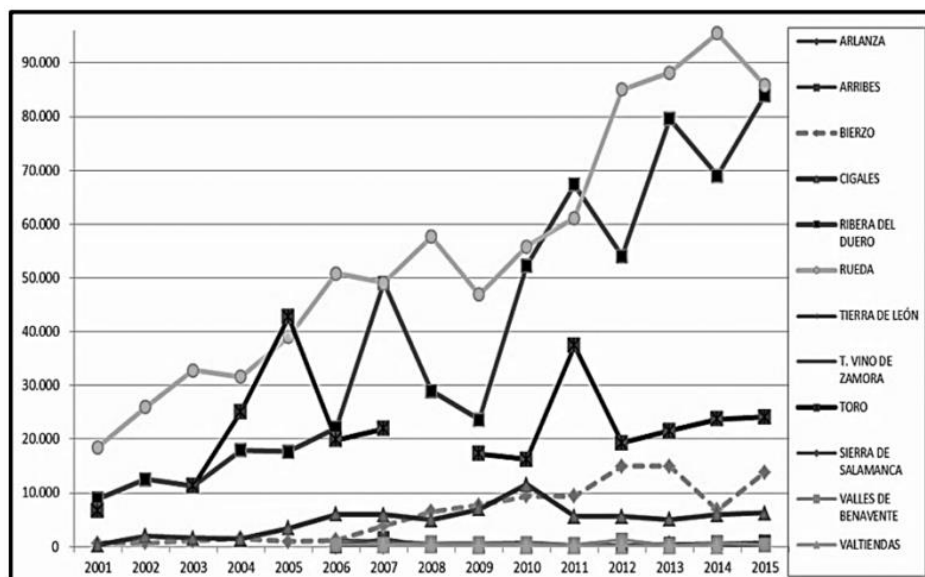
Como también se comentaba anteriormente, Castilla y León y sus empresas vinícolas se enfrentan a un importante reto de modernización que aún llevará año y que si no se ataja correctamente y con los recursos suficientes será un lastre para el futuro del sector. Son muchas las empresas familiares, cooperativas y otras organizaciones que mantienen un punto de vista excesivamente tradicional. Es necesario que las empresas de la región lleven a cabo procesos de innovación, mejora de la calidad, reclutamiento de personal cualificado, investigación, experimentación con nuevas variedades de uva y distintas mezclas... Y también, que las instituciones acompañen este proceso.

Para que la producción siga creciendo y por tanto se favorezca el tejido empresarial parece claro que será cada vez más importante centrar esfuerzos en el mercado exterior. Que el precio medio de los vinos de Castilla y León sea de los más elevados y que cada vez se consigan mejores precios de mercado (impulsado por la calidad de los caldos de la región) es una gran ventaja competitiva que permitirá al subsector seguir creciendo y hacerlo a un ritmo más rápido que en otras regiones y en otros países.

Los salones de vino se han convertido en uno de los mejores escaparates y en ese sentido los vinos de la región están siguiendo el camino correcto para aumentar sus ventas alrededor del mundo.

Los nuevos mercados, como China, serán claves en los resultados de los próximos años y aunque la tónica general a nivel mundial es la lógica

eliminación de barreras al comercio, tensiones políticas como las que se viven entre Estados Unidos y China o entre la Unión Europea y Estados Unidos en materias de alimentación pueden hacer daño al sector y a su senda de crecimiento.



**Figura 14.** “Evolución de las exportaciones de vino de Castilla y León por DOP, 2015”.

Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino. Elaboración: Juste, 2017.

## 6. Consideraciones finales

Para finalizar este trabajo, se exponen las siguientes conclusiones y consideraciones en referencia al análisis que se ha realizado:

- La industria del vino es uno de los subsectores claves dentro de la industria agroalimentaria española tanto en términos de empleo como en facturación y tanto por su crecimiento en los últimos años como por su valor cultural.
- En Castilla y León, donde la agricultura tiene un peso muy importante, la industria vitivinícola es aún más esencial para el devenir de la región y para su tejido empresarial.
- Las industrias vinícolas de España y Castilla y León comparten una serie de rasgos básicos: gran extensión geográfica del viñedo; elevada producción, sujeta a importantes variaciones anuales, ampliamente



condicionadas por el clima; fuerte concentración territorial; débil consumo interno, intensificado con la crisis, y más acusado en Castilla y León, que impone el reto de captar nichos de mercado en segmentos de población distintos de los consumidores tradicionales; minifundismo empresarial, que dificulta una mayor visibilidad en los mercados, a fin de compensar la caída en el consumo nacional; impulso exportador, manifiestamente mejorable en la región, donde aparece ligado a la venta de vinos de calidad a precios medios superiores a los de casi todas las CC.AA.

- Para luchar contra el bajo y decreciente consumo interno es necesaria una cada vez mayor exportación, pero para que los vinos nacionales y regionales sean competitivos se enfrentan a numerosos retos: mayor modernización, investigación, marketing, apoyo de las instituciones, relaciones internacionales inciertas, nuevos nichos de mercado...
- A pesar de que existen muchos retos para los vinos de la región, año tras año las exportaciones aumentan tanto en volumen como en ingresos, algo que está motivado por la calidad de los vinos y el relativamente elevado precio del litro de vino en el exterior.

## 7. Referencias Bibliográficas/Web grafía

Abad, J. M. (2018). *“El vino en el mundo: Italia el que más produce, España el que más vende y Estados Unidos donde se lo beben”*. Madrid, España: El País. Recuperado de [https://elpais.com/economia/2018/04/26/actualidad/1524755902\\_232432.html](https://elpais.com/economia/2018/04/26/actualidad/1524755902_232432.html)

Del Campo, S. G. (2019). *“Castilla y León lidera el crecimiento en la exportación de vinos de calidad”*. Valladolid, España: Diario de Valladolid. Recuperado de [http://www.diariodevalladolid.es/noticias/valladolid/castilla-leon-lidera-crecimiento-exportacion-vinos-calidad\\_139291.html](http://www.diariodevalladolid.es/noticias/valladolid/castilla-leon-lidera-crecimiento-exportacion-vinos-calidad_139291.html).

El Economista (2018). *“Castilla y León impulsa la exportación de vinos con ayudas para promoción en terceros países”*. Valladolid, España: elEspañol. Recuperado de [https://www.eleconomista.es/castilla\\_y\\_leon/noticias/9592536/](https://www.eleconomista.es/castilla_y_leon/noticias/9592536/)

12/18/Castilla-y-Leon-impulsa-la-exportacion-de-vinos-con-ayudas-para-promo-  
cion-en-terceros-paises-.html.

Falcó, C. (1999). *“Entender de vino”*. Círculo de Lectores. Barcelona, España: Ediciones Martínez Roca.

Fernández, E. y Pinilla, V. (2014). *“Historia económica del vino es España (1850-2000)”*. En Compés, R. y Castillo, J. S. (coord.): La economía del vino en España y en el mundo, Págs. 67-98. Almería, España: Cajamar Caja Rural.

González, D. L. (2018). *“Los vinos de Castilla y León aumentan su cuota de mercado un 26% y ganan valor”*. Ponferrada, España: ABC. Recuperado de [https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-vinos-castilla-y-leon-aumentan-cuota-mercado-26-por-ciento-y-ganan-valor-201806051032\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-vinos-castilla-y-leon-aumentan-cuota-mercado-26-por-ciento-y-ganan-valor-201806051032_noticia.html)

Gutiérrez, S. (2018). *“Crece el 2.8% las exportaciones de vino en Castilla y León y el sector confía en cerrar un año record”*. Valladolid, España: El Norte de Castilla. Recuperado de <https://www.elnortedecastilla.es/castillayleon/crecen-exportaciones-vino-20181215202837-nt.html>

Juste, J. J. (2017). *“Producción y exportación de vino en España: El caso de Castilla y León”*. Estudios de Economía Aplicada, Vol. 35-1, Págs. 153-188. Valladolid, España: Universidad de Valladolid.

Lago, J. A. (2016). *“El gasto en vino”*. Boletín de Investigación de Constanza Business & Protocol School, Documento N°1/2016.

Langreo, A. y Castillo, J. S. (2014). *“Estructura, organización y modelos empresariales en el sector”*. En Compés, R. y Castillo, J. S. (coord.): La economía del vino en España y en el mundo, Págs. 141-174. Almería, España: Cajamar Caja Rural.

Lázaro, J. (2019). *“Los vinos de Castilla y León facturaron en 2018 por primera vez más de 1.000 millones y exportaron 200 millones”*. El Bierzo, España: InfoBierzo. Recuperado de <https://www.infobierzo.com/los-vinos-de->

castilla-y-leon-facturaron-en-2018-por-primera-vez-mas-de-1-000-millones-y-exportaron-200-millones/446210/.

MAPAMA (varios años). *“Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español”*. Madrid, España: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

MAPAMA (varios años). *“Avances mensuales de superficies y producciones agrícolas”*. Madrid, España: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

MAPAMA (varios años). *“La Alimentación Mes a Mes”*. Madrid, España: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

MAPAMA (varios años). *“Informe del consumo de alimentos en España”*. Madrid, España: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

Martín, P. A. y Callejo, M. J. (2017). Estudio del Sector dentro de *“Diseño y dimensionamiento de línea para 500 kg de harina/día de pan artesano ecológico en el término municipal de Muñana (Ávila)”*. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos. Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid.

Martín, P. A. y Litago, J. J. (2018). *“Modelos econométricos y de predicción del consumo alimentario en los hogares españoles”*. ETSIAAB. Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid.

MSC (2001). *“La estructura del consumo en España”*. Instituto Nacional del Consumo (INC). Madrid, España: Ministerio de Sanidad y Consumo.

Recetum (2017). *“Listado de países del mundo con mayor superficie de viñedo”* (Actualización del 2017). Revista Digital de Enoturismo, Vinos y Gastronomía. Recuperado de <http://www.recetum.com/vinos/actualizamos-listado-paises-del-mundo-mayor-superficie-vinedo/>.

Salamanca Al Día (2018). *“Las exportaciones de vino de Castilla y León crecen casi el 80% en la última década”*. Salamanca, España:

SalamancaAIDía.es. Recuperado de <https://salamancartvaldia.es/not/175144/exportaciones-vino-castilla-leon-crecen-casi-80-ultima-decada/>

Salamanca Al Día (2018). *“La exportación de vino con DO de Castilla y León supera los 215 millones”*. Salamanca, España: SalamancaAIDía.es. Recuperado de <https://salamancartvaldia.es/not/181501/exportacion-vinos-do-castilla-leon-supera-215-millones/>.

Sánchez, J. L. (2014). *“El valor social y territorial del vino en España”*. En Compés, R. y Castillo, J. S. (coord.): *La economía del vino en España y en el mundo*, Págs. 67-98. Almería, España: Cajamar Caja Rural.

TecnoVino (2015). *“Costa de Marfil, el primer mercado africano para los vinos españoles en volumen”*. Recuperado de <https://www.tecnovino.com/costa-de-marfil-el-primer-mercado-africano-para-los-vinos-espanoles-en-volumen/>

Unwin, T. (2001). *“El vino y la viña. Geografía histórica de la viticultura y el comercio del vino”*. Barcelona, España: Tusquets.

## Anexo: Tablas Buys-Ballot

### Consumo CAL

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	TOTAL	MEDIA	DESV. TIP.
1987	0,16	0,14	0,13	0,13	0,10	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,13	0,26	1,75	0,15	0,04
1988	0,10	0,08	0,12	0,09	0,10	0,10	0,11	0,10	0,10	0,14	0,13	0,28	1,43	0,12	0,05
1989	0,09	0,07	0,08	0,08	0,09	0,09	0,07	0,06	0,08	0,08	0,09	0,30	1,17	0,10	0,06
1990	0,13	0,11	0,13	0,12	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,12	0,33	1,47	0,12	0,06
1991	0,11	0,09	0,11	0,09	0,09	0,07	0,06	0,09	0,11	0,09	0,09	0,28	1,28	0,11	0,06
1992	0,09	0,06	0,07	0,07	0,06	0,08	0,09	0,12	0,11	0,08	0,08	0,25	1,16	0,10	0,05
1993	0,13	0,11	0,13	0,13	0,12	0,10	0,11	0,15	0,10	0,13	0,10	0,24	1,54	0,13	0,04
1994	0,12	0,12	0,14	0,13	0,11	0,14	0,12	0,15	0,12	0,14	0,15	0,26	1,70	0,14	0,04
1995	0,10	0,12	0,14	0,12	0,14	0,10	0,12	0,12	0,12	0,13	0,12	0,26	1,59	0,13	0,04
1996	0,10	0,08	0,09	0,10	0,11	0,13	0,15	0,12	0,14	0,16	0,16	0,52	1,86	0,16	0,11
1997	0,19	0,13	0,15	0,15	0,15	0,12	0,14	0,15	0,15	0,17	0,17	0,53	2,20	0,18	0,11
1998	0,17	0,12	0,13	0,14	0,16	0,15	0,14	0,15	0,14	0,18	0,19	0,49	2,15	0,18	0,10
1999	0,17	0,13	0,15	0,14	0,14	0,16	0,15	0,13	0,14	0,15	0,16	0,40	2,03	0,17	0,07
2000	0,12	0,14	0,13	0,15	0,13	0,12	0,13	0,11	0,13	0,16	0,21	0,43	1,95	0,16	0,08
2001	0,13	0,13	0,15	0,18	0,15	0,13	0,15	0,13	0,15	0,17	0,16	0,45	2,09	0,17	0,08
2002	0,16	0,14	0,17	0,16	0,18	0,14	0,15	0,15	0,16	0,17	0,17	0,37	2,11	0,18	0,06
2003	0,14	0,17	0,18	0,17	0,19	0,15	0,15	0,15	0,16	0,18	0,15	0,37	2,16	0,18	0,06
2004	0,17	0,17	0,21	0,24	0,19	0,16	0,16	0,15	0,16	0,22	0,20	0,43	2,47	0,21	0,07
2005	0,19	0,19	0,21	0,21	0,21	0,18	0,17	0,17	0,21	0,23	0,21	0,42	2,59	0,22	0,06
2006	0,20	0,19	0,22	0,25	0,22	0,19	0,17	0,18	0,21	0,20	0,24	0,39	2,64	0,22	0,06
2007	0,21	0,19	0,25	0,28	0,24	0,20	0,20	0,20	0,21	0,26	0,27	0,47	2,98	0,25	0,07
2008	0,30	0,26	0,31	0,29	0,32	0,30	0,30	0,30	0,29	0,32	0,36	0,93	4,28	0,36	0,17
2009	0,35	0,29	0,32	0,36	0,32	0,32	0,30	0,28	0,30	0,38	0,40	0,94	4,55	0,38	0,17
2010	0,36	0,32	0,38	0,35	0,32	0,30	0,31	0,28	0,30	0,34	0,37	0,76	4,37	0,36	0,12
2011	0,36	0,30	0,35	0,33	0,31	0,29	0,30	0,31	0,31	0,35	0,39	0,77	4,37	0,36	0,13
2012	0,35	0,32	0,35	0,32	0,31	0,31	0,29	0,29	0,28	0,31	0,38	0,72	4,22	0,35	0,11
2013	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2014	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2015	0,00	0,00	0,32	0,32	0,29	0,27	0,27	0,25	0,29	0,34	0,35	0,70	3,41	0,28	0,17
2016	0,32	0,32	0,33	0,33	0,30	0,30	0,28	0,26	0,31	0,35	0,38	0,75	4,25	0,35	0,12
2017	0,32	0,30	0,35	0,32	0,28	0,29	0,28	0,27	0,29	0,30	0,34	0,65	3,98	0,33	0,10
<b>MEDIA</b>	0,17	0,15	0,19	0,19	0,17	0,17	0,16	0,16	0,17	0,19	0,20	0,45			
<b>DEV. TIP.</b>	0,10	0,09	0,10	0,10	0,09	0,09	0,09	0,08	0,09	0,10	0,11	0,23			

### Consumo MES

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	TOTAL	MEDIA	DESV. TIP.
1987	2,12	2,00	2,15	2,04	1,90	1,86	1,76	1,76	1,79	1,89	1,69	1,91	22,86	1,91	0,14
1988	1,51	1,34	1,40	1,57	1,61	1,58	1,59	1,47	1,48	1,49	1,53	1,50	18,07	1,51	0,08
1989	1,49	1,34	1,38	1,39	1,35	1,34	1,37	1,33	1,28	1,33	1,27	1,34	16,20	1,35	0,05
1990	1,24	1,15	1,25	1,20	1,16	1,09	1,08	1,14	1,11	1,32	1,22	1,38	14,33	1,19	0,09
1991	1,23	1,17	1,17	1,25	1,22	1,13	1,24	1,11	1,11	1,17	1,11	1,22	14,12	1,18	0,05
1992	1,09	1,18	1,11	1,06	1,04	1,07	1,03	1,03	0,96	1,07	1,02	1,10	12,75	1,06	0,05
1993	1,03	1,02	1,14	1,19	1,09	1,13	1,18	1,18	1,17	1,13	1,09	1,17	13,49	1,12	0,06
1994	0,98	0,91	1,15	0,89	0,85	1,05	1,10	0,96	0,99	0,94	0,96	0,96	11,74	0,98	0,08
1995	0,86	0,81	0,90	0,88	0,84	0,92	0,88	0,87	0,85	0,80	0,78	0,86	10,25	0,85	0,04
1996	0,85	0,84	0,86	0,82	0,95	0,90	1,05	1,08	0,97	1,36	1,05	0,96	11,69	0,97	0,14
1997	1,19	0,98	1,16	1,08	1,12	0,91	1,09	0,99	0,90	1,31	1,05	1,07	12,84	1,07	0,11
1998	1,06	0,90	1,07	1,08	1,04	1,06	1,06	0,97	1,13	1,47	0,92	1,02	12,79	1,07	0,14
1999	0,89	0,93	1,00	0,99	0,99	1,04	1,06	0,96	1,03	0,98	1,01	1,19	12,06	1,00	0,07
2000	0,81	0,85	0,97	0,93	0,93	0,90	0,89	0,84	0,94	0,91	1,08	1,21	11,27	0,94	0,11
2001	0,80	0,77	0,82	0,98	0,83	0,84	0,81	0,83	0,82	0,93	0,74	0,94	10,10	0,84	0,07
2002	0,72	0,72	0,85	0,87	0,79	0,82	0,81	0,78	0,81	0,82	0,69	0,91	9,60	0,80	0,06
2003	0,70	0,76	0,75	0,77	0,80	0,75	0,76	0,68	0,78	0,74	0,65	0,77	8,91	0,74	0,04
2004	0,60	0,54	0,64	0,71	0,67	0,66	0,69	0,57	0,70	0,62	0,62	0,81	7,83	0,65	0,07
2005	0,55	0,55	0,61	0,74	0,61	0,57	0,63	0,49	0,56	0,65	0,55	0,75	7,24	0,60	0,08
2006	0,55	0,55	0,57	0,63	0,63	0,59	0,56	0,50	0,56	0,59	0,54	0,60	6,89	0,57	0,04
2007	0,54	0,48	0,53	0,54	0,55	0,46	0,46	0,48	0,49	0,53	0,47	0,55	6,08	0,51	0,04
2008	0,45	0,43	0,48	0,41	0,42	0,41	0,42	0,41	0,41	0,48	0,44	0,55	5,31	0,44	0,04
2009	0,44	0,38	0,41	0,43	0,38	0,37	0,35	0,34	0,36	0,40	0,40	0,53	4,81	0,40	0,05
2010	0,42	0,35	0,40	0,38	0,38	0,38	0,38	0,37	0,38	0,43	0,40	0,45	4,72	0,39	0,03
2011	0,36	0,38	0,42	0,37	0,35	0,32	0,34	0,39	0,39	0,42	0,40	0,47	4,61	0,38	0,04
2012	0,39	0,35	0,41	0,38	0,36	0,44	0,40	0,42	0,38	0,37	0,44	0,44	4,77	0,40	0,03
2013	0,37	0,43	0,41	0,39	0,39	0,38	0,40	0,36	0,37	0,37	0,37	0,42	4,65	0,39	0,02
2014	0,35	0,33	0,37	0,36	0,33	0,32	0,37	0,34	0,34	0,36	0,33	0,43	4,22	0,35	0,03
2015	0,31	0,33	0,34	0,30	0,35	0,37	0,33	0,29	0,30	0,37	0,36	0,41	4,05	0,34	0,03
2016	0,33	0,35	0,36	0,35	0,30	0,30	0,33	0,30	0,32	0,36	0,36	0,36	4,01	0,33	0,02
2017	0,30	0,28	0,34	0,30	0,31	0,29	0,35	0,29	0,29	0,30	0,35	0,35	3,76	0,31	0,03
<b>MEDIA</b>	0,79	0,75	0,82	0,82	0,79	0,78	0,80	0,76	0,77	0,83	0,77	0,86			
<b>DEV. TIP.</b>	0,43	0,39	0,41	0,41	0,40	0,39	0,39	0,39	0,38	0,42	0,37	0,38			

### Consumo VINO TOTAL

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	TOTAL	MEDIA	DEV. TIP.
1987	2,28	2,15	2,28	2,17	2,00	2,00	1,90	1,90	1,93	2,03	1,82	2,16	24,61	2,05	0,15
1988	1,61	1,42	1,52	1,66	1,71	1,68	1,69	1,57	1,58	1,62	1,65	1,78	19,49	1,62	0,09
1989	1,58	1,41	1,46	1,47	1,43	1,43	1,44	1,39	1,36	1,41	1,36	1,64	17,37	1,45	0,08
1990	1,37	1,26	1,38	1,31	1,25	1,18	1,17	1,24	1,20	1,41	1,34	1,71	15,80	1,32	0,14
1991	1,34	1,27	1,27	1,34	1,31	1,20	1,30	1,20	1,22	1,25	1,20	1,51	15,39	1,28	0,08
1992	1,17	1,23	1,18	1,13	1,10	1,15	1,12	1,15	1,07	1,15	1,10	1,36	13,91	1,16	0,07
1993	1,15	1,12	1,27	1,32	1,21	1,23	1,29	1,32	1,27	1,26	1,19	1,41	15,03	1,25	0,08
1994	1,10	1,03	1,29	1,02	0,96	1,19	1,22	1,11	1,11	1,08	1,11	1,22	13,44	1,12	0,09
1995	0,96	0,93	1,04	1,00	0,98	1,02	1,00	0,99	0,97	0,93	0,90	1,12	11,84	0,99	0,06
1996	0,95	0,92	0,95	0,92	1,06	1,03	1,20	1,20	1,11	1,52	1,21	1,48	13,55	1,13	0,20
1997	1,38	1,11	1,31	1,23	1,27	1,03	1,23	1,14	1,05	1,48	1,22	1,60	15,04	1,25	0,16
1998	1,24	1,02	1,20	1,21	1,20	1,21	1,21	1,11	1,27	1,65	1,11	1,51	14,94	1,25	0,17
1999	1,06	1,06	1,15	1,13	1,13	1,20	1,21	1,09	1,17	1,13	1,17	1,59	14,08	1,17	0,13
2000	0,93	0,99	1,10	1,08	1,06	1,02	1,02	0,95	1,07	1,07	1,29	1,65	13,22	1,10	0,19
2001	0,93	0,89	0,97	1,16	0,98	0,97	0,96	0,96	0,97	1,10	0,90	1,39	12,19	1,02	0,13
2002	0,88	0,86	1,02	1,03	0,97	0,96	0,96	0,93	0,96	0,99	0,86	1,28	11,71	0,98	0,11
2003	0,85	0,93	0,92	0,94	0,99	0,91	0,91	0,83	0,94	0,92	0,81	1,14	11,07	0,92	0,08
2004	0,77	0,71	0,85	0,95	0,86	0,82	0,85	0,72	0,86	0,84	0,82	1,24	10,30	0,86	0,13
2005	0,74	0,74	0,82	0,95	0,82	0,75	0,80	0,66	0,77	0,87	0,76	1,16	9,83	0,82	0,13
2006	0,76	0,74	0,79	0,88	0,85	0,78	0,74	0,68	0,77	0,79	0,78	0,99	9,53	0,79	0,08
2007	0,75	0,67	0,78	0,82	0,79	0,67	0,66	0,67	0,71	0,79	0,73	1,03	9,06	0,76	0,10
2008	0,75	0,69	0,79	0,70	0,74	0,72	0,72	0,70	0,70	0,80	0,80	1,47	9,59	0,80	0,21
2009	0,79	0,68	0,74	0,78	0,70	0,69	0,65	0,62	0,67	0,78	0,80	1,47	9,35	0,78	0,22
2010	0,79	0,67	0,78	0,73	0,71	0,67	0,69	0,65	0,68	0,76	0,76	1,20	9,10	0,76	0,14
2011	0,72	0,69	0,77	0,70	0,66	0,61	0,64	0,70	0,70	0,77	0,79	1,25	8,98	0,75	0,16
2012	0,74	0,67	0,75	0,70	0,67	0,75	0,69	0,71	0,66	0,68	0,81	1,15	9,00	0,75	0,13
2013	0,37	0,43	0,41	0,39	0,39	0,38	0,40	0,36	0,37	0,37	0,37	0,42	4,65	0,39	0,02
2014	0,35	0,33	0,37	0,36	0,33	0,32	0,37	0,34	0,34	0,36	0,33	0,43	4,22	0,35	0,03
2015	0,31	0,33	0,66	0,62	0,64	0,64	0,60	0,53	0,59	0,71	0,72	1,11	7,46	0,62	0,19
2016	0,65	0,67	0,69	0,69	0,61	0,60	0,61	0,56	0,63	0,71	0,74	1,12	8,26	0,69	0,14
2017	0,62	0,58	0,69	0,62	0,59	0,57	0,63	0,56	0,58	0,60	0,69	1,00	7,74	0,65	0,12
MEDIA	0,96	0,91	1,01	1,00	0,97	0,95	0,96	0,92	0,94	1,03	0,97	1,31			
DEV. TIP.	0,40	0,36	0,37	0,36	0,35	0,36	0,35	0,35	0,34	0,38	0,32	0,35			