

# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“La estructura competitiva del sector vinícola español  
en el mercado internacional”**

**IVÁN LUCAS SÁNCHEZ**

**FACULTAD DE COMERCIO  
VALLADOLID, junio 2023**





# **UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

## **GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2022/2023

### **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“La estructura competitiva del sector vinícola español en el  
mercado internacional”**

**Trabajo presentado por: Iván Lucas Sánchez**

Firma:

**Tutor: David Pérez Román**

Firma:

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, junio, 2023



# Índice

Resumen: .....	9
1 Introducción.....	11
2 Historia.....	13
2.1 Edad Antigua .....	13
2.2 Edad Media.....	14
2.3 Crisis del sector. La filoxera .....	14
3 El producto.....	16
3.1 La vid .....	16
3.2 La uva.....	17
3.3 Elaboración del producto .....	18
4 Tipos de vino .....	20
4.1 Clasificación General .....	20
4.2 Clasificación por edad .....	20
4.3 Clasificación por dulzor .....	22
4.4 Denominaciones de Origen .....	22
5 Economía y vino .....	25
5.1 Análisis Mundial .....	25
5.1.1 Exportaciones.....	25
5.1.2 Importaciones .....	27
5.1.3 Contexto actual .....	28
5.2 Análisis España .....	28
5.2.1 Superficie .....	29
5.2.2 Producción .....	30
5.2.3 Empresas más importantes.....	31
5.2.4 Importaciones .....	32
5.2.5 Exportaciones.....	32
5.2.6 Exportación Castilla y León .....	42
5.2.7 Exportación Castilla- La Mancha .....	43
5.2.8 Exportación La Rioja .....	45
5.2.9 Viñedos ecológicos.....	47
6 Análisis estratégico del sector .....	48
6.1 Perfil del consumidor .....	48
6.2 Análisis DAFO.....	48
6.2.1 Debilidades.....	48
6.2.2 Amenazas .....	48
6.2.3 Fortalezas .....	49
6.2.4 Oportunidades .....	49

6.3	Identificación de las fuerzas motrices .....	49
6.4	Evaluación de las fuerzas competitivas (modelo de M. Porter).....	50
6.4.1	Naturaleza de la rivalidad .....	50
6.4.2	Entrada de nuevos competidores .....	50
6.4.3	Poder de proveedores.....	51
6.4.4	Poder de clientes.....	51
6.4.5	Amenaza de productos sustitutos.....	52
7	Conclusiones .....	53
8	Bibliografía .....	54

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Etiquetas utilizadas en la denominación de origen Ribera de Duero .....	22
Ilustración 2: Producción campaña 2022/23 por tipo de calificación .....	24
Ilustración 3: Producción mundial de vino 2000-2022 (en millones de hl).....	25
Ilustración 4: Exportación mundial de vino 2001-2022 (en miles de millones de €) .....	26
Ilustración 5: Principales exportadores en valor 2022 .....	27
Ilustración 6: Principales mercados en valor (millones de €).....	28
Ilustración 7: Principales países productores de vino en 2022 (millones de hl) ....	30
Ilustración 8: Empresas del sector vinícola con mayor facturación en España 2019 (en millones de €) .....	31
Ilustración 9: EXP, IMP y Saldo Comercial de vino en España, desde 2010 .....	33
Ilustración 10: EXP en volumen de vino en España desde, 2010 .....	34
Ilustración 11: Evolución del precio medio de exportación de vino en España, desde 2010.....	34
Ilustración 12: Evolución de la exportación valor de vino por CCAA, desde 2010	35
Ilustración 13: Evolución de la exportación volumen de vino por CCAA, desde 2010.....	36
Ilustración 14: Evolución del precio medio de exportación de vino por CCAA, desde 2010.....	37
Ilustración 15: Principales clientes en la exportación valor de vino de España, desde 2010.....	39
Ilustración 16: Principales clientes en la exportación volumen de vino de España, desde 2010.....	40
Ilustración 17: Precio medio de la exportación de vino en España, desde 2010 ..	41
Ilustración 18: Principales clientes en la exportación valor de vino de Castilla y León, desde 2010.....	43
Ilustración 19: Principales clientes en la exportación valor de vino de Castilla-La Mancha, desde 2010 .....	45
Ilustración 20: Principales clientes en la exportación valor de vino de Castilla-La Mancha, desde 2010 .....	46

## Índice de Tablas

Tabla 1: Clasificación de los vinos según dulzor .....	22
Tabla 2: Precios medios de exportación de vino €/l. 2021-2022 .....	37



## Resumen:

Para el desarrollo del siguiente trabajo se ha llevado a cabo un análisis de la estructura comercial del vino en España y más concretamente en las CC.AA. de Castilla y León, Castilla-La Mancha y La Rioja elegidas como ejemplo de las diferentes estrategias en precio que pueden establecerse. Para ello, en primer lugar, se describen una serie de conceptos teóricos sobre el sector tales como historia, partes de la uva y de la vid, elaboración, clasificaciones y sistema regulador DOP, que sirvan de contexto para el posterior estudio del negocio vinícola de España en el mercado internacional desde el año 2010.

En segundo lugar, se han realizado una serie de modelos de análisis para ayudar a explicar la situación actual del sector vinícola en nuestro país.

Palabras claves: Exportación, importación, España, Sector vinícola, mercados internacionales, clientes, proveedores, precio medio, crecimiento, Castilla-La Mancha, Castilla y León y La Rioja.

## Abstract:

An analysis of the commercial structure of wine in Spain, more specifically in the CCAA of Castilla y León, Castilla-La Mancha and La Rioja chosen as an example of the pricing strategies has been developed during this project. Firstly, theoretical concepts regarding history, the variety of grapes, wine-making process and regulatory system of D.O. are described to put in context the following research related to the Spain's wine business in the international market since 2010.

Secondly, a series of analysis have been used to explain the current situation of the wine sector in Spain.

Keywords: Exports, imports, Spain, wine sector, international market, clients, suppliers, average price, growth Castilla-La Mancha, Castilla y León and La Rioja.



# 1 Introducción

El interés por conocer la evolución del sector vinícola en España durante los últimos años, así como su historia, elaboración, clasificaciones o sistema regulador han sido los motivos de esta elección, gracias a los cuales he podido acercarme un poco más al mundo del vino tanto con el desempeño de este trabajo fin de grado como con la realización al compás de las prácticas de empresa en una importante bodega de Valladolid.

El objetivo de este trabajo fin de grado es tratar de mostrar la actual situación del sector vinícola en España, así como su estructura comercial, yendo de lo general a lo concreto del análisis mundial al análisis por CC.AA.

La primera parte del estudio (apartados 2, 3 y 4) parte desde una perspectiva puramente descriptiva describiendo la historia, por qué el vino está tan arraigado a nuestra cultura occidental desde la época de los sumerios a la Edad Media, las partes de la uva y de la vid y cómo cada una de ellas puede influir en el proceso de la vinificación, las diferentes clasificaciones que pueden hacerse según criterios de elaboración, edad y dulzor, así como el sistema regulador DOP y su importancia para el éxito en la comercialización de vino en España.

Efectuado este sumario, en el apartado de análisis correspondientes a los puntos 5 y 6, dividiremos estos en tres bloques. En el primero de ellos, daré cifras a nivel mundial de manera general y actualizada sobre la superficie y producción mundial, histórico de exportaciones y principales proveedores, mercados en crecimiento y contexto actual. Con el objetivo de intentar explicar lo anteriormente mencionado se emplearán los informes del OEMV (Observatorio Español del Mercado del Vino) tales como: *Coyuntura vitivinícola mundial 2022. Principales exportadores mundiales de vino 2022. Principales importadores mundiales de vino 2022*. Para este bloque también se utilizó el informe del OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), *Estimación producción mundial de vino en 2022* además de los datos estadísticos de Statista.

En el segundo bloque pasaré a comentar el sector del vino también desde una perspectiva económica pero a nivel España; situación presente, empleo, inversiones y valor añadido, volumen, valor y precio medio de las exportaciones e importaciones y principales países clientes, todo ello comparándolo también con las cifras de otros competidores. Para concluir con este bloque llevaré a cabo una investigación para tratar de explicar por qué el vino español se comercializa con un precio tan bajo y las estrategias en exportación adoptadas por las diferentes comunidades autónomas, más

concretamente en los casos de Castilla- La Mancha, Castilla y León y La Rioja. Para la búsqueda de estas cifras se utilizarán los siguientes informes de la Secretaría de Estado de Comercio, del OEMV, *Superficie de viñedo de uva para vinificación en España 2022* del OIVE (Organización Interprofesional del Vino de España): *Estudio de costes de producción de uva para la elaboración de vinos en España*. Informe económico noviembre 2022. Además de los datos estadísticos de Statista y del estudio realizado por MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación), *Estadísticas de producción ecológica 2021*.

Finalmente se realizarán un estudio del entorno específico del propio sector vinícola español en la coyuntura socioeconómica del presente aplicando algunos conceptos de marketing sectorial como son: el estudio del perfil del consumidor, el análisis de las fuerzas motrices, el modelo de las 5 fuerzas competitivas de M. Porter y el análisis DAFO

## 2 Historia

El vino es un producto ancestral, intrínsecamente arraigado a la sociedad mediterránea desde el inicio de la civilización; prueba de ello son las más de 200 referencias que podemos encontrarnos en el antiguo testamento o el conjunto de dioses de Egipto Grecia y Roma dedicados al mismo.

### 2.1 Edad Antigua

La historia de la humanidad va unida de la mano de la historia del vino, como mínimo desde el neolítico, en el año 5.400 a. C, según los hallazgos arqueológicos encontrados en los montes Zagros, región que hoy ocupan Irak e Irán. El descubrimiento en cuestión se trata de una vasija de cerámica que contiene un residuo de color tinto, la cual constata la evidencia más antigua de la producción y consumo. (Vinetur, s. f.)

Su origen tan antiguo se debe entre otros factores a que la uva es la única fruta que retiene en su interior un inusual ácido denominado tartárico que favorece la acción de ciertas levaduras que transforman el azúcar en alcohol, además de presentar un muy buen rendimiento de producción y una alta capacidad adaptativa a inclemencias climáticas y diferentes suelos.

Hoy sabemos que en la edad antigua los egipcios cultivaban la vid a orillas del Nilo; considerado símbolo de estatus social de la aristocracia y empleado en ritos religiosos. Desde esta época, el vino ya se guardaba en ánforas durante varios años, gravando en ellas el nombre del productor, viñedo y el año correspondiente, teniendo más valor el vino viejo que el joven.

En la Grecia clásica también se empleaba el vino en ritos religiosos, funerarios y fiestas populares, además de asignarle una divinidad; “Dionisio” representado siempre con una copa en la mano . A los Griegos se les consideró los primeros expertos en vino por el desarrollo del cultivo y de la vinificación, además de propagar su consumo en todas las costas del mediterráneo.

Los verdaderos maestros vinícolas fueron los romanos al mejorar el modelo de elaboración realizando maceraciones con hierbas para proporcionarles aromas además de guardarlos en ánforas durante más de 15 años para su envejecimiento; convirtieron el vino en la bebida del pueblo, haciendo que estuviera presente en la vida cotidiana de todos los estratos sociales. También aceptan al dios griego del vino cambiándole el nombre a Baco y dan nombre a las diferentes variedades de uva. (Parra, s. f.)

## 2.2 Edad Media

Durante la Edad Media se dio una verdadera expansión del cultivo y consumo, debido al traspaso de la propiedad de la tierra a manos de la iglesia y la nobleza; de manera muy breve podíamos resumirla como una época larga y difícil llena de saqueos, terribles epidemias, y constantes guerras, donde el vino forma parte de la cultura cristiana que en estos momentos es enfrentada por el auge del mundo musulmán donde es prohibido su consumo.

En esos momentos, la elaboración queda en manos de reyes y abades que para proteger su cosecha de posibles saqueos, la almacenan dentro de sus iglesias y castillos mediante el uso de barricas de madera; así es como de manera casual aparecen las primeras bodegas. Prueba de la calidad y del buen hacer de estos monjes está en cómo muchas de las marcas de hoy definen su nombre comercial con el nombre de algún antiguo monasterio (Abadía Retuerta Abadía de Poblet, Abadía de Acón...) o palabra en latín (Región del Priorat, Cillar de Silos, Pinna Fidelis, Pago de los Capellanes...). Desde estos momentos y hasta el día de hoy, los países de España, Italia y Francia se posicionan como los mayores exportadores a nivel de ventas y volumen. (TurismoDeVino, s. f.)

## 2.3 Crisis del sector. La filoxera

Las vides son unas plantas que necesitan muchos cuidados y precauciones, por ello a menudo están injertadas con otras especies para que además de buscar elementos muy concretos que le proporcionen un mayor valor al vino, sirvan para protegerla de plagas y enfermedades; en este caso cabe comentar uno de los sucesos de mayor crisis para el sector vinícola, como lo fue el de la filoxera, que acabó con los viñedos europeos del siglo XIX. (Gerra, 2021)

La filoxera es una especie de pulgón importado desde EE.UU. al traer otra variedad de vid norteamericana (Isabela) que combatiese a otra enfermedad "Oídio" que para ese momento atacaba las vides en Europa. La plaga pudo arrasarse fácilmente unos cinco millones de hectáreas de viñedos, pues estos no tenían resistencia genética alguna que las defendiese; aunque el insecto no participa de forma directa en la muerte de la planta, sí que facilita la entrada de otros hongos y bacterias que necrosan y pudren las raíces. (Bodegas Franco-Españolas, 2020).

Uno de los primeros brotes de filoxera que llegaron a la península fue el foco de Málaga en 1878, una década después más de 2 millones de hectáreas en Europa ya habían sido afectadas por la filoxera, desplomando la producción de 56 millones de

hectolitros en 1870 a 27 millones en 1895. Debido a la difícil orografía del terreno peninsular y a sus extensas mesetas y cadenas montañosas, hubo lugares donde el insecto afectó de forma más tardía, como por ejemplo en La Rioja donde los comerciantes franceses volvieron sus ojos y billetes con el objetivo de ampliar su mercado; hoy la existencia de muchas bodegas y denominaciones de origen se explican como consecuencia directa de aquella restructuración del campo y de la implantación de modelos de producción industriales de crianza en barricas, hasta entonces una costumbre casi anecdótica.

Como bien dice el refrán “no hay mal que por bien no venga”, pues gracias al desastre provocado por la filoxera en los viñedos franceses, dio como efecto el crecimiento de las exportaciones de vino españolas, además de un incremento sustancial de nuestra superficie de explotación vinícola.

1891 fue el último año de bonanza para las exportaciones españolas, pues los agricultores franceses ya habían dado con la solución, injertar las cepas europeas en pie de viñedos americanos, priorizando el cultivo de aquellas variedades de vid que fuesen más rentables y abandonando las que no. Francia para entonces comenzó a imponer fuertes aranceles para proteger su producto que lentamente se recuperaba. Para España ese año supuso una producción entre 9 y 11 millones de hectolitros de vino, tres años más tarde, fue de poco más de 2 millones, pues la filoxera ya se había abierto su propio camino en la península ibérica.

La solución fue radical pues prácticamente todos los viñedos del mundo a excepción de Chile o Canarias se arrancaron; una lucha la que duró más de un siglo y trajo consigo además de importantes consecuencias económicas, otras demográficas y paisajísticas. (Berciano & Santaolalla, 2021)

En España, con la década de los años ochenta llega el fin de la invasión y el inició de la revolución del vino a nivel mundial cuando deja de ser un alimento más para convertirse en un producto de consumo hedonista; durante los próximos 40 años se desarrollarán profundos y continuos cambios en el sector; nuevos perfiles, entrada en la PAC, I+D+I, normativa DOP...

Con este breve repaso a la historia, podemos afirmar que, a través del tiempo, el vino no solamente se ha convertido en un complemento más de la gastronomía, sino que forma parte de nuestra herencia cultural e idiosincrasia del pueblo español; por ello considero que como sociedad debemos de seguir apoyándola y transmitiéndola porque sin cultura no hay identidad.

## 3 El producto

Con el objetivo de entender mejor la estructura del sector vitivinícola y dar contexto al trabajo fin de grado, en este apartado intentaré definir de manera muy breve ciertos conceptos técnicos sobre la uva, la vid y el proceso de vinificación.

Para la búsqueda de información de este y el siguiente punto 4 utilizaré además de otras fuentes, la propia experiencia de las prácticas del grado realizadas en Cuatro Rayas, la bodega más grande de toda la DOP Rueda.

### 3.1 La vid

La importancia del viñedo para la elaboración de un vino excelente es aún mayor que la de la bodega, puesto que la calidad de este se verá condicionada en primer lugar por el perfecto estado sanitario de la planta, por una maduración homogénea y por una selección de los mejores racimos.

La vid “*Vitis vinífera*” es una planta trepadora, es decir, necesita trepar por los troncos de otros árboles para poder sostenerse; de hoja caduca, formada por un tallo corto pero leñoso y sarmientos; este arbusto de gran longevidad puede llegar a vivir hasta cien años para la alegría de sus agricultores. (Gerra, 2021)

#### **Partes de la vid**

- Raíz: Empezando por abajo, es la parte que aparece enterrada bajo la tierra (puede llegar alcanzar varios metros de profundidad).

- Tronco: Su altura depende de la poda (hasta los 2 metros); las plantas con más años suelen tener un tronco con tres brazos o ramas cortas, y es en esta parte donde se almacena las reservas.

- Brazos: O ramas, conducen el alimento por toda la vid.

- Pulgares: Es la parte desde la que nacen los sarmientos o pámpanos.

- Pámpanos: Son brotes verdes que salen cuando una yema se desarrolla, tienen su origen en la madera del año anterior y es la estructura que soporta los racimos; de los pámpanos brotan también las hojas.

- Yemas: En la parte opuesta de la hoja se forman las yemas, lugar donde brotarán las primeras hojas, racimos, zarcillos y nuevos pámpanos.

- Zarcillos: Son tallos que cumplen la función trepadora. (D.O. Utiel-Requena, 2018)

## 3.2 La uva

La uva es el fruto de la vid, esta se encuentra agrupada en racimos unidas a través de raspones o sarmientos. Existen unas 10.000 variedades, de las cuales las 13 más plantadas ocupan más de un tercio de la superficie total, entre las cuales destacan la Kyoho (365.000 ha), una uva de mesa cultivada principalmente en China, la Cabernet Sauvignon (340.000 ha), la Sultanina (300.000 ha), Merlot (266.000 ha), Tempranillo (231.000 ha) y Airén (218.000 ha) entre otras.

En los viñedos españoles podemos encontrarnos con cerca de 150 especies viníferas autóctonas, pero Airén y Tempranillo son las que suponen un mayor porcentaje (43.2%) de la superficie, seguidas por Bobal y Garnacha tinta (6.4% cada una). A pesar de ser considerada como una de las mejores variedades y ser la más cultivada internacionalmente, la Cabernet Sauvignon no representa un gran porcentaje de plantación (2.1%) compartiendo un 9º puesto con la Syrah. (TecnoVino, 2018)

Son vinos varietales los elaborados a partir de la mezcla de dos o más tipos de uva, donde los bodegueros buscan la originalidad de sus vinos como estrategia de diferenciación en un mercado cada vez más saturado, o también para aportarle un mayor equilibrio y complementariedad al gusto del consumidor. (Gerra, 2021)

### **Partes de la uva**

- Hollejo: O piel de la uva, por fuera contiene una sustancia cerosa llamada “purina” que sirve de barrera natural frente a parásitos y enfermedades, además es de donde se obtienen las levaduras necesarias para el proceso de fermentación. Por dentro posee los fenoles que le aportarán al vino los taninos y las características organolépticas propias de cada variedad de uva. (El Vino Sentido, s. f.-a; WineVictim, s. f.)

- Pulpa: Es el mosto o vino sin fermentar.

- Semillas: También forman parte de ese “hollejo”, que son separadas de la pulpa mediante prensado; siempre de manera cuidadosa para no romperlas y evitar que le den amargor al vino.

- Raspones: Se suelen eliminar con una máquina despalladora o también pueden mantenerse junto con los hollejos. Los hollejos se dejarán junto con el mosto durante la fermentación, más tarde en el proceso de filtrado se separarán, en este punto cada bodega decide hasta qué etapa forman parte del proceso de vinificación hollejos y raspones, ya que dependerá de la carga de aromas color y sabor que se le quiera otorgar al vino. (Gerra, 2021)

### 3.3 Elaboración del producto

El primer paso de la elaboración tiene lugar en la rica tierra vallisoletana de La Seca a mediados del mes de septiembre cuando ya se puede observar cómo nuestras uvas de variedades Verdejo, Palomino, Airén, Cabernet Sauvignon y Tempranillo adquieren un color realmente intenso y sus semillas comienzan a oscurecerse, es en este momento cuando la maduración del fruto encuentra el equilibrio perfecto entre dulzor y acidez.

Como peculiaridad de esta bodega y otras de la región, la recogida de la uva se lleva a cabo durante la noche para aprovechar las bajas temperaturas y evitar así la pérdida de aromas y oxidación del mosto. En esta cooperativa son nuestros socios agricultores los que se encargan de vendimiar de forma delicada racimo a racimo toda la cosecha, a continuación, las uvas procedentes del campo vienen en camión rápidamente hasta la bodega para extraer y potenciar sus mejores características.

En la entrada de nuestras instalaciones poseemos una sección donde todos los camiones son pesados en la báscula para así llevar un control más exacto y obrar de acuerdo con lo mandado por el consejo regulador.

Antes de su manipulación los trabajadores recogen una pequeña muestra de cada remolque para verificar algunos parámetros como la acidez, el contenido en azúcar, el grado Baumé o los polifenoles que determinarán el color y el sabor de nuestro licor (solo se aceptarán los cargamentos cuyos valores están dentro nuestros criterios).

Una vez comprobados los resultados, los racimos de uvas comienzan su recorrido por la fábrica, primeramente, unas palas rotatorias (despalilladora) se encargan de separar el incómodo raspón de las uvas, las cuales a través de una cinta transportadora son seleccionadas en función de su color y peso por un láser de última generación que filtra solamente aquellas uvas capaces de aportar las mejores características.

Ya metidos en pleno proceso de producción y con lo mejor de la zafra pasaremos a la siguiente sección donde una prensa neumática rompe lo suficiente la piel de la uva para que el mosto vaya saliendo a través de un manguito hacia el depósito donde tendrán lugar las fermentaciones; el hollejo y el resto de los taninos pasará más tarde a estos depósitos para darle el color y el sabor deseado a los tintos de “tempranillo.”

Para ayudar a la primera fermentación (alcohólica) le añadimos levadura a los depósitos, estos microorganismos son los encargados de convertir el azúcar propio del mosto en alcohol a través de sus excreciones. Esta fase necesita el control y la

supervisión constante por parte de nuestros operarios ya que produce gas carbónico y la temperatura dentro del depósito no puede en ningún caso superar los 24 grados.

Para la segunda fermentación (maloláctica), el ácido málico se convierte a ácido láctico por medio de las bacterias lácticas. La primera fermentación aporta cuerpo y estructura al vino y en la segunda corregir la acidez y refina los sabores.

Las pieles y el resto de los taninos (hollejos) se filtran para separarlos del mosto, estos se van acumulando y son reutilizados por la industria agrícola como abono. Después de las dos fermentaciones y el posterior filtrado, otro de los puntos de mayor importancia en la elaboración es el proceso de envejecimiento o crianza, donde el vino es introducido en barricas de roble francés y americano para adquirir las notas aromáticas deseadas. Durante la estancia en la barrica se producen una serie de procesos fisicoquímicos, al mismo tiempo que la porosidad de la madera permite además la microoxigenación del vino.

En paralelo a la crianza del vino en barrica se realizan dos trabajos adicionales que permitirán eliminar las impurezas y sedimentos que los diferentes vinos arrastran desde las fermentaciones. Estamos hablando del trasiego y el clarificado, el primero de ellos consiste en el cambio de barrica y el lavado de esta; el segundo es una filtración a partir de sustancias orgánicas que arrastran las impurezas suspendidas en el vino hacia el fondo de la barrica.

La segunda parte del período de crianza tiene lugar en la botella, donde el vino evoluciona y asimila el oxígeno que se introduce en ella. Esta fase es realizada por nuestra máquina embotelladora que hace el trabajo hoy de cientos de personas ayer, ya que es capaz de embotellar 5.000 botellas por hora.

Este es nuestro proceso de elaboración desde hace más de 3 generaciones, posible gracias al esfuerzo y a la constancia diaria de todo nuestro equipo.

## 4 Tipos de vino

Existen diferentes clasificaciones para los vinos, pero nos centraremos en detallar las 3 más prácticas y comunes en España.

### 4.1 Clasificación General

Es la más usada e importante, clasifica los vinos según su elaboración abarcando todos los tipos posibles.

#### a) Vinos tranquilos

Contenido alcohólico entre 9° y 14.5°. Pueden ser según su color

- i. Tinto: Es el obtenido a partir de uvas tintas. No se les separa de los hollejos, los cuales se les deja macerar con la pulpa, las semillas y los raspones para que le aporten además del color tinto, aromas, intensidad y cuerpo.
- ii. Rosado o Clarete: Es el obtenido a partir mosto de uvas blancas y hollejos de uvas negras que se le añaden en el proceso de maceración para añadirle ese característico color rosa.
- iii. Blanco: Es el obtenido en ausencia de hollejos a partir de uvas blancas por lo general o uvas tintas también, aunque es menos frecuente.

#### b) Vinos especiales

- i. Espumoso: Son vinos que contienen gas carbónico (burbujas) de manera natural debido a una segunda fermentación. Para su elaboración debe tener como mínimo un período de 90 días. El cava en España y el Champagne en Francia son ejemplos de estos vinos.
- ii. Gasificado: Son vinos a los que se les añade gas artificialmente.
- iii. De aguja: Puede ser natural o no. es el que, al embotellarse conserva parte del anhídrido carbónico de la fermentación de los azúcares propios o añadidos, y cual al ser abierto desprende lentamente burbujas sin llegar a formar espuma. Su procedimiento de elaboración es similar al del cava; pero la segunda fermentación no se hace en la misma botella, sino que se hace previamente en un depósito y posteriormente se embotella.

#### c) Otros

Generosos, Licorosos, Olorosos, Dulces naturales, Mistelas o Derivados vínicos (Vinos aromatizados, Vermuts, Sangría, Aperitivos vínicos).

### 4.2 Clasificación por edad

Diferencia los vinos por sus períodos de reposo en bodega antes de salir al mercado. Esta clasificación varía según los Consejos Reguladores de las distintas Denominaciones de Origen, nosotros lo analizaremos desde la normativa prevista por la D.O. Ribera del Duero.

#### **a) Joven/ Cosecha**

Poca o ninguna crianza en madera, conservan mucho las características varietales de las uvas de las que proceden y su consumo ideal es entre 3 y 18 meses después de la vendimia.

Ribera del Duero considera vinos cosecha joven aquellos sin envejecimiento en barrica y cosecha roble/ barrica aquellos con un tiempo superior a tres meses en madera de roble.

#### **b) Crianza/ Noble**

Han pasado un mínimo de crianza entre madera y botella, desarrollan además de las características varietales otras características organolépticas propias debidas al período de maceración. Su consumo ideal está entre los 2 y 8 años (algunos hasta 20). Los vinos de crianza en su mayoría son tintos, aunque también hay algunos blancos y es raro encontrar rosados. A partir de esta categoría, las botellas deben permanecer en horizontal, ser selladas con corcho y almacenadas en un lugar lejos de la luz y sin paso de aire.

Los tintos Ribera de Duero requieren para esta categoría un tiempo de maduración de 24 meses, y que al menos 12 sean en roble. Para los blancos y claretes los períodos son de 18 y 6 meses.

#### **c) Reserva**

Siguiendo con el ejemplo de la clasificación de la D.O. Ribera del Duero los tintos reserva deben de tener un envejecimiento de 36 meses (3 años), 12 en barrica. Para los blancos y claretes los períodos son de 24 y 6 meses.

#### **d) Gran Reserva**

Por último, en la clasificación de vinos por edad, encontramos con los vinos gran reserva, los más prestigiosos y los de mayor tiempo de crianza.

Son tintos Ribera del Duero Gran Reserva aquellos con más de 60 meses (5 años) de maduración siendo los 24 (2 años) primeros como mínimo en barrica. En el caso de rosados y blancos los tiempos son de 48 meses (4 años) de envejecimiento al menos 6 en barrica. (CataTú, 2021)

Ilustración 1: Etiquetas utilizadas en la denominación de origen Ribera de Duero

ETIQUETAS		TINTOS	ROSADOS/CLARETES Y BLANCOS
	Envejecimiento mínimo Tiempo en barrica roble (<330l)	24 meses ≥12 meses	18 meses ≥6 meses
	Envejecimiento mínimo Tiempo en barrica roble (<330l) Resto del tiempo	36 meses ≥12 meses en botella	24 meses ≥6 meses en botella
	Envejecimiento mínimo Tiempo en barrica roble (<330l) Resto del tiempo	60 meses ≥24 meses en botella	48 meses ≥6 meses en botella
	Joven	Sin barrica	
	Roble/Barrica	≥3 meses en barrica de roble	
	Otros vinos	Otros vinos que no se ciñen a los parámetros de menciones tradicionales.	

Fuente: Elaboración propia, (Bodegas El Inicio, 2021).

### 4.3 Clasificación por dulzor

La cantidad de azúcar residual que tiene el producto terminado al embotellar determina el tipo de vino. Esta clasificación es usual en vinos generosos y espumosos. (Protocolo y Etiqueta, 2003)

Tabla 1: Clasificación de los vinos según dulzor

Clasificación	Gramos de azúcar residual por litro de vino
Seco	<5 g/L
Semiseco	5-15 g/L
Abocados	15-30 g/L
Extra seco	30-50 g/L
Seco	>50 g/L

Fuente: Elaboración propia, (Bodegas Vega Tolosa, 2021)

### 4.4 Denominaciones de Origen

La DO y demás calificaciones son marcas paraguas que agrupan a un colectivo de productores diferenciándolo del resto por su origen, clima, historia saber hacer... El sector del vino posee una producción muy fragmentada, en España existen 4133 bodegas, muchas de ellas pequeñas, es decir que por sí solas no tendrían mercado ni poder de negociación, por ello se someten a la DO o marca colectiva, beneficiándose

aquellas marcas con menor notoriedad siempre y cuando sus mensajes y calidad coincidan con los atributos exigidos por las DO.

La denominación de origen protegida DOP es un signo distintivo reconocido por la ley que identifica al producto con una región o comarca en concreto que garantiza oficialmente una procedencia de un área de producción delimitada y una elaboración controlada por una serie de parámetros de control y calidad muy estrictos definidos por el consejo regulador de cada zona.

El ámbito de aplicación es común al ámbito europeo, en España existen 97 denominaciones de origen protegidas entre las que se distribuyen en 68 DO, 19 vinos de pago, 2 DO Calificadas y 8 vinos de calidad. A continuación, comentaré las diferencias de cada una de las calificaciones.

La DO Calificada está reservada para las regiones que han embotellado toda su producción y han cumplido con los requisitos de calidad, durante un período de al menos 10 años. En España actualmente solo poseen esta categoría La Rioja desde el año 1991 y la zona del Priorat desde el 2000.

Para la certificación DO, se deben cumplir una serie de criterios como; la delimitación del área geográfica y de las variedades de uva permitidas, el rendimiento máximo por hectárea, controles analíticos y organolépticos, tiempos concretos de fermentación, crianza y guarda...

Un Pago es una denominación de origen que recibe una bodega cuando existen factores climáticos, culturales o edafológicos que hacen de su vino algo único. Si algún pago está dentro de una DO Calificada se le considerará Pago Calificado.

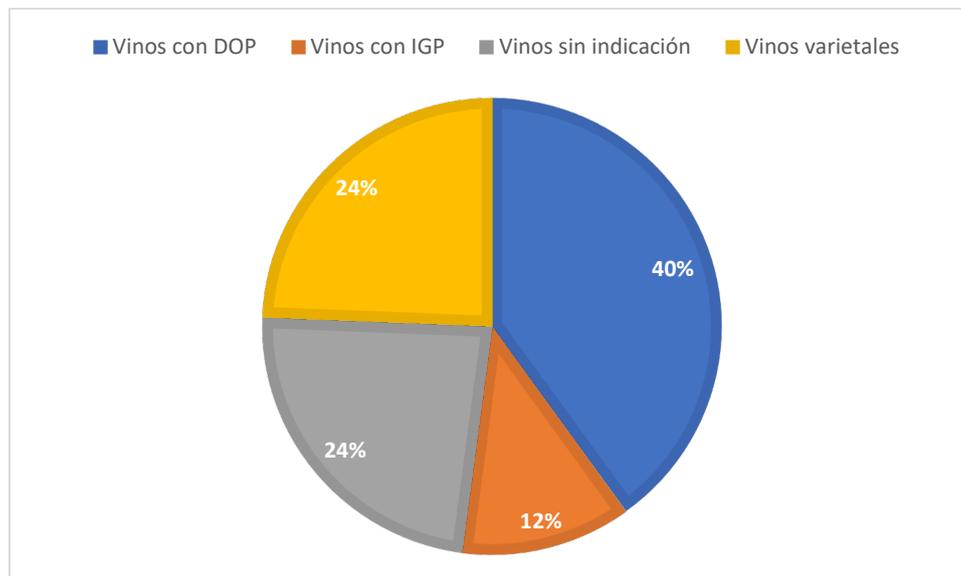
Los Vinos de Calidad VC, son los elaborados en una región determinada con uvas procedentes de los mismos, cuya calidad, reputación o características se deban al lugar en concreto o a su gente.

Otra garantía de calidad, aunque menor, es la Indicación Geográfica Protegida IGP, también identifica un producto con su origen, pero a diferencia de la DOP, su normativa no es tan exigente, pues solamente una de sus fases de producción se realiza en la región de origen. Los vinos con IGP se denominan Vinos de la Tierra bajo el etiquetado, seguidos por el nombre de la CCAA. En la última categoría están los vinos de mesa, estos no tienen por qué mencionar ni la procedencia, ni la variedad de uva ni tampoco la añada. (CataTú, 2016; El Vino Sentido, s. f.-b; Muy Sibarita, 2022)

Gracias a los datos del INFOVI podemos conocer con exactitud la producción por tipo de calificación y sus porcentajes. La producción total de uva en España para la

campaña de 2022/23 fue de 35,7 millones de hl; de los cuales 14,3 correspondieron a vinos con Denominación de Origen Protegida (40,1%), 8,7 a vinos varietales (24,4%), 8,4 a vinos sin ninguna indicación (23,5%) y 4,3 a vinos con Indicación Geográfica Protegida (12%). (OIVE, 2022)

*Ilustración 2: Producción campaña 2022/23 por tipo de calificación*



*Fuente: Elaboración propia, (OIVE, 2022)*

## 5 Economía y vino

### 5.1 Análisis Mundial

La superficie mundial dedicada al vino en 2022 es de 7,3 millones de ha -0,4% respecto a 2021; siendo España la primera con 932 mil ha (12,8%), seguida por Francia con 812, China 785, Italia 718, Turquía 410, EE. UU. 390, Argentina 207, Chile 196 y Portugal 193. (Orús, 2023a)

La producción de vino se mantiene sobre los 260 millones de hectolitros y su consumo sobre los 236 millones de hl. Asimismo, cabe destacar que las exportaciones mundiales de vino han crecido más del 55% durante la última década acompañada también de un aumento del precio medio en un 31%.(OEMV, 2022; TecnoVino, 2023)

En 2022 los países de mayor producción vinícola fueron; en primer lugar Italia con 49,8 millones de hl, seguida por Francia con 45,6, España 35,7 (13,6%), EEUU 22,4, Australia 12,7, Chile 12,4, Argentina 11,5, Sudáfrica 10,2 y Alemania 8,9. (Orús, 2023b)

Ilustración 3: Producción mundial de vino 2000-2022 (en millones de hl)

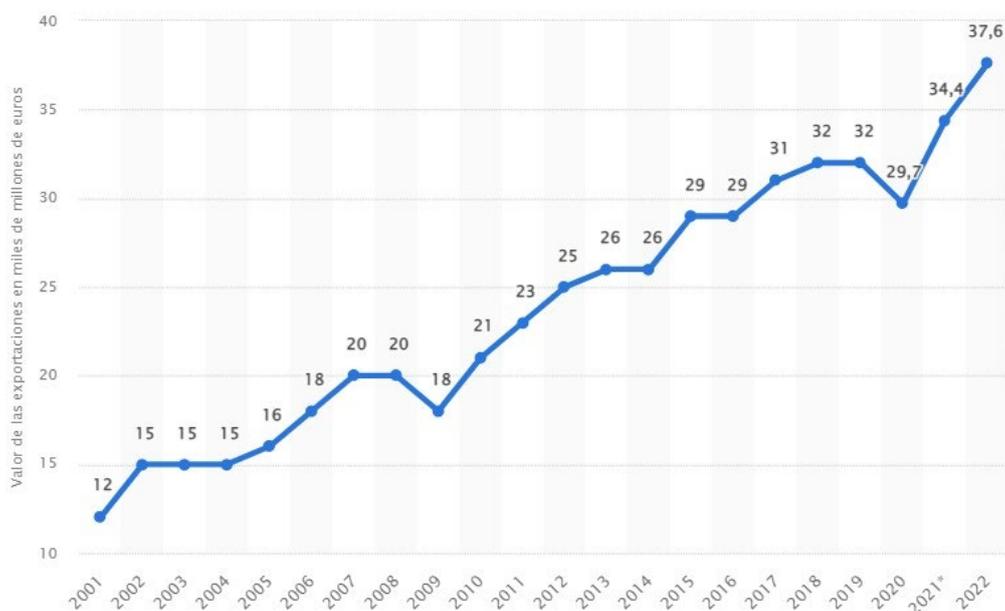


Fuente: (OIV, 2022)

#### 5.1.1 Exportaciones

El comercio mundial de vino sigue creciendo en el mundo y lo hace más en valor que en volumen, es decir, aunque el consumo sea menor que en el pasado al consumir a un mayor precio, la cifra de ventas no solo se mantiene, sino que aumenta. En 2022 se exportaron 105 millones de hl (-4,2%), unos 37.676,2 millones de euros (+9,3%), de los cuales el 86,3% del total pertenece a los 11 países que aparecen representados a continuación. (OEMV, 2023a)

Ilustración 4: Exportación mundial de vino 2001-2022 (en miles de millones de €)



Fuente: (Orús, 2023e)

En referencia al comercio exterior en términos de valor Francia sigue siendo líder en facturación con 12.292 millones de € (+10,8%), seguido por el país transalpino con 7.872 (+9,8%) y España como tercero con 3.024 (+2,1%); juntos representan el 61,5% de la cifra de ventas. A pesar de que tradicionalmente el mercado internacional del vino se había repartido entre estos tres, la presencia y asentamiento de nuevos países competidores es ya una realidad, como por ejemplo, Chile que actualmente es el mayor productor y exportador de vino de toda Latinoamérica con 12,4 millones de hl y 1.820 millones de € (9,3%) o EE.UU. con 1.393 (+11,8%), Australia 1.382 (+2,2%), Nueva Zelanda 1.349 (+15,8%) o Argentina 752 (7,4%). (OEMV, 2023a; Orús, 2023b)

Ilustración 5: Principales exportadores en valor 2022



Fuente: (OEMV, 2023a)

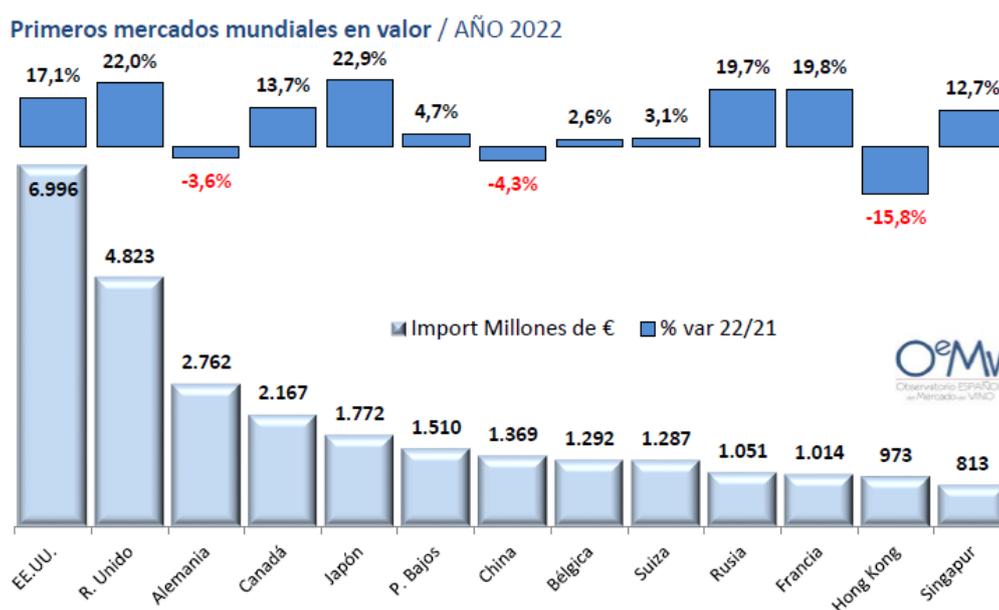
En las exportaciones volumen 2022 Italia dio la sorpresa sustituyendo a nuestro país como principal proveedor de vino en el mundo con unas ventas de 21,9 millones de hl (-0,6%); seguido por España 21,22 (-10,5%), Francia 13,98 (-4,5%), Chile 8,32 (-4%), Australia 6,40 (+1,3%), Sudáfrica 4,35 (-3,7%), Alemania 3,48 (-5,7%), Portugal 3,27 (-0,7%), Nueva Zelanda 2,96 (+6%) y EE. UU. con 2,79 (-14,7%). (OEMV, 2023a)

Por tipo de vino, el 67,5% de la exportación valor fue para vino envasado equivalente a 55,58 millones de hl, el 23,4% vino espumoso unos 11,19, el 7% vino a granel unos 33,67 y el 1,9% Bag in Box unos 3,76.

### 5.1.2 Importaciones

Según el informe sobre las importaciones de vino en el mundo 2022 elaborado por el OEMV, EE.UU con una cifra de compras de 6.996 millones de € (+17,1%) superó a Alemania 2.762 (-3,6%) como primer mercado del mundo tanto en volumen como en valor, descendiendo este hasta la tercera posición del ranking. Reino Unido aparecería como segundo con 4.823 (+22%), siendo la suma de los tres principales 14.581 (38,7%). Destacan con respecto al ejercicio del año anterior el incremento de las importaciones de; Japón 1.772 millones de € (+22,9%), Francia 1.014 (+19,8%), Rusia 1.051 (+19,7%) y Canadá 2.167 (+13,7%). (OEMV, 2023b)

Ilustración 6: Principales mercados en valor (millones de €)



Fuente: (OEMV, 2023b)

Por otra parte, en las importaciones volumen 2022 EE.UU. lidera la tabla con 14,37 millones de hl (+3,3%), seguido de cerca por Alemania 13,58 (-8,6%), Reino Unido 13 (-1,6%), Francia 6,27 (+3,5%), Países Bajos 4,86 (-1,2%), Canadá 4,18 (-0,3%), Rusia 3,79 (+14,2%) y China 3,37 (-20,6%). (OEMV, 2023b)

### 5.1.3 Contexto actual

En este último año 2022 podemos observar un primer semestre que parecía estar recuperado de la crisis económica que la pandemia nos dejó, pero que sin embargo terminó resultando un período de gran incertidumbre comercial debido a la invasión militar de Rusia a Ucrania, el encarecimiento de la energía y a la crisis del transporte y de los suministros; factores que nos han traído hacia un contexto de fuerte inflación y alza de los precios que justifica aún más la tendencia de un mayor crecimiento en valor que en volumen. Según los datos del informe del OEMV estaríamos ante la mayor cifra de ventas de vino de la historia, 37.676,2 millones de euros, un 9,3% de aumento al subir el precio medio un 14%, de 3,00 a 3,60 euros. (OEMV, 2023a)

## 5.2 Análisis España

En España el vino no solo una es una parte importante de la sociedad y cultura, pues como se detalla a continuación también lo es para nuestra economía. Ya que generan un Valor Añadido Bruto (VAB) total superior a los 23.700 millones de euros anuales, equivalentes al 2,2% del PIB total español, es decir, que por cada euro invertido se generarán 1,75 €.

Gracias al vino se generan y mantienen 427.700 puestos de trabajo, de los cuales pertenecen un 12% a la viticultura, un 27% a la elaboración y crianza de vino y un 61% a su comercialización. El sector vinícola está presente en cada una de las 17 CCAA y representa un 2.4% del empleo total en tareas de bodega, campo, industria auxiliar, hostelería y enoturismo; muchos de ellos ubicados en pueblos del centro peninsular, por tanto, este es un sector clave en la lucha contra el despoblamiento rural de la España vaciada y el relevo generacional en las labores de campo.(Federación Española del Vino, 2021; Vinetur, 2020)

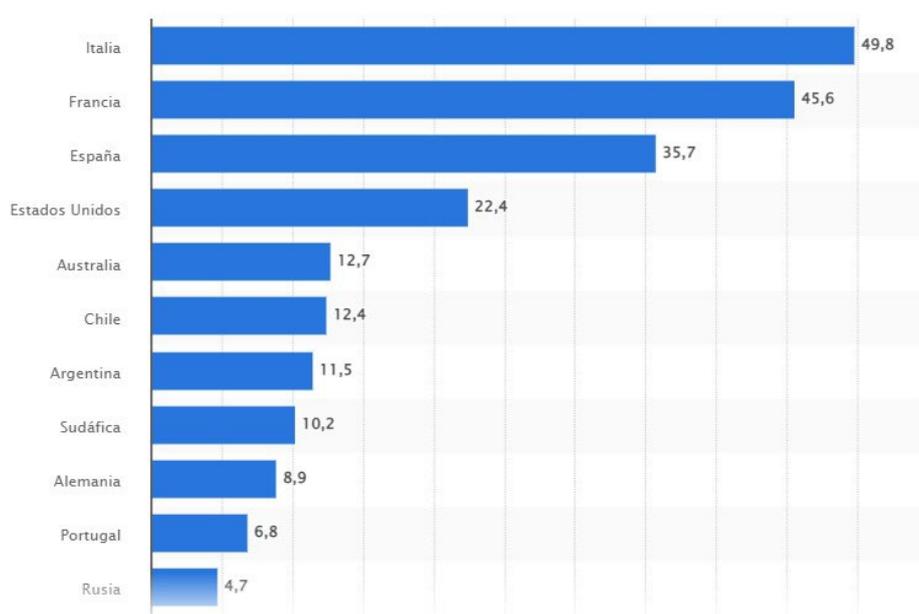
### 5.2.1 Superficie

España es el país con mayor superficie de explotación vinícola del mundo, con unas 932 mil hectáreas (aproximadamente el 13% del total mundial) que producen una media anual en torno a los 40 millones de hectolitros; el tercer mayor productor mundial de vino, por detrás de Italia y Francia. No obstante, añadir que, según el OEMV, la superficie de viñedo para uva de vinificación en España continúa en descenso, también este último año en 9.519 ha (-1,7%). (OEMV, 2023c)

Por comunidades, el reparto de la superficie agrícola apta para el cultivo de la vid en 2022 queda de la siguiente manera; Castilla- La Mancha 453 mil ha (48,6%), Extremadura 86 mil ha (9,2%), Castilla y León 75 mil (8%), Comunidad Valenciana 58 mil (6,2%) y Cataluña 57 mil (6,1%). El resto de las comunidades están por debajo de las 40 mil ha (21,9%). (OEMV, 2023c)

## 5.2.2 Producción

Ilustración 7: Principales países productores de vino en 2022 (millones de hl)



Fuente: (Orús, 2023b)

La producción nacional de vino para la campaña 2022/23 fue de 35,7 millones de hl un 0,6% menos respecto a la del ejercicio anterior y la de mosto 4,77, un 1,4% más. Teniendo en cuenta solo a los productores de más 1.000 hl el reparto de la producción por color sigue estando equilibrada con 17,96 millones de hl blancos y 17,07 rosados y tintos. (OIVE, 2022; Orús, 2023b)

El nivel de producción es irregular pues depende de la buena o mala cosecha que se haya dado en ese año, por ejemplo, si analizamos una década atrás el volumen de cada vendimia observamos un rendimiento medio de 37,5 millones de hl con variaciones del ( $\pm 20\%$ ) que no siguen un patrón claro, ya que como vemos la producción más baja se registró en el 2012 con 31,1, coincidiendo al año siguiente con la más alta 45,3. (Orús, 2023c)

En cuanto a la producción por CCAA Castilla- La Mancha encabeza el ranking con 18,5 millones de hl (52,3%), seguido de lejos por Cataluña 3,1 (8,9%), Extremadura 2,4 (6,9%), La Rioja y Castilla y León 2,1 (5,8%), C. Valenciana 2 (5,8%), Aragón 1,1 (3%), Andalucía 0,8 (2,3%), Murcia 0,7 (1,9%), Navarra 0,6 (1,8%) y Galicia 0,4 (1,2%). (Orús, 2023d)

### 5.2.3 Empresas más importantes

España cuenta con 4.133 bodegas de las cuales 3.536 (85,55%) exportan a unos 189 países clientes; aunque debido al gran número de pymes en el sector el 70% del total de la facturación es procedente de tan solo un 3% (unas 100 empresas). Si analizamos la evolución del número de empresas españolas presentes en el mercado internacional del vino desde el año 2000, observamos como este se duplica al año siguiente al pasar de 1.305 a 2.099, desde entonces y hasta el año 2009 hablamos de un crecimiento sostenido, cuando se incrementa en un 19,5% hasta las 3.602 en apenas dos años, durante los próximos ejercicios 2012 y 2014 se pierden un 1,4% y un 0,9% respectivamente, para volver a crecer en 2015, 2016, y 2017 hasta alcanzar el máximo histórico con 4.073. En 2018 y tras una mala cosecha se registró la mayor reducción de la serie histórica (-9%, unas 368 empresas menos). (Vinetur, 2019) Por Denominaciones de Origen aquellas que concentran un mayor número de empresas son: Rioja 801 bodegas, Cava 390 y Ribera de Duero 310. (Vallès Salbanyà, 2021)

Nuestro país es el segundo mayor exportador mundial de vino en cuanto a volumen (21,2 millones de hl), solamente superado por Italia (22,9), y el tercero en valor con una cifra de ventas superior a los 3.000 millones de euros, situándose por detrás de Francia e Italia. (OEMV, 2023a) Según el informe anual del sector vinícola 2021 de EAE Business School las diez empresas del sector vinícola de mayor volumen de facturación representan más de la mitad del total nacional (53,1%) con 2.845,8 millones de € en ventas. (Vallès Salbanyà, 2021)

Ilustración 8: Empresas del sector vinícola con mayor facturación en España 2019 (en millones de €)



Fuente: (Vallès Salbanyà, 2021)

J. García Carrión S.A. es líder de sector con 850 millones de € (15,9%), este grupo empresarial fundado en 1890 es el mayor productor y distribuidor de vino en España con pagos en 11 DOP y presencia en más de 145 mercados. Su cuota de mercado (10%) es superior al resto de la competencia ya que en su oferta podemos

encontrar productos de calidad a bajos precios. Entre sus marcas más populares destacan: Señorío de los Llanos, Castillo San Simón, Don Luciano, Marqués de Carrión y Mayor de Castilla entre otros.

En segunda posición aparece el grupo Freixenet con una facturación anual de 500 millones de € (9,3%). Esta empresa catalana dedicada a la producción y comercialización de vinos espumosos y tranquilos desde 1861, es líder en el sector del cava con presencia en más de 150 países. Dada su tendencia a la expansión internacional Freixenet S.A. aparece asociado desde 2018 al conglomerado empresarial Henkell & Co., decisión acertada que le ha llevado a obtener una mayor cuota de mercado (17%) dado su buen crecimiento en ventas 2021 (11%). Además, sus vinos espumosos son considerados los de mayor calidad de todo el mercado español.

Le sigue de cerca el Grupo Félix Solís Avantis S.A. con unos ingresos en el ejercicio económico de 2019 de 340 millones de € (6,3%), en su oferta nos encontramos con una amplia variedad en precios y calidades, desde los más altos destinados hacia un público más exigente y con mayor poder adquisitivo hasta los más bajos pensados para aquellos que busquen un vino de mesa económico para consumo diario. En Félix Solís también aplican la internacionalización como estrategia de crecimiento logrando vender en más de 110 países. Entre sus marcas más reconocidas encontramos, Pagos del Rey, Viña Albali, Los Molinos o Casa Solís. El ranking continúa con los grupos empresariales de: Miguel Torres S.A. 257 millones de € (4,8%), González Byass S.A. 240 (4,5%), Codorníu S.A. 225 (4,2%), Pernord Ricard Spain S.A. 129,9 (2,4%), Compañía Vinícola del Norte de España S.A. (CVNE) 110 (2,1%), Barón de Ley S.A. 99,9 (1,9%) y Reserva de la Tierra S.L. 94 (1,8%). (Vallès Salbanyà, 2021)

#### *5.2.4 Importaciones*

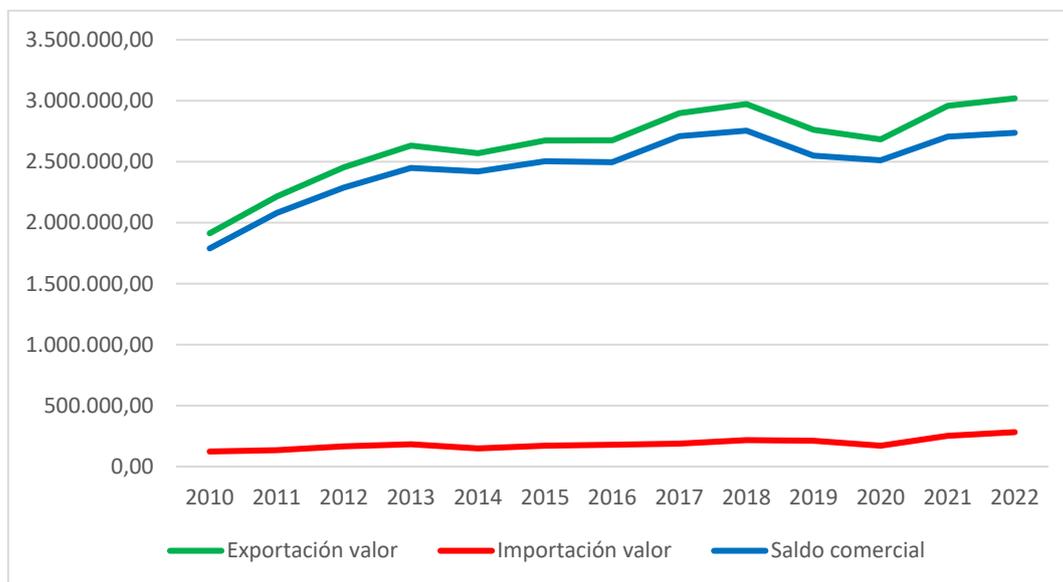
En la Ilustración 1 podemos darnos cuenta de que las importaciones de vino a España son prácticamente inapreciables, llegando a representar en la actualidad (282.564,01€) menos del 10% del total de las exportaciones de ese mismo año. Teniendo en cuenta las importaciones desde el año 2010 sabemos que nuestros principales proveedores fueron; Francia con un 50,1%, Italia 20,1%, Portugal 7,9%, Chile 4,8%, Reino Unido 3,8%, Alemania 3,2% y Argentina 2,6%. (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

#### *5.2.5 Exportaciones*

Pero, a pesar de ser el tercer país con mayor producción de vino, el consumo nacional no representa más del 20% de la producción total, por lo que ha sido necesario volver la vista hacia los mercados extranjeros para lograr vender nuestro producto.

España se ha convertido en el segundo mayor exportador de vino a nivel mundial, pero para poder entender mejor como se desarrolla su estrategia de venta analizaré una serie de gráficos elaborados a partir de los informes sobre el comercio exterior recogidos por la Secretaría de Estado de Comercio (DataComex) desde el año 2010 hasta hoy.

Ilustración 9: EXP, IMP y Saldo Comercial de vino en España, desde 2010

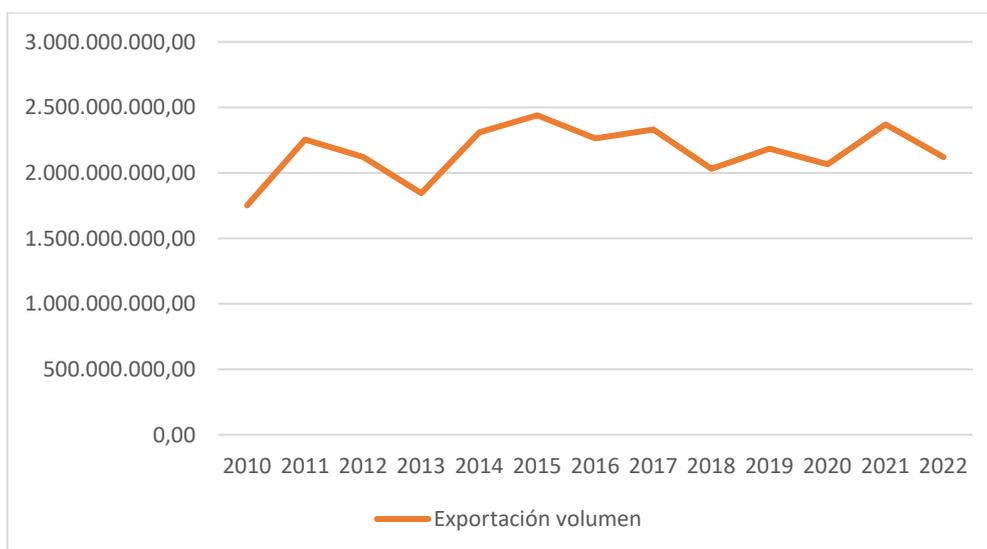


Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

Tanto el valor de las exportaciones como el saldo comercial poseen una evolución positiva que aumenta desde 1.912.921,37 € en 2010 hasta 3.019.969,32 € en 2022, momento en el cual además de alcanzar su máximo histórico.

El descenso puntual de las ventas que observamos en los años 2019 y 2020 es debido a la crisis del Covid-19.

Ilustración 10: EXP en volumen de vino en España desde, 2010

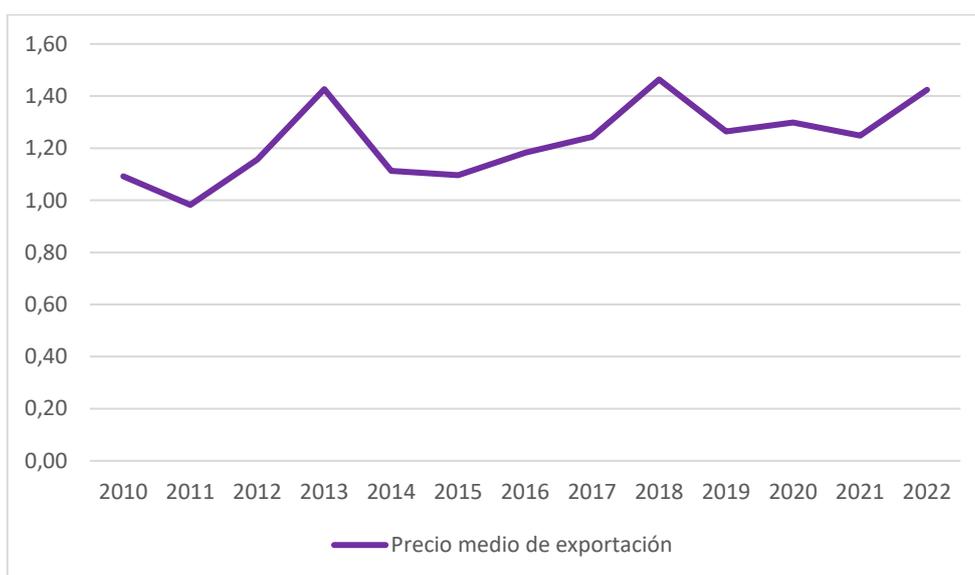


Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

El volumen de exportación continúa oscilando entre los 20 y los 24 millones de hl, teniendo su mínimo en 2010 con 17 millones de hl y su máximo en 2015 con 24 millones de hl.

La tendencia del bajo consumo de vino sobre todo en edades más jóvenes nos indica que los valores futuros en producción y exportación volumen también podrían verse afectados; aunque, por otro lado, en cifras de exportación ventas veamos crecimiento este no tiene por qué venir acompañado siempre de un mayor volumen, sino que también variará en función de otros factores como el precio o la tasa de inflación del país.

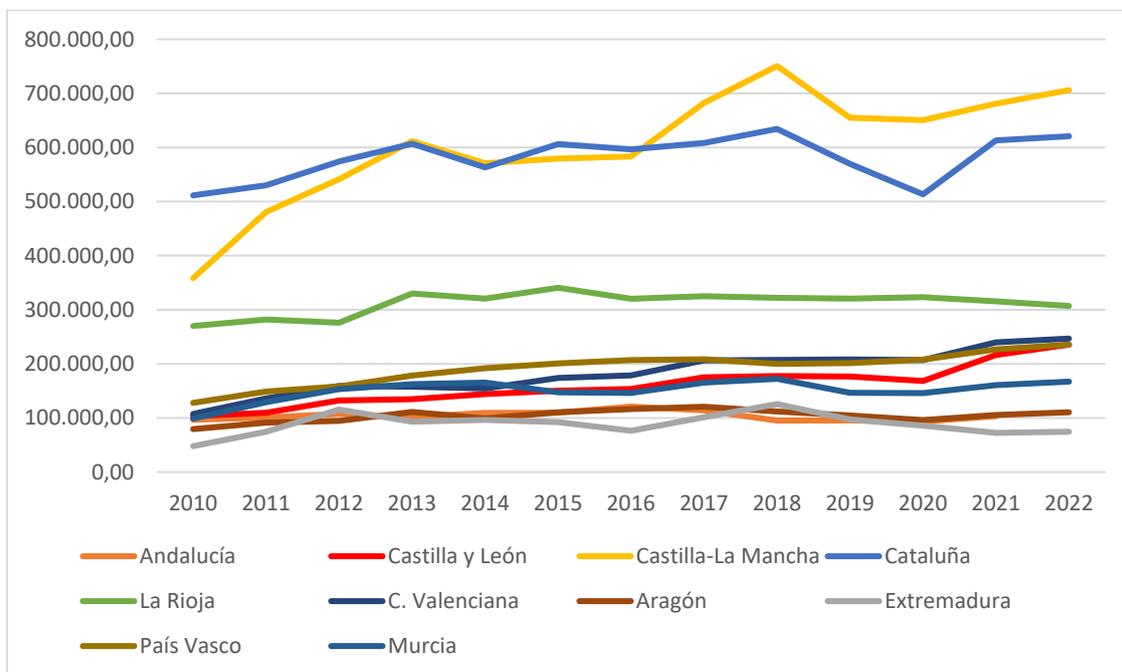
Ilustración 11: Evolución del precio medio de exportación de vino en España, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

El aumento de las cifras de exportación ventas es consecuencia directa de un ligero incremento también del precio medio de exportación que ha aumentado en torno a un 20% durante la última década, superando la barrera del euro en 1,42 € el litro en 2022; cifra que aún sigue siendo muy baja en comparación con las de nuestros rivales más directos Francia (8,79 €/l) e Italia (3,59€/l). (OEMV, 2023a)

Ilustración 12: Evolución de la exportación valor de vino por CCAA, desde 2010



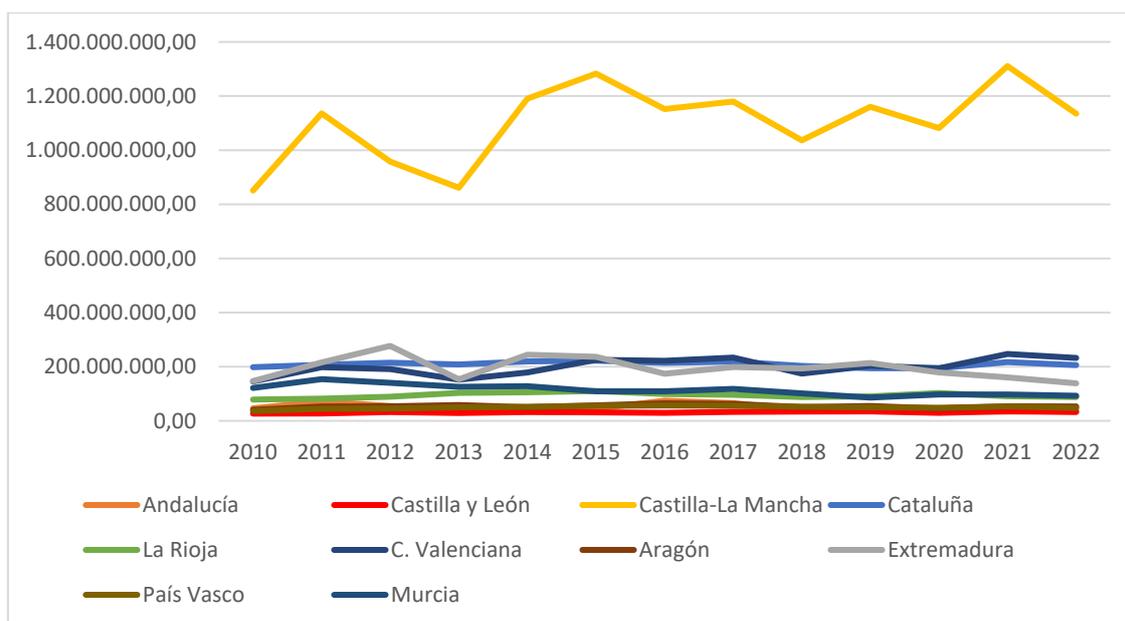
Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

En la Ilustración 12 y la Ilustración 13 he separado las cifras de exportación valor y volumen por CCAA para estudiar sus diferentes comportamientos en el comercio exterior.

Lo primero que he de decir es que solo aparecen representadas las 10 CCAA que mayor exportación valor representan desde el año 2010, siguiendo un orden de la que más representa a la que menos tendríamos; Castilla-La Mancha (22,8%), Cataluña (21,9%), La Rioja (11,8%), País Vasco (7,2%), Comunidad Valenciana (6,9%), Castilla y León (6%), Murcia (5,7%), Andalucía y Aragón (3,9%) y Extremadura (3,4%).

Destaca la CCAA de Castilla La-Mancha por un excelente crecimiento de las exportaciones de vino durante la última década, casi duplicando sus ventas respecto a 2010; logrando su máximo histórico en 2018 con 750 millones de euros. La evolución del resto de CCAA sigue una clara pero leve ascendencia, manteniéndose cada una en su cifra de negocios.

Ilustración 13: Evolución de la exportación volumen de vino por CCAA, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

Como demuestro aquí, la estrategia de venta llevada a cabo por Castilla-La Mancha es muy distinta a la llevada por el resto de CCAA, acentuándose aún más en la exportación volumen; suponiendo el 51% del total nacional y con un crecimiento del 50,8% durante la última década; en el año 2021 alcanzó el máximo histórico de ventas volumen con 13,1 millones de hl.

Las siguientes 9 CCAA con mayor cifra de exportación volumen son: Cataluña (9,7%), Comunidad Valenciana (9,3%), Extremadura (9%) Murcia (5,3%), La Rioja (4,4%), Aragón (2,5%), Andalucía (2,2%), País Vasco (2,3%) y Castilla y León (1,5%). La evolución del resto de CCAA parece mantenerse constante por debajo de los 2 millones de hl.

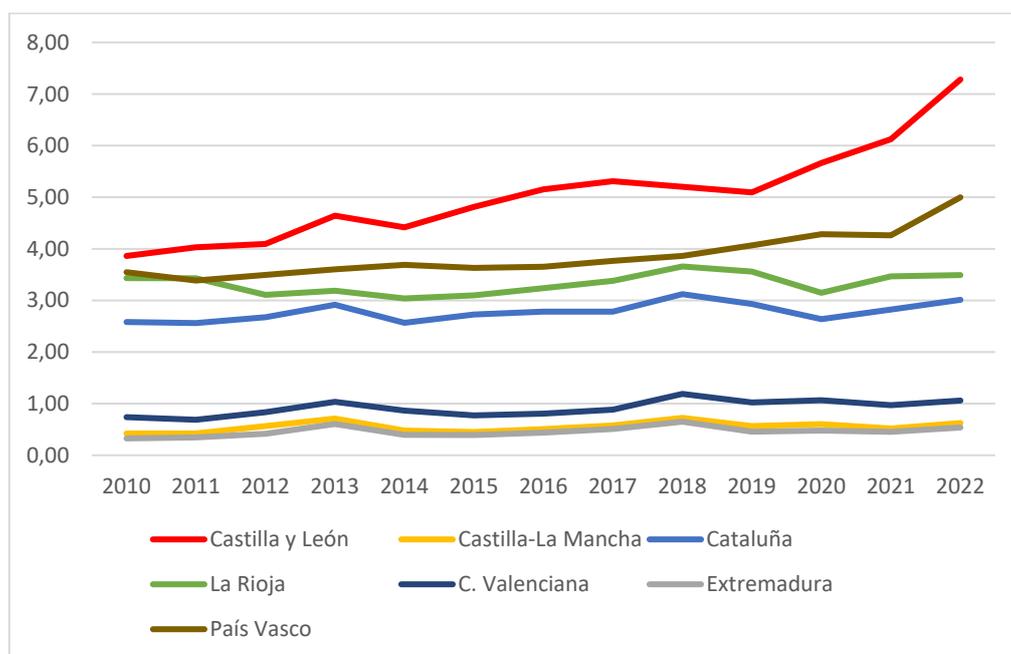
Tabla 2: Precios medios de exportación de vino €/l. 2021-2022

Precio medio €/l.	TAM	2021	2022	Dif (€/l.)	Dif %
Francia	dic-22	7,58	8,79	1,21	16,0%
Italia	dic-22	3,25	3,59	0,34	10,5%
España	dic-22	1,25	1,42	0,18	14,1%
Chile	dic-22	1,92	2,19	0,27	13,8%
Estados Unidos	dic-22	3,81	5,00	1,19	31,2%
Australia	dic-22	2,14	2,16	0,02	0,8%
Nueva Zelanda	dic-22	4,18	4,56	0,39	9,3%
Alemania	dic-22	2,71	2,98	0,27	10,0%
Portugal	dic-22	2,82	2,88	0,06	2,0%
Argentina	dic-22	2,42	3,05	0,62	25,8%
Sudáfrica	dic-22	1,41	1,52	0,11	7,9%
<b>Total principales</b>		<b>3,12</b>	<b>3,57</b>	<b>0,45</b>	<b>14,3%</b>
<b>TOTAL MUNDIAL</b>		<b>3,15</b>	<b>3,60</b>	<b>0,44</b>	<b>14,1%</b>

Informe elaborado por el OeMv para la Organización Interprofesional del Vino de España

Fuente: (OEMV, 2023a)

Ilustración 14: Evolución del precio medio de exportación de vino por CCAA, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

En este gráfico podemos observar el precio medio de exportación de vino y como cada una de las CCAA marca una estrategia de precios diferentes; por un lado tendríamos a Castilla-La Mancha y Extremadura con vino a precios muy bajos, en torno a los 0,50 €/l; con el que consiguen vender su producción a los clientes extranjeros, quienes lo valoran más que el propio mercado nacional.

El planteamiento de ventas realizado por ambas CCAA y la C. Valenciana hacen que el precio medio de exportación en España sea el más bajo del mundo situándose en 1.42 €/l; sin apenas margen de valor añadido; esto no quiere decir que el vino español

sea reconocido en el mercado internacional como de peor calidad; entonces que está pasando ¿Por qué exportamos vino a un precio tan bajo? (OEMV, 2023a)

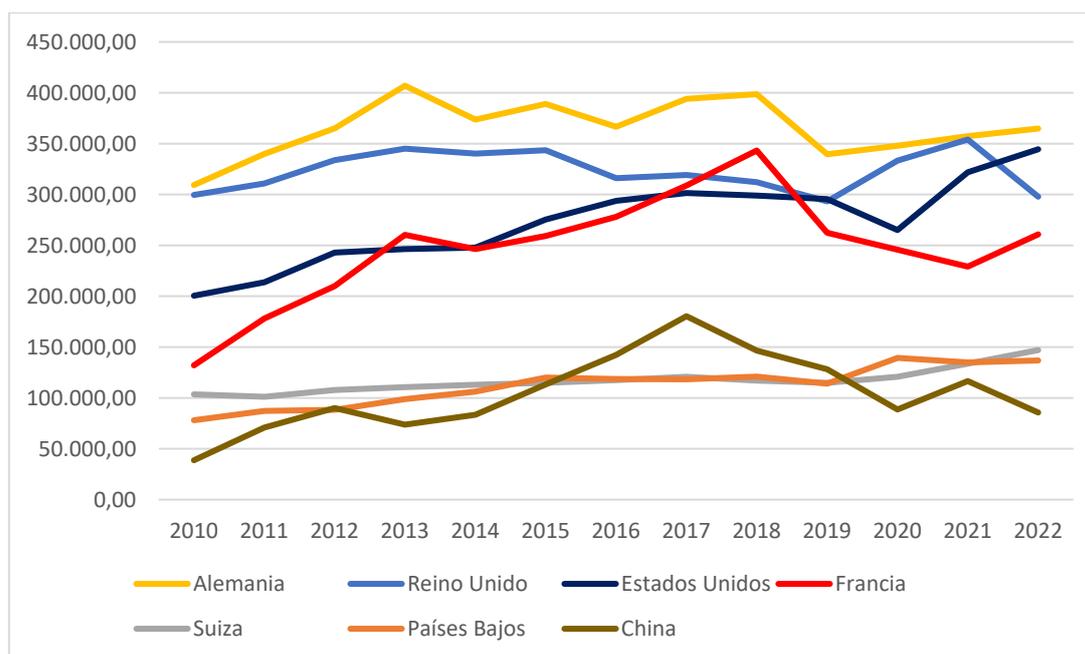
Algunos de los factores que pueden explicar este comportamiento de los precios;

- En primer lugar, España es país con mayor superficie vitivinícola del mundo, lo que quiere decir que la producción será mayor que la del resto de países, lo cual le permite ajustar precios más competitivos
- España cuenta con unas condiciones climatológicas y un suelo perfecto para el cultivo de la vid, dando así producciones más altas
- El fracaso de la política europea de arranques subvencionados de las viñas viejas en muchas parcelas ha supuesto una mayor producción al ser sustituidas por viñas jóvenes de mayor rendimiento
- Además, el aumento de la producción de los últimos años se concentra en aquellas CCAA que mayor exportación volumen representan como son Castilla-La Mancha y Extremadura y Cataluña, donde los precios de venta son muy bajos debido a la calidad indiferente del vino (venta a granel)
- El gran número de bodegas que hay en España y la alta competitividad del propio sector, hace que los precios se ajusten a la baja
- La exportación de vino a granel (>2l ) es la que menor valor aporta a la economía, pero representa en 2022 el 56,6% del volumen total; cuando en países como Francia o Italia es el 11,8% y el 18,7% respectivamente

(OEMV, 2023a; Pérez Sánchez, 2014)

Por el otro lado, a la cabeza se sitúan los vinos de Castilla y León (6º comunidad que más valor genera) con un precio medio en 2022 de 7,28 €/l, País Vasco 5 €/l y La Rioja 3,49 €/l. Destaca el incremento del precio medio en Castilla y León que en tan solo una década pasa de exportar de 3,86 €/l a 7,28€/l.

Ilustración 15: Principales clientes en la exportación valor de vino de España, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

En la Ilustración 15 vemos como Alemania ha liderado el ranking desde 2010 como principal cliente del vino español, acumulando el 13,8% del total exportado, seguido por Reino Unido con el (12,2%), EE. UU. (10,3%), Francia (9,3%) y Suiza (4,4%).

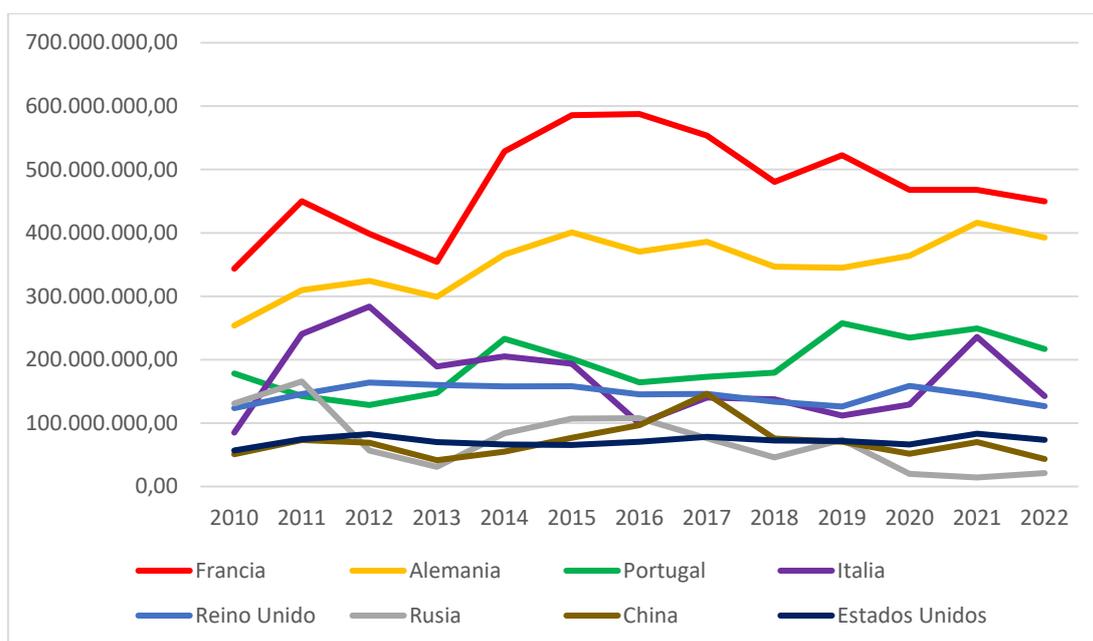
Debido a las condiciones orográficas y edafológicas se entiende que países como Alemania, Reino Unido o Suiza necesiten importar vino para poder satisfacer su demanda interna; en el caso de los EE. UU. a pesar de que sea un gran productor, al ser un país tan grande también necesita comprar vino fuera de sus fronteras para abastecer el consumo de sus más de 300 millones de habitantes.

Distinto es el caso de Francia; segundo mayor productor de vino a nivel mundial (por delante de España), por lo que este, no es para ser vendido en su mercado nacional, si no para ser reexportado como “vino francés”; el cual posee un mayor posicionamiento y reconocimiento internacional que el español.

Este comportamiento además de ilegal es perjudicioso para ambos países; Por un lado, tenemos a las regiones de España que venden su producción casi a precio de coste, sin generar grandes márgenes de beneficio por unidad si no por volumen, ya que en sus estrategias se rigen por el principio de economía de escala. El precio medio de exportación de vino de Castilla- La Mancha a Francia en 2021 fue de 0,38 €, siendo ese mismo año, 7,07 € el de Francia al mercado exterior; sin duda un caldo de cultivo ideal para la estafa. En España esta situación supone verdaderamente un daño en la marca

valor y una pérdida del reconocimiento internacional que tanto cuesta ganarse. El fraude en Francia afecta de manera directa a los viticultores, en especial a aquellos que cultivan la vid en las regiones del sur del país Languedoc-Rosellón, dedicadas principalmente a la elaboración de vinos de mesa. Según las declaraciones de la DGCCRF, la dimensión de estas estafas es pequeña y solamente representa un 1,4% del total de vino español importado, unos 70 mil hl. Con el fin de evitar estas malas prácticas empresariales las autoridades francesas están promoviendo mejores medidas de control, así como una mayor presencia en las líneas de embotellado. (Sipse.com, 2018)

Ilustración 16: Principales clientes en la exportación volumen de vino de España, desde 2010

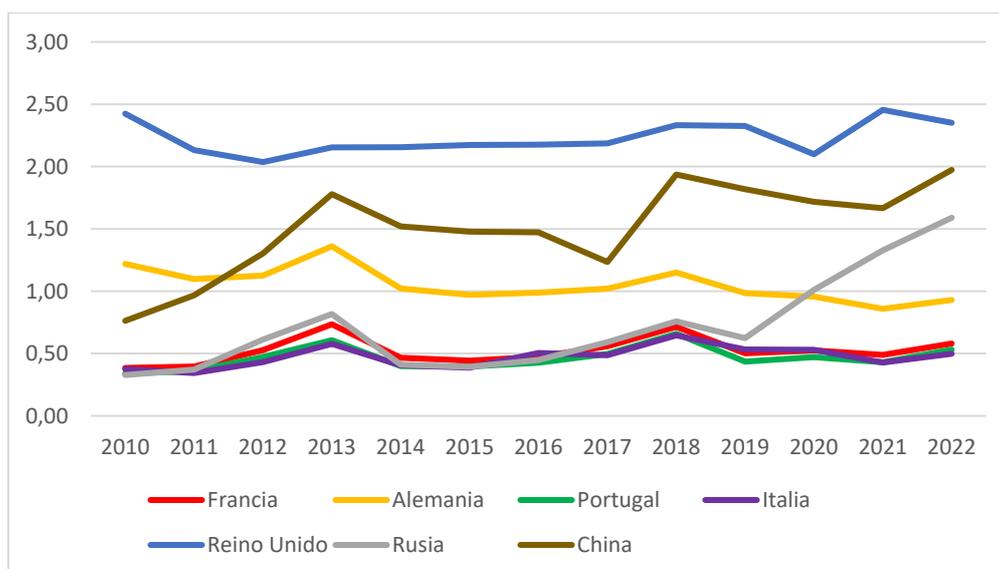


Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

Desde el año 2010 el total de las ventas volumen han ido para Francia en un 22%, Alemania 16,3%, Portugal 8,9%, Italia 7,8%, Rusia 6,7% y 3,3% China y Rusia.

Italia que imita el mismo modelo de reexportación que en Francia, se sitúa como el cuarto mayor importador de vino español con unas cifras de compra en 2022 de 1,4 millones de hl.

Ilustración 17: Precio medio de la exportación de vino en España, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

En la Ilustración 17 vemos la prueba de lo comentado anteriormente; Francia e Italia líderes de sector y competidores directos están comprando grandes volúmenes de vino español a precios por debajo del coste de producción; si nos basamos en la estimación de costes de la producción de uva para la elaboración de vino en España que la OIVE elaboró en 2020, tendríamos un coste total medio por kilo de uva de 0,5 €. Si para la elaboración de un litro de vino “limpio” se necesitan 1.315 kilos, un coste medio por litro de vino en España sería de 0,65 €. (OIVE, 2020)

Si bien es cierto que, dependiendo de la región el coste de producción puede variar desde las DOP más económicas como La Mancha, Utiel-Requena (Valencia) o Yecla (Murcia) en torno a los 0,25 € a las más caras como Rioja, Navarra o Ribera del Duero con 0,80 € de coste.

Por lo tanto, y según los datos proporcionados por la Secretaría de Estado de Comercio Castilla- La Mancha junto con Extremadura exporta el 60% del total nacional; un vino a granel cuyas características principales son una calidad indiferenciada y un precio muy bajo. Ambas CCAA generan un 26,2% de las ventas valor.

Por el otro lado existen otras regiones como Castilla y León, La Rioja, o Cataluña las cuales han decidido llevar a cabo una estrategia de “descremación” del mercado optando por presentar un producto diferenciado de calidad y con una mayor inversión en comunicación y marketing. Aunque porcentualmente todas juntas representen tan solo un 15,5% de las ventas volumen generan el 39,7% de las ventas valor, es decir, que su tasa de rentabilidad es más alta ya que con menos generan más.

Luego, tenemos productos diferentes (vino a granel y vino de calidad) que siguen estrategias de venta también diferentes pero ¿sus clientes también lo son?, ¿y su procedencia?; para intentar resolverlo, a continuación analizaré el caso particular de las tres CCAA más representativas del sector vitivinícola español (Castilla-La Mancha, Castilla y León y La Rioja), las cuales apuestan por mercados muy distintos.

#### 5.2.6 *Exportación Castilla y León*

Antes de comenzar con el estudio por CCAA, este a diferencia de los puntos anteriores y en búsqueda de una mayor exactitud en las cifras, lo analizaré teniendo en cuenta la información del año 2021 ya que los datos de producción del 2022 aún no se encuentran publicados.

Castilla y León es la segunda autonomía con mayor número de viñedos cuya superficie cuenta con unas 75.128 hectáreas (+3,9%) de nueve DOP; Ribera del Duero, Bierzo, Arlanza, Toro, Cigales, Rueda, Arribes, Tierras de León y Tierra del Vino de Zamora. (OEMV, 2023c),

Nuestra región cuenta con dos de las DO más importantes y mejor reconocidas a nivel internacional como son Ribera de Duero con vinos tintos jóvenes y de guarda de excepcional calidad y Rueda con sus Verdejos.

Su rendimiento en 2021 fue de unos 206 millones de litros un 5.8% del total, siendo la quinta CCAA con mayor producción. (Orús, 2023d)

La cifra de exportación valor de Castilla y León 2021, se situó en los 216,5 millones de €; el 7,3% del total nacional; lo que supone un incremento del 28,6% respecto al ejercicio anterior y un 40,9% respecto a los últimos cinco. Este crecimiento continuo de la facturación es consecuencia directa de la subida del precio medio que va desde los 3,86€ en 2010 a los 6,12€ en 2021.

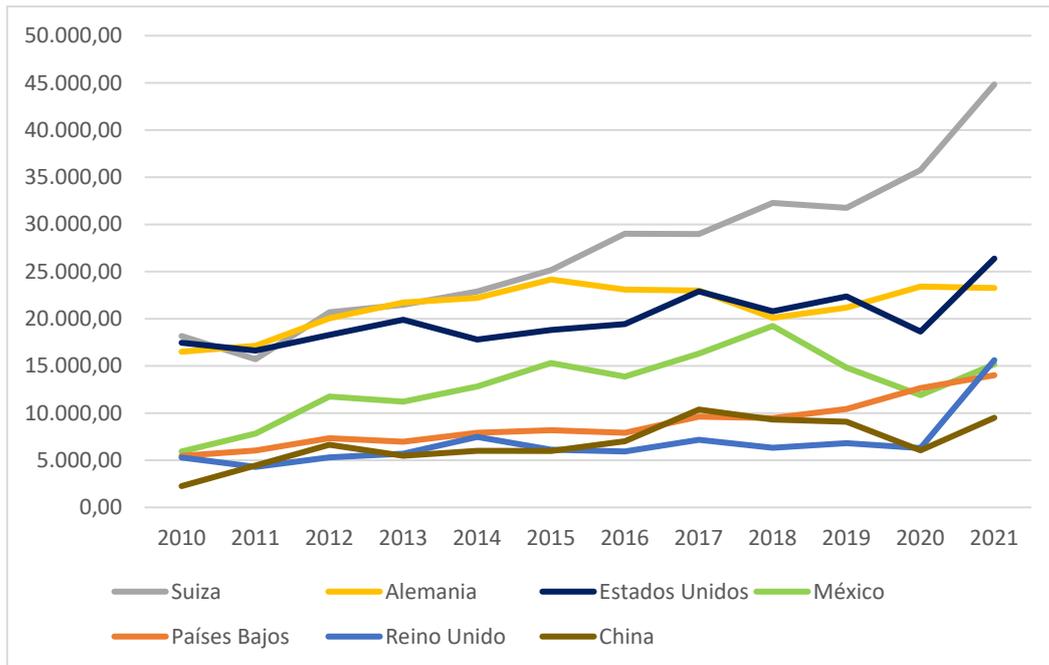
La cifra de exportación volumen 2021 fue de 35 millones de litros, un 1,5% de total país y un 17,2% del total producido por la comunidad; aunque es cierto que la evolución respecto de la última década es positiva con un crecimiento del 32,1%, la cifra en valores absolutos no es abrumadora con relación a las de otras CCAA o a su propio volumen de producción, debido entre otras razones;

- El vino que Castilla y León exporta es vino de calidad cuyo coste medio de producción se sitúa en los 0.80 € y su precio medio de venta es de 6,12 €, siendo ambos los más altos respecto a las otras CCAA. Este alto precio supone la primera barrera de entrada a nuevos acuerdos en el comercio exterior.
- El comercio internacional del vino es altamente competitivo y más aún si de vino de calidad hablamos, Francia e Italia cubren la totalidad de la

demanda de este segmento pues sus productos tienen un mejor posicionamiento. Por ello la producción de vino de Castilla y León está más centrada en el mercado nacional, donde es más valorado.

Los principales socios comerciales en la exportación de vino de Castilla y León desde 2010 son: Suiza, que alcanzó los 44.832,22 € en 2021 un 17,7%, Alemania 13,9%, EE. UU. 13%, México 8,5%, Países Bajos 5,8%, Reino Unido y China ambos 4,5%.

Ilustración 18: Principales clientes en la exportación valor de vino de Castilla y León, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

En general la evolución es positiva, pero destaca el crecimiento exponencial de Suiza, que incrementó sus compras de los últimos diez años en un 146,8%.

Observamos que Francia e Italia desaparecen como principales clientes, dado que estos no están interesados en comprar vinos de calidad, sino vino a granel cuyo precio de venta no supere la unidad de euro.

Para finalizar con Castilla y León cabe comentar que en exportación volumen los líderes del ranking son: Alemania 18,2%, EE.UU. 10,5%, Suiza 9,8%, Países Bajos 9,5%, China 5%, México 4,6% y por último Reino Unido 4,5%. (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

### 5.2.7 Exportación Castilla-La Mancha

El área para explotación de viñedos en Castilla-La Mancha es la mitad del total del territorio nacional con unas 453.090 ha, un -1,3% respecto a 2021, el 14% de Europa

y el 7% del mundo. (Consejería de Economía de Castilla-La Mancha, 2020; OEMV, 2023c)

La comunidad posee actualmente nueve denominaciones de origen; Manchuela, Valdepeñas, La Mancha, Almansa, Uclés, Méntrida, Jumilla, Mondéjar y Ribera del Júcar. Destacan las DO La Mancha y Valdepeñas como las de mayor superficie de viñedos y mayor volumen de producción, además de ser las más conocidas en los mercados internacionales. (Vinos de Castilla- La Mancha, s. f.)

El volumen de vino producido por la comunidad en 2021 fue de 1.846 millones de litros, un 52,3% del total, siendo la CCAA de mayor volumen de producción con gran diferencia, ya que el segunda es Cataluña con 313 millones de litros (8,9%).

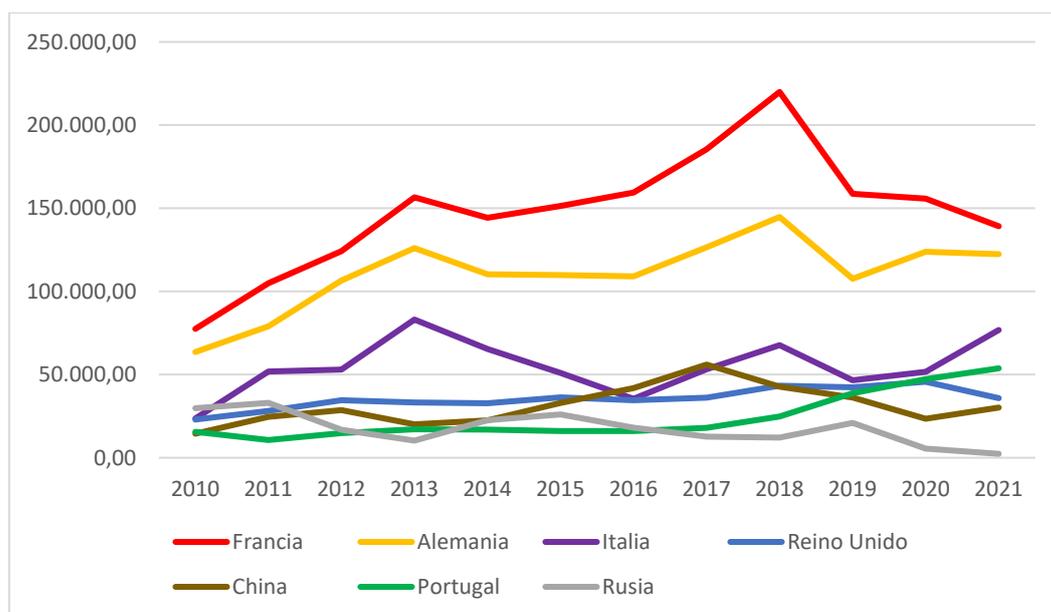
En la exportación Castilla- La Mancha es también, la primera comunidad exportadora de vino tanto en valor como en volumen. Según los datos recogidos por Aduanas, la facturación de la comunidad en 2021 fue de 681 millones de €, un 23% del total. Su crecimiento en los últimos diez años fue del 90% y tuvo su máximo histórico en 2018 cuando alcanzó la cifra de los 750,5 millones de €; en cambio el precio medio de exportación no ha variado, manteniéndose alrededor de la mitad de euro.

Los precios medios del vino que Castilla- La Mancha exporta junto con el de Extremadura son los más bajos respecto al resto de las comunidades. Durante los años 2010 y 2011 el precio medio fue de 0,42 €/l y en 2021 0,52 €/l, apenas 0,10 € de aumento en 10 años; si el coste de producción se sitúa en los 0,30 €/k o lo que es lo mismo 0.39 €/l, tan solo unos 0,12 € son de valor añadido, pues se trata de un vino a granel, sin diferenciación y cuyo criterio determinante para la oferta es el precio. (OIVE, 2020).

La cantidad de vino vendido al exterior en 2021 fue de 1.311 millones de litros, un 55,3% del total nacional y un 71% del total producido. Gracias a esta efectiva actividad exportadora de Castilla La-Mancha, España en 2021 fue el mayor exportador mundial de vino en volumen con 2.370 millones de litros.

En conclusión, podría decirse que el éxito del vino de Castilla- La Mancha en los mercados internacionales se debe principalmente a la oferta de una producción a granel a precios muy competitivos sin comprometer su calidad.

Ilustración 19: Principales clientes en la exportación valor de vino de Castilla- La Mancha, desde 2010



Fuente: Elaboración propia, (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

Desde el año 2010, los mayores aliados comerciales en la salida de vinos de la región Castilla- La Mancha han sido: Francia 24,9%, Alemania 18,6%, Italia 9,2%, Reino Unido 6%, China 5,2%, Portugal 4,1% y Rusia 2,9%.

En el gráfico observamos como aparecen de nuevo en la ecuación Francia e Italia (principales competidores) interesados en la compra de vino barato a granel y desaparecen otros como Suiza cuya atracción es el vino de calidad.

En la última década la evolución de la exportación ventas de vino de Castilla- La Mancha ha sido buena, sobre todo destaca el crecimiento de las importaciones de Italia, Alemania y Francia que en el año 2018 compró vino por valor 219 millones de €.

Para terminar con el análisis a la exportación de vino de Castilla- La Mancha me gustaría añadir a sus principales compradores en términos de volumen; Francia 33,8%, Alemania 20,8%, Italia 11,7%, Portugal 4,9%, Rusia 4%, China 3% y Reino Unido 2,9%. (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)

### 5.2.8 Exportación La Rioja

En 2022 y según el informe elaborado por el OEMV La Rioja mantiene sus 52.806 ha, el 5,8% del total del territorio nacional para la explotación de la vid. (OEMV, 2023c)

La región vitivinícola de la Rioja está situada al norte de España, a ambos márgenes del río Ebro y dividida en tres zonas; Rioja Alta, Rioja Alavesa y Rioja Oriental.

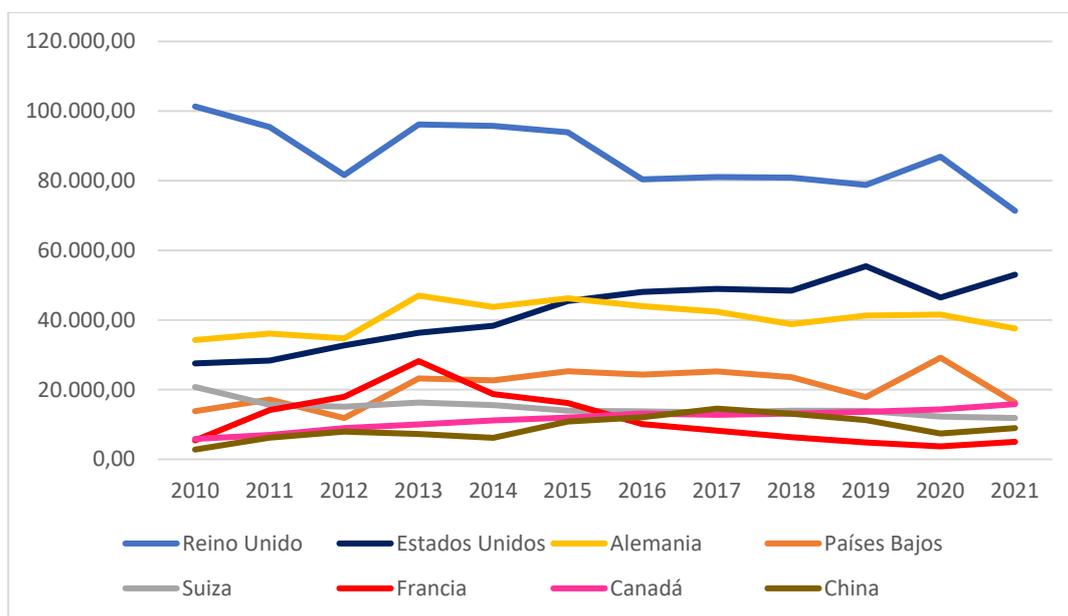
Rioja es la DO más antigua del país (1925) y la primera en ser catalogada con el certificado de Denominación de Origen Calificada (DOCa) en 1991; una categoría superior reservada solamente para aquellas DO que han cumplido con una serie de exigencias en control y calidad, durante un período de tiempo de al menos diez años desde su registro como DO. Por estas y más razones, la histórica DOCa de La Rioja es sin lugar a duda la que mayor prestigio y posicionamiento posee a nivel tanto nacional como internacional. (Muy Sibarita, 2022)

La explotación de sus viñedos en 2021 dio como resultado unos 206 millones de litros, un 5,8% del total nacional, prácticamente empatado con la producción de Castilla y León. (Orús, 2023d)

El volumen de exportación de la comunidad en 2021 fue de 315,6 millones de €; el 10,7% del total nacional y su precio medio de venta 3,47 €; cifras que parecen mantenerse a lo largo de los últimos diez años.

La exportación volumen cayó hasta los 91 millones de litros, representando un 3,8% del total nacional y un 44,2% del total producido, un 11,3% menos respecto del ejercicio anterior.

*Ilustración 20: Principales clientes en la exportación valor de vino de Castilla- La Mancha, desde 2010*



*Fuente: (Secretaría de Estado de Comercio, 2023)*

Desde el año 2010, los mayores importadores de vino procedente de la comunidad autónoma de La Rioja fueron; Reino Unido 27,9%, EEUU 13,6%, Alemania 13%, Países Bajos 6,7%, Suiza 4,7%, Francia y Canadá 3,7% y en octavo puesto China 2,9%. En cuanto a volumen fueron Reino Unido 27,2%, Alemania 18%, Francia 9,2%, EEUU 8,5%, Países Bajos 6,9%, Suiza 3,5% y China 2,9%.

### 5.2.9 Viñedos ecológicos

El aumento de la demanda de productos ecológicos en el mundo ha sido cubierto por nuestro país desde el año 1989, cuando se aprobó el Reglamento de la Denominación de Agricultura Ecológica, el cual aplica una serie de restricciones para poder vender bajo estos términos; como la prohibición del uso de plaguicidas de origen químico y fertilizantes artificiales.

Según el último informe publicado por el MAPA sobre superficie ecológica en España, este segmento de mercado cada vez tiene un mayor peso para nuestra economía agraria, especialmente en la superficie de explotación vinícola donde somos líderes mundiales, con 142.177 ha, perseguidos de cerca por Italia con 115.000 ha y Francia con 109.000 ha. Esta cifra supone un 8,4% más que en 2020 y un 17,2% más que en 2019, representando un 15% del total de la producción vinícola nacional.

El reparto de la superficie mundial de viñedo ecológico en 2021 se concentra en Europa con el 86% del total de las ha (76% España, Italia y Francia), 9% en América, 4% en Asia y 1% en Oceanía.

En cuanto a la producción, nuestro país sigue siendo el principal proveedor con el 27%, seguido de cerca por Francia e Italia con el 25% y 24% respectivamente. Por otra parte decir que los mayores compradores de vino ecológico se concentran en Europa (Alemania, Francia y Reino Unido), donde hay una mayor sensibilización en temas de sostenibilidad y medio ambiente.

Por CC.AA. Castilla- La Mancha es la mayor productora con 62.270 ha (43,8%), seguida por Cataluña 27.161 (19,1%), Comunidad Valenciana 16.691 (11,7%), Región de Murcia 13.267 (9,3%), Castilla y León 10.499 (7,4%), Aragón 2.550 (1,8%) y Extremadura (1,3%). El informe también aporta la variación de superficie respecto del año anterior, siendo las siguientes comunidades las de mayor incremento en términos absolutos; Cataluña 3.403 ha (+14,3%), Comunidad Valenciana 3.019 (+22,1%), Región de Murcia 1.899 (+16,7%) y Castilla y León 1.840 (+21,2%).

La producción parece asentarse en el mercado español, puesto ya cuenta con unas 1.234 bodegas (+10%) certificadas para vender vino ecológico, 346 en Cataluña, 239 en Castilla- La Mancha, 160 en la C. Valenciana, y 156 en Castilla y León. (MAPA, 2022)

## 6 Análisis estratégico del sector

Para llevar a cabo un análisis estratégico del sector preciso se realizarán: breve estudio del perfil del consumidor, análisis DAFO, identificación de las fuerzas motrices, y evaluación de las 5 fuerzas competitivas a través del modelo de Porter.

### 6.1 Perfil del consumidor

El perfil del consumidor de vino en España de manera mayoritaria es un hombre de más de 35 años con un nivel de ingresos medio. Los hombres representan el 57% del consumo total, frente al 43% de mujeres, un porcentaje que ha ido claramente en ascenso en los últimos años. También destaca que a mayor edad, mayor es el consumo de vino pues entre los 18 y 34 años este apenas representa un 26%, entre los 35 y 54 36% y alcanza el 38% en mayores de 54. (León, 2019)

### 6.2 Análisis DAFO

#### 6.2.1 Debilidades

- Una de las principales debilidades del sector es su producción tan fragmentada; donde existe un gran número de pequeñas bodegas sin poder de mercado ni estructura comercial (5.2.3)
- Desconocimiento por parte del consumidor del resto de DOP menos conocidas
- Desconexión entre producción y consumo, aunque mejora con el enoturismo
- Producciones irregulares (5.2.2)
- Falta de relevo generacional en las tareas de campo (5.2)

(Lancelot Digital, 2022)

#### 6.2.2 Amenazas

- Sector con una fuerte competencia, más de 4.000 productores (5.2.3)
- Aparición de nuevos países competidores en los mercados internacionales (EE.UU., Chile, Argentina, Australia y Sudáfrica) (5.1.1)
- Otros productos sustitutivos, principalmente la cerveza (6.4.5)
- Cambio en los hábitos de consumo; un menor consumo de vino, especialmente grave en las nuevas generaciones (6.1)
- La regulación cada vez más exigente, el aumento de la carga fiscal, el encarecimiento de los costes de la energía y el transporte o la elevada tasa de inflación hacen que los vinos europeos sean menos competitivos en los mercados internacionales
- La aparición de nuevas plagas o enfermedades y los factores climatológicos cada vez más adversos afectan al volumen y a la calidad de producción (2.3; **Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

### 6.2.3 Fortalezas

- Unas condiciones climáticas y edafológicas perfectas para el cultivo de la vid que ofrecen mayores rendimientos por ha
- El saber hacer “*know how*”, la tradición
- Un reconocido sistema de calificaciones (DOP e IGP) avalan la alta calidad del producto (4.4)
- Amplia oferta en tipos de vino y precios (5.2.5)
- Buena posición en el segmento mundial de vinos económicos y con calidad (5.2.5)
- Menores costes de producción que los de sus competidores. (OIVE, 2020), (5.2.5) Los vinos españoles son rentables a partir de los 0,3 €/l. mientras que en Francia lo son a partir de los 0,78 €/l. (Sipse.com, 2018)
- Buen desarrollo tecnológico gracias a la I+D+I

### 6.2.4 Oportunidades

- Aparición de nuevos mercados que tradicionalmente no tenían un consumo avanzado de vino (5.1.2)
- Sector clave en la lucha contra el despoblamiento rural (5.2)
- Oportunidades de cooperación y asociacionismo entre empresarios
- Desarrollo del enoturismo gracias a un interés creciente por conocer nuestra historia, cultura, gastronomía y paisajes
- Existencia de fondos públicos europeos para la mejora y reestructuración del viñedo
- España es líder mundial en superficie de viñedo ecológico, la tercera mayor producción de este (5.2.9)
- Producto aumentado a través de tangibles como la presentación del envase e intangibles como la imagen de marca

(Consejería de Economía de Castilla-La Mancha, 2020; Interempresas, 2021)

## 6.3 Identificación de las fuerzas motrices

Gracias a las fuerzas motrices podemos comprender la naturaleza básica del sector y las causas o motivos que lo hacen cambiar, así como sus tendencias. Para el sector del vino en concreto podemos encontrar:

Cambio por el ciclo de vida del sector; el mercado del vino se encuentra saturado y en declive en cuanto a su consumo. Es necesario adaptarse a los cambios en los hábitos del consumidor en general y en el joven en particular el cual parece valorar más el precio que la calidad.

Otra causa por la cual el sector cambia es porque existen fuerzas que ejercen presión e incentivan el cambio, como, por ejemplo, el régimen de calificación por DOP e IGP influye de manera más directa en la decisión de compra y valoración de un vino u otro que la propia marca. Este comportamiento está presente a la hora de consumir vino en cualquiera de sus canales de distribución, obligando a las bodegas a agrupar

sus marcas en torno a este sistema de marca “paraguas” para lograr tener éxito en sus ventas.

También encontramos otras fuerzas poderosas tales como: la globalización del sector, la entrada de nuevos competidores al mercado internacional del vino con (Chile, Argentina, China, Australia, Sudáfrica y EEUU), la preferencia de los compradores hacia un producto cada vez más diferenciado tanto a través de tangibles como intangibles o la preocupación por que el producto sea orgánico y vegano es decir que durante el procesos de cultivo y vinificación no se hallan sido utilizados ni productos químicos ni derivados de origen animal.

#### 6.4 Evaluación de las fuerzas competitivas (modelo de M. Porter)

Matriz creada por Michael Porter en 1979 para definir el modelo negocio de una empresa analizando a la competencia del sector. De la misma manera que el análisis DAFO, este concepto del marketing es un básico en cualquier estrategia empresarial.

##### 6.4.1 Naturaleza de la rivalidad

De los cinco grupos competitivos que hay, los vendedores en competencia son los que mayor fuerza ejercen ya que estos son sus rivales más directos en la lucha por lograr una mejor posición en el mercado. La rivalidad del sector vinícola en este nivel es muy alta e intensa, porque hay una gran oferta de competidores dispuestos a vender en todas las gamas de precio, lo que reduce de manera flagrante el atractivo de inversión.

##### 6.4.2 Entrada de nuevos competidores

Su entrada al sector dependerá entre otros del atractivo y rentabilidad esperados, barreras de entrada y posterior reacción de los empresarios establecidos. En cuanto a la amenaza de nuevos competidores es baja porque prácticamente no entran nuevas marcas ya que el mercado se encuentra copado y amurallado por una gran barrera económica que coloca al entrante potencial en desventaja en relación con los rivales ya asentados.

Debido a la saturación de empresas y marcas, el sector del vino es seguramente el más competitivo de toda la actividad agroalimentaria. La primera barrera que podemos encontrarnos es la económica, y es que para entrar en el sector vinícola se necesitan grandes cantidades de capital para invertir en los terrenos y en la contratación de mano de obra profesional, pero lo más importante en este aspecto es la inversión de tecnología tanto en el campo como en la bodega, pues de su acceso dependerán unos costes finales y unas rentabilidades que nos permitirán competir en igualdad de fuerzas.

También debe de tomarse en cuenta el efecto de la curva experiencia-aprendizaje y es que para el conocimiento en profundidad tanto en la elaboración del producto como en el comportamiento del sector, la experiencia adquirida supone verdaderamente una ventaja competitiva.

El sector del vino cuenta con unas 4.133 bodegas, pero solo unas pocas son realmente conocidas por los consumidores, son estas marcas las que gracias a romper esta barrera de desconocimiento logran la fidelidad y afianzamiento en el mercado. En consecuencia, el resto de marcas no tienen poder de negociación frente a las grandes cadenas de supermercados, pudiendo elegir por aceptar las condiciones impuestas o no acceder a sus canales de distribución.

Otras barreras de entrada que podemos encontrarnos tanto a nivel estatal como comunitario son, una rigurosa normativa reguladora y una mayor carga fiscal en comparación a la que puedan tener otros países competidores. (Vilar Pablos, 2019)

#### *6.4.3 Poder de proveedores*

Esta tercera fuerza puede definirse como la capacidad de que tienen los empresarios suministradores de imponer sus condiciones en aquellas transacciones del ámbito mercantil. Si bien es cierto, añadir que pueden existir varios grupos de proveedores según el producto que sea suministrado; proveedores de materia prima, de financiación, de equipamiento y maquinaria, auxiliares...

Respecto al poder de negociación de los proveedores de materia prima, este es alto por varios motivos, el primero de ellos es que se trata de un producto perecedero que comienza a fermentar a escasas horas de ser recogido, no existen productos sustitutivos y la superficie de explotación para obtener la vid es limitada, más aún si esta se encuentra ubicada dentro de alguna DOP. Para contrarrestar este poder, las bodegas privadas han optado por adaptar en su estrategia de crecimiento, avanzados programas de integración vertical hacia atrás con la adquisición de viñedos propios.

#### *6.4.4 Poder de clientes*

De la misma manera que en la definición anterior de proveedores, aquí los clientes son los titulares de esa capacidad, son ellos quienes tienen el poder de decisión de compra. El poder de negociación del cliente es alto debido entre otros factores, a que el vino gracias a sus propiedades intrínsecas posee la capacidad de ser almacenado durante largos tiempos, existencia de productos sustitutivos y saturación del mercado.

#### 6.4.5 *Amenaza de productos sustitutivos*

Consideramos productos sustitutivos aquellos capaces de satisfacer la misma necesidad que el propio producto ofrece, estos pueden ser directos si apenas existen diferencias (otros vinos) o indirectos si por el contrario se tratara de productos completamente distintos (cerveza, refrescos y zumos agua...)

Cabe añadir la gran amenaza que supone la cerveza para los empresarios del vino, ya que esta es también una bebida alcohólica de baja graduación alcohólica consumible en situaciones muy similares, pero con un precio más bajo y mayor cantidad de producto, lo que le hace ser la preferida entre el público joven. (Vilar Pablos, 2019) Según los datos facilitados por Statista el consumo de bebidas alcohólicas a nivel mundial en 2021 se distribuyó en: cerveza 175.513,1 millones de litros (62,3%), bebidas espirituosas 35.628,8 (12,7%) bebidas espirituosas y vino 24.916 (8,8%). (Orús, 2022)

## 7 Conclusiones

España es: líder mundial en superficie de viñedo con 931.568 ha (12,8%), tercer mayor productor de vino en el mundo con 35,7 millones de hl (13,6%), segundo exportador en volumen y tercero en valor con 21,21 millones de hl y 3.020 millones de euros. Actualmente se encuentran registradas unas 4.133 bodegas, que generan un Valor Añadido Bruto (VAB) total superior a los 23.700 millones de euros anuales, equivalentes al 2,2% del PIB total español y genera más de 427.700 puestos de trabajo.

En cuanto a la comercialización de vino en el mercado internacional (80% de la producción total), España destaca más por volumen que por valor, siendo su precio medio el más bajo, 1,47 €/l. lejos de los 8,79 €/l. de Francia o los 3,59 €/l. de Italia. Esto es consecuencia de la estrategia de venta a precios bajos llevada a cabo por algunas CC.AA. como Extremadura o Castilla-La Mancha cuyo volumen de exportación representa más de la mitad del total nacional. Otras regiones productoras de gran relevancia como Castilla y León (1,5%) o La Rioja (4,1%) han optado por una estrategia de diferenciación con vinos de calidad.

En cuanto a las importaciones de vino a España, estas son menos del 10% del total de las exportaciones. El vino importado procede principalmente de Francia 50,1%, Italia 20,1% y Portugal 7,9%. Mientras que por otro lado el exportado tiene su destino en Alemania 13,8%, Reino Unido 12,2% y EE.UU 10,3%.

Por último, me gustaría agradecer a mí tutor la ayuda y los buenos consejos que me ha dado en la realización de este trabajo fin de grado y es que gracias a este esfuerzo conjunto he podido conocer la importancia que tiene el sector vinícola para la balanza del comercio exterior español y la propia economía del país, además de ser un enclave en la lucha contra el despoblamiento rural y un excelente promotor de nuestra cultura y tradiciones.

## 8 Bibliografía

- Berciano, P., & Santaolalla, R. (2021, noviembre 24). El insecto que cambió el vino. *elDiario.es*.  
<https://tinyurl.com/2h4k7nte>
- Bodegas El Inicio. (2021, noviembre 3). Clasificaciones de los vinos Ribera del Duero. *Vinetur*.  
<https://tinyurl.com/2jzhp7yr>
- Bodegas Franco-Españolas. (2020, abril 7). *¿Qué es la filoxera y cómo afectó al viñedo?*  
<https://tinyurl.com/2qkuy39p>
- Bodegas Vega Tolosa. (2021, abril 23). Azúcar en vino: Tipos de vino según su cantidad. *Vega Tolosa*. <https://tinyurl.com/2z6bj7e7>
- CataTú. (2016, septiembre 27). ¿Conoces las diferencias entre las Denominaciones de Origen, Pagos y Vinos de la Tierra? *CataTú*. <https://tinyurl.com/2lt9h2w4>
- CataTú. (2021, abril 13). Tipos de vinos. Clasificaciones de vino según diferentes criterios. *CataTú*. <https://tinyurl.com/2osv34yn>
- Consejería de Economía de Castilla-La Mancha. (2020). *Análisis DAFO del sector vinícola de Castilla-La Mancha*. Consejería de Economía de Castilla-La Mancha.  
<https://tinyurl.com/2j7qw9qr>
- D.O. Utiel-Requena. (2018, abril 19). Las partes de la planta de la uva, la vid [Utiel-Requena D.O.]. *Sobre la DO, Sobre Viticultura*. <https://tinyurl.com/2px8b5an>
- El Vino Sentido. (s. f.-a). ¿Qué son los hollejos de la uva y para qué sirven? *El Vino Sentido*.  
<https://tinyurl.com/2mcbv5zd>
- El Vino Sentido. (s. f.-b). *Requisitos para pertenecer a una DOP*. <https://tinyurl.com/2nvk2psh>
- Federación Española del Vino. (2021). El sector en cifras. *El sector en cifras*.  
<https://tinyurl.com/2efmekys>
- Gerra, A. (2021, septiembre 18). ¿Qué es la vid? Guía para principiantes. *Vinetur*.  
<https://tinyurl.com/2fs7q8ak>
- Interempresas. (2021, abril 20). España, líder mundial en superficie de viñedo ecológico. *Interempresas*. <https://tinyurl.com/2lur6cxz>
- Lancelot Digital. (2022, septiembre 18). ¿Cuáles son las debilidades y amenazas del sector del vino? *Lancelot Digital*. <https://tinyurl.com/2olqgvq2>
- León, J. (2019, abril 4). ¿Cuál es el perfil del consumidor de vino en España? *Jean León Blog*.  
<https://tinyurl.com/267h8cyn>
- MAPA. (2022). *Estadísticas de producción ecológica 2021* (pp. 58-60). Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. <https://tinyurl.com/228c9r79>

- Muy Sibarita. (2022, mayo 31). *Denominaciones de origen de vino en España*. <https://tinyurl.com/2kr2a6po>
- OEMV. (2022). *Coyuntura vitivinícola mundial 2022* (pp. 1-3). Observatorio español del mercado del vino. <https://tinyurl.com/23eeyy45>
- OEMV. (2023a). *Principales exportadores mundiales de vino 2022* (pp. 3-6, 8-10, 40-42). Observatorio español del mercado del vino. <https://tinyurl.com/2ykuodzw>
- OEMV. (2023b). *Principales importadores mundiales de vino 2022* (pp. 6-8). Observatorio español del mercado del vino. <https://tinyurl.com/2czg82pp>
- OEMV. (2023c). *Superficie de viñedo de uva para vinificación en España 2022*. Observatorio español del mercado del vino. <https://tinyurl.com/22parruh>
- OIV. (2022). *Estimación producción mundial de vino en 2022* (p. 3). International Organisation of Vine and Wine. <https://tinyurl.com/2pr8p7k2>
- OIVE. (2020). *Estudio de costes de producción de uva para la elaboración de vinos en España* (Estudio fase II; <https://tinyurl.com/2ctsza45>, pp. 37 y 57). Organización Interprofesional de vino de España.
- OIVE. (2022). *Informe económico noviembre 2022* (p. 5). Organización Interprofesional de vino de España. <https://tinyurl.com/2n8gscf>
- Orús, A. (2022). *Consumo de bebidas alcohólicas a nivel mundial en 2021, por segmento*. Statista. <https://tinyurl.com/2pv7fja7>
- Orús, A. (2023a). *Países con mayor superficie dedicada a viñedos del mundo en 2022*. Statista. <https://tinyurl.com/2kpy5v4s>
- Orús, A. (2023b). *Principales países productores de vino en el mundo en 2022*. Statista. <https://tinyurl.com/2fzuaht>
- Orús, A. (2023c). *Producción anual de vino en España 2011-2022*. Statista. <https://tinyurl.com/2yjbz33v>
- Orús, A. (2023d). *Producción de vino en las distintas comunidades autónomas en España en 2021*. Statista. <https://tinyurl.com/2hp926z5>
- Orús, A. (2023e). *Valor del vino exportado a nivel mundial 2001-2022*. Statista. <https://tinyurl.com/2knjsu2o>
- Parra, S. (s. f.). El vino como forma de transmisión de cultura [JotDown]. *Arte y Letras, Historia*. <https://tinyurl.com/2hnsxrb8>
- Pérez Sánchez, A. (2014, marzo 10). España: Donde más vino se produce y más barato se vende [IPC Blog]. *Precios Materias Primas*. <https://tinyurl.com/2fk6uzm3>

- Protocolo y Etiqueta. (2003, julio 24). Tipos de vino. Clasificaciones del vino por sus características. *Protocolo y Etiqueta*. <https://tinyurl.com/2loknu2q>
- Secretaría de Estado de Comercio. (2023). *Data Comex*. Secretaría de Estado de Comercio. <https://tinyurl.com/2z5hzfds>
- Sipse.com. (2018, julio 11). El fraude del siglo, vino español se vendía como francés. *Sipse.com*. <https://tinyurl.com/2z9z66cd>
- TecnoVino. (2018, marzo 1). Las variedades de uva más cultivadas en el mundo: Ranking, tendencias y más.... *TecnoVino*. <https://tinyurl.com/2nbhezn8>
- TecnoVino. (2023, abril 1). La cara y la cruz de las exportaciones de vino en 2022: Récord histórico en valor y menor volumen. *TecnoVino*. <https://tinyurl.com/2zm23d6z>
- TurismoDeVino. (s. f.). Historia del vino—10 momentos para entenderla. *TurismoDeVino*. <https://tinyurl.com/2hesr4l3>
- Vallès Salbanyà, G. (2021). *SRC del sector vitivinícola* (p. 42). EAE Business School. <https://tinyurl.com/2hfzw8yn>
- Vilar Pablos, F. (2019). *La estructura competitiva de la industria del vino en Castilla y León* [Universidad de León]. Anexo. <https://tinyurl.com/2zf7qedl>
- Vinetur. (s. f.). Historia del vino, origen de la viticultura. *Vinetur*. <https://tinyurl.com/2mooxtjs>
- Vinetur. (2019, mayo 15). *Solo 100 empresas españolas dominan el mercado internacional del vino*. <https://tinyurl.com/2y2vvgts>
- Vinetur. (2020, noviembre 30). El sector del vino genera casi 24.000 millones de euros anuales para España. *Vinetur*. <https://tinyurl.com/y5dfw7f7>
- Vinos de Castilla- La Mancha. (s. f.). Denominacion de Origen (DO). *Vinos de Castilla- La Mancha*. <https://tinyurl.com/y4yhbzrb>
- WineVictim. (s. f.). ¿Qué son los hollejos del vino y para qué sirven? *WineVictim, Enoincitadores*. <https://tinyurl.com/2ow7q72g>