



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL ESTUDIO DE CASOS: BODEGA BERONIA SA Y LA RIOJA ALTA SA.

Autora

Elvira González Villanueva

Directora

Marisa Ramírez Alesón

Facultad de Economía y Empresa

2021

INFORMACIÓN Y RESUMEN

LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR VITIVINICOLA ESPAÑOL. UN ESTUDIO DE CASOS: BODEGA BERONIA SA Y LA RIOJA ALTA SA.

Autora: Elvira Gonzalez Villanueva.

Directora: Marisa Ramírez Alesón.

Titulación: Grado en Finanzas y Contabilidad.

Resumen. *En el presente trabajo se analiza el sector del vino en España, sus principales características y las variables que definen su situación en el mercado nacional e internacional. Se detallará sobre la historia, estructura y evolución del vino, se comentarán aquellas bodegas de mayor relevancia, así como la evolución temporal del consumo y la producción. A continuación, se estudiará el marco regulatorio del mercado español y las recientes medidas impuestas por la actual pandemia.*

Posteriormente, se realizará un análisis de la internacionalización del sector, de las importaciones y exportaciones de nuestro país, así como las barreras comerciales y aranceles a los que se enfrenta. Asimismo, se hablará de los países con más relevancia en el sector y futuros competidores.

Para finalizar, se estudiará el caso de dos bodegas con Denominación Origen Rioja que tiene un gran prestigio en el mercado de vino español, de su proceso de internacionalización, el tamaño y estructura, y la oferta de vinos que ofrecen a los consumidores, así como un análisis comparativo de ambas.

Abstract. *In this paper, I analyze the wine sector in Spain, its main characteristics and the variables that define its situation in the national and international market. The history, structure and evolution of the wine will be detailed, the most relevant wineries will be discussed, as well as the temporal evolution of consumption and production. The regulatory framework of the Spanish market and the recent measures imposed by the current pandemic will then be examined.*

Subsequently, an analysis will be made of the internationalization of the sector, of our country's imports and exports, as well as the trade and tariff barriers it faces. In addition, the most relevant countries in the sector and future competitors will be discussed.

Finally, we will study the case of two wineries with Denominación Origen Rioja that have a great prestige in the Spanish wine market, its internationalization process, the size and structure, and the offer of wines that they offer to consumers, as well as a comparative analysis of both.

INDICE

1-	INTRODUCCIÓN	5
2-	SECTOR VITIVINICOLA ESPAÑOL	6
2.1-	HISTORIA.....	6
2.2-	ESTRUCTURA Y EVOLUCION DEL SECTOR.....	7
2.3-	EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	9
2.4-	EVOLUCIÓN DEL CONSUMO INTERIOR.....	11
2.5-	REGULACIÓN DE LOS MERCADOS DEL SECTOR DEL VINO	12
3-	LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR VITIVINICOLA.....	17
3.1-	ARANCELES Y BARRERAS COMERCIALES EN EL SECTOR VITIVINICOLA MUNDIAL	17
3.2-	IMPORTACIONES.....	20
3.3-	EXPORTACIONES	21
3.4-	PRINCIPALES PAISES DEL SECTOR VITIVINICOLA A NIVEL MUNDIAL	23
4-	ESTUDIO DE 2 CASOS DE BODEGAS RIOJANAS.....	27
4.1-	LA RIOJA ALTA SA.....	28
4.2-	BODEGAS BERONIA	31
4.3-	ANÁLISIS COMPARATIVO.....	35
5-	CONCLUSIÓN	37
6-	BIBLIOGRAFIA	39
7-	ANEXOS.....	43

1- INTRODUCCIÓN

El sector vitivinícola es una parte muy importante, no solo de la economía, sino también de nuestra cultura y sociedad. El vino contribuye a nuestra imagen como país y es un determinante clave de atracción de nuevos visitantes y turistas. Tenemos un sector responsable y sostenible, es un motor de desarrollo en muchos pueblos y pequeñas ciudades de nuestra geografía, cohesionada y le da consistencia al territorio y ofrece empleo de calidad tanto en el campo como en la industria auxiliar. Es símbolo de tradición, pero también en los últimos años es puntero en innovación e investigación.

Pertenece al sector primario y se sitúa como uno de los más importantes de la agricultura a nivel mundial, es dinámico y un buen ejemplo de internacionalización, ya que se ha convertido en uno de los principales productos de comercialización global, el tercer país productor de vino para ser exactos, produciendo en 2020 un total de 37.5 millones de hectolitros, detrás de Italia y Francia. Asimismo, según el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) el saldo comercial del vino en España es netamente favorable alcanzando los 2.450,4 millones de euros, lo que supone una notable contribución del sector a la balanza comercial nacional. ¹

Por ser un sector de gran relevancia tanto en el pasado, en la actualidad y con grandes expectativas de futuro, con índices altos de competitividad tanto dentro como fuera de las fronteras, el presente trabajo de fin de grado pretende analizar el sector vitivinícola en España y sus principales competidores a nivel mundial, que permita desarrollar nuevas estrategias empresariales. Asimismo, un estudio del proceso de internacionalización y de porque las empresas tienen la necesidad de expandirse, de cómo lo consiguen y que destinos son los más populares. Se analizará, además, el sector del vino en La Rioja, para ser más concretos, la Denominación de Origen Rioja, la más antigua de España y dos bodegas que lo representan: La Rioja Alta y Beronia, ejemplos que implementan esta práctica para la búsqueda de nuevos mercados. Para finalizar, se llevará a cabo una breve comparativa de ambas compañías con un análisis económico-financiero.

2- SECTOR VITIVINICOLA ESPAÑOL

La vitivinicultura es uno de los sectores más importantes de la economía agrícola en España, no solo por la extensión del cultivo, sino por el valor económico y la importancia social que tiene el cultivo de la vid. La Organización Común de Mercados Agrícolas (OCM) define a la vitivinicultura como el conjunto de técnicas y procedimientos que se llevan a cabo para el cultivo de la vid y la producción del vino. Sus actividades incluyen desde el cultivo y la propagación de la vid hasta su elaboración, almacenamiento y comercialización final.²

Otra definición sería la de la OIV (Organización Internacional de la Vid y el Vino) define la vitivinicultura sostenible como el “enfoque global de los sistemas de producción y transformación de las uvas, asociando a la vez la continuidad económica de las estructuras y de los territorios, la obtención de productos de calidad, la consideración de las exigencias de una viticultura de precisión, de los riesgos vinculados al medioambiente, a la seguridad de los productos y la salud de los consumidores, y la valoración de los aspectos patrimoniales, históricos, culturales, ecológicos y paisajísticos”.³

2.1- HISTORIA

El vino ha sido consumido por la sociedad desde antes del siglo XVI, pues la uva, es un fruto que fermenta y tiene una fácil adaptación, con lo que podemos intuir que fuese la primera bebida alcohólica del mundo. Pero, no fue hasta ese siglo que el sector vinícola experimentara un crecimiento importante.

Los primeros años, priorizaba aumentar la producción, dejando a un lado la calidad del producto. Una vez asentado el sector, se irán implementando técnicas industriales para mejorar la calidad.

En España, el mercado del vino alcanzó su madurez en el siglo XIX, siendo La Rioja, la primera Comunidad Autónoma en tener viñedos y en embotellar el vino, eliminando el sistema de barrica. Esta época destacó por la plaga de la filoxera, una enfermedad originada por un parásito que afectó a las principales zonas vitivinícolas españolas. Con dicha situación, fue necesaria la reconstrucción de los viñedos, lo que provocó un

aumento forzoso de gastos y que muchos productores emigraran. Fue aquí cuando surgieron las primeras bodegas cooperativas.

Con la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Civil Española, los viñedos estaban arrasados, lo que supuso otra ralentización del sector vitivinícola. De nuevo se tuvo que trabajar el campo para poder adecuarlo a dicha producción, adoptando técnicas modernas en cuanto a su fabricación y almacenaje.

Desde la década de los años 60, el sector se recuperó, aumentando su extensión en viñedos y consiguiendo máximos históricos en consumo y producción. En la actualidad, las cifras de estos dos factores macroeconómicos se han reducido paulatinamente, sobre todo la de la producción, ya que se ve afectada de forma directa por la climatología, pero el mercado del vino español ha sabido hacerse hueco en el mercado mundial.^{4,5,6}

2.2- ESTRUCTURA Y EVOLUCION DEL SECTOR

España ha sido un país netamente productor del cultivo de la vid, lo que le ha llevado a especializarse en diferentes variedades de vino para poder llegar a satisfacer las necesidades y gustos de los consumidores. Esto ha llevado a que el país tenga una gran oferta de vinos y denominaciones de origen. En 2019, el número total de bodegas en España era de 4151, localizándose principalmente en Castilla y León, Cataluña, Galicia, País Vasco y La Rioja.⁷



Imagen 1. Fuente: OeMv. Número de bodegas en 2018.

La producción y cultivo de la vid en diferentes Comunidades Autónomas tiene como resultado diferentes denominaciones de origen, así como un reflejo de las tendencias de consumo. La uva, es el elemento principal para la producción del vino y serán sus técnicas de cultivo, así como sus características (origen, viñedo, clima, etc.) la que determine la calidad final del vino.

En España, la variedad de uva es extensa y junto con las actuales técnicas de elaboración, podemos clasificar las distintas variedades de vino que encontramos en el mercado en Denominación de Origen de uso Protegido (DOP), con un total de 70 en España, y en Indicación Geográfica Protegida (IGP), con un total de 42 en España, siendo la diferencia entre ambas el vínculo entre la calidad o características del producto con el origen geográfico, como el vínculo de las uvas con las que se produce, sus factores humanos y culturales inherentes al origen. Asimismo, en el caso de los vinos con DOP, el 100% de las uvas proceden exclusivamente de la zona geográfica de producción, en el caso de los vinos con IGP debe ser al menos el 85% de las uvas, el que proceda exclusivamente de la zona. ⁸

Mencionar, que esta clasificación, controla y garantiza el origen y calidad del vino, promociona las distintas marcas colectivas abriendo a nuevos mercados a las empresas, crea una imagen a sus territorios (favorece el desarrollo económico ya que las denominaciones de origen no se pueden deslocalizar) y favorecen y fomentan la estructuración del sector.

La siguiente clasificación de vinos sería según su color, ya que a simple vista podemos distinguir entre tintos, rosados y blancos.

Y, por último, la clasificación por edad, que esta medida según la añada de la cosecha y su envejecimiento en barrica. Centrándonos en la Denominación Origen Rioja, las principales variedades que nos encontramos en el mercado son: ⁹

- **Genérico:** Esta categoría garantiza el origen y añada del vino. Suelen ser vinos en su primer o segundo año, que conservan sus características primarias de frescor y afrutado.
- **Crianza:** Los vinos tintos deben tener un período mínimo de envejecimiento de 24 meses, de los cuales deben permanecer al menos 6 meses en vasijas de roble,

mientras que los blancos y rosados deben tener un período mínimo de envejecimiento de 18 meses.

- **Reserva:** Los vinos tintos deben tener un período mínimo de envejecimiento de 36 meses, de los cuales deben permanecer al menos 12 meses en vasijas de roble y en botella el resto del periodo, mientras que los blancos y rosados, deberán estar 24 meses en envejecimiento de los cuales 6 estarán en bodega.
- **Gran Reserva:** Los vinos tintos deben tener un período mínimo de envejecimiento de 60 meses, de los cuales deben permanecer al menos 18 meses en vasijas de roble, mientras que los blancos y rosados deben tener un período mínimo de envejecimiento de 48 meses, de los cuales deben permanecer al menos 6 meses en barricas de roble.

2.3- EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Con la crisis del COVID-19, las bodegas han acumulado stocks de vinos no vendidos y solo aquellas que estaban bien posicionadas en los mercados vinícolas han podido salvar en cierto modo la crisis. A ello se ha sumado una vendimia 2020 complicada con exceso de lluvias.

Además, el 2021 se caracteriza también por el BREXIT en Reino Unido, el cambio de gobierno en Estados Unidos y las todavía restricciones hosteleras de muchos países. Alguna noticia positiva de este sector unido a las tradiciones ha tenido que reaccionar para poder sobrevivir. La digitalización de todo el sector y sobre todo de las ventas se ha vuelto esencial para la supervivencia, y las empresas que lo han aplicado han podido aprovechar parte del aumento del consumo online de vino. Y aunque el aumento de ventas en el canal digital no ha podido compensar el cierre de hoteles, restaurantes y cafeterías, especialmente en España, la crisis ha conseguido acercar a estas empresas una digitalización muy necesaria.

El volumen de vino producido en España en 2019 tal y como nos muestra el gráfico fue de 33.5 millones de hectolitros, similar al año 2011 en el cual se produjeron 33.4 millones de hectolitros. Además, la producción de vino no sigue una trayectoria determinada y una de las grandes desventajas de este sector, es que depende en gran medida del factor climatológico. En los últimos años, hemos presenciado tanto sequías como lluvias

torrenciales, destrozando los viñedos y reduciendo la producción de la vid. Asimismo, los gases de efecto invernadero que han aumentado con el cambio climático han favorecido a estas alteraciones climatológicas. La productividad de nuestros viñedos, que se ven afectados por las temperaturas, la luminosidad y la pluviometría. Estos, pueden influir tanto de forma positiva, como negativa a nuestra producción y calidad del vino. En 2020, según datos del MAPA, la superficie de viñedo para uva de vinificación en España fue de 949.565 hectáreas.

El resultado de estos factores en el gráfico sería la comparativa del año 2017 y 2018, siendo el primer año de las cosechas más escasas y el segundo de las más abundantes.

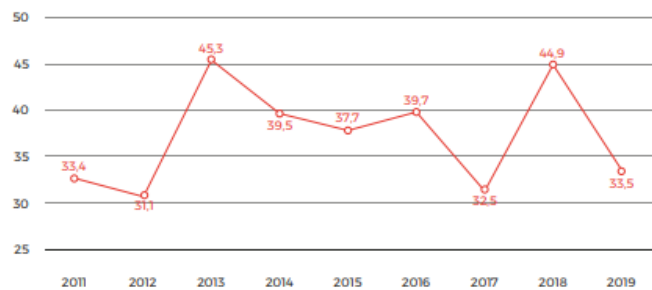


Imagen 2. Fuente: Statistic

Por regiones, podemos observar cómo Castilla-La Mancha lidera el volumen de producción total de vino con casi 24 millones de hectolitros, seguida de Extremadura con 2.731.779 hectolitros y de Cataluña con 2.473.946 hectolitros de vino. La Rioja en este caso es la sexta Comunidad Autónoma en producción de vino con 2.103.596 hectolitros, pero la segunda en producción de la variedad tinto con 1.927.048 hectolitros.

CCAA	Vinos con DOP			Vinos con IGP			Vinos varietales sin DOP ni IGP			Vinos sin indicación geográfica			Total vino		
	Tinto/Ros.	Blanco	Total	Tinto/Ros.	Blanco	Total	Tinto/Ros.	Blanco	Total	Tinto/Ros.	Blanco	Total	Tinto/Ros.	Blanco	Total
ANDALUCÍA	11.227	640.436	651.663	16.976	15.551	32.527	11.028	3.112	14.140	14.321	101.689	116.010	53.552	760.788	814.340
ARAGON	897.673	142.081	1.039.754	26.808	4.929	31.737	131.991	12.230	144.221	53.669	3.813	57.482	1.110.141	163.053	1.273.194
ASTURIAS	408	293	701	0	0	0	0	4	4	2.379	29	2.408	2.787	326	3.113
BALEARES	11.152	6.483	17.635	16.120	10.282	26.402	98	345	443	308	60	368	27.678	17.170	44.848
CANARIAS	21.765	27.532	49.297	0	0	0	0	0	0	743	758	1.501	22.508	28.290	50.798
CANTABRIA	0	0	0	250	267	517	0	178	178	251	106	357	501	551	1.052
CASTILLA LA MANCHA	1.911.456	726.557	2.638.013	2.872.932	1.502.730	4.375.662	2.843.799	6.002.255	8.846.054	3.665.142	4.444.560	8.109.702	11.293.329	12.678.102	23.969.431
CASTILLA Y LEÓN	1.186.465	824.970	2.011.435	135.188	47.818	183.006	3.277	2.684	5.961	42.741	14.261	57.002	1.367.671	889.733	2.257.404
CATALUÑA	563.474	1.564.006	2.127.482	2.187	1.875	4.062	9.059	115.735	124.794	57.575	180.033	237.608	632.295	1.841.651	2.473.946
EXTREMADURA	70.182	101.337	171.519	152.974	182.991	335.965	82.219	105.974	188.193	573.817	1.462.685	2.036.502	879.192	1.852.587	2.731.779
GALICIA	65.257	353.737	418.994	892	1.480	2.372	799	895	1.694	9.460	4.714	14.174	76.408	360.826	437.234
C.MADRID	32.557	14.955	47.512	0	0	0	228	5	233	14.551	19.029	33.580	47.336	33.989	81.325
MURCIA	389.081	21.057	410.138	11.173	0	11.173	211.819	8.689	220.508	215.895	6.505	222.400	827.968	36.251	864.219
NAVARRA	580.895	79.011	659.906	8.912	30	8.942	45.144	9.015	54.159	36.851	347	37.198	671.802	88.403	760.205
PAIS VASCO	598.919	111.983	710.902	42	0	42	1.784	119	1.903	1.604	27	1.631	602.349	112.129	714.478
LA RIOJA	1.870.563	170.915	2.041.478	0	4.020	4.020	620	86	706	55.865	1.527	57.392	1.927.048	176.548	2.103.596
C.VALENCIANA	1.136.868	481.377	1.618.245	1.992	560	2.552	304.419	101.418	405.837	301.194	39.736	340.930	1.744.473	623.091	2.367.564
TOTAL	9.347.942	5.266.732	14.614.674	3.246.446	1.772.133	5.018.579	3.846.284	6.362.744	10.009.028	5.046.366	6.259.878	11.306.245	21.287.038	19.661.488	40.948.526

Tabla 1. Fuente: INFOVI, extracción del 1 de septiembre de 2021.

Para finalizar con la evolución de la producción en España, me gustaría comentar aquellas bodegas nacionales que son de mayor importancia para el mercado del vino.

Las principales empresas productoras de vino en el país concentraron un total de 2845,8 millones de euros en ventas de 2019 lideradas por el Grupo J. García Carrión que con 850 millones de euros de ventas controla un 10% del mercado. Esta es seguida por Freixenet con 500 millones y de Félix Solís con 340 millones.

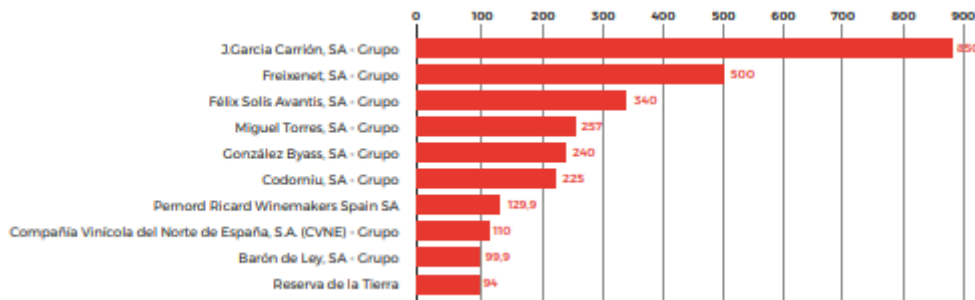


Image 3 Fuente: Statistic.

Mientras que las marcas más vendidas de vino son Marqués de Cáceres, Protos, El Coto, Cune y Terras Gauda.^{10, 11}

2.4- EVOLUCIÓN DEL CONSUMO INTERIOR

En primer lugar, hay que distinguir entre los dos tipos de canales de distribución que existen en el sector vitivinícola, en primer lugar, el canal “HORECA” que este compuesto por los hoteles, restaurantes y cafeterías, y, en segundo lugar, el canal de la alimentación como por ejemplo los supermercados o hipermercados.

La evolución del consumo de interior en los últimos años ha seguido una tendencia decreciente, aunque de forma paulatina. Esto es debido principalmente, por la caída del sector de restauración por las últimas crisis que España ha atravesado, ya no solo de forma económica como la crisis del 2008, sino que, con la reciente pandemia, las principales restricciones afectan a este sector.

Por otra parte, el consumo en hogares ha aumentado según los datos del MAPA revisados por el Observatorio Español del Mercado del Vino que crece un 25% la compra de vino

en Alimentación durante los 11 primeros meses de 2020. También se ve reflejado en los canales de venta, ya que el 67.7% de las ventas de vino es en supermercados, el 14,6% en hipermercados, y el resto en cooperativas y tiendas especializadas.

Por tipo de vinos, los vinos de Denominación de Origen son los más consumidos por los españoles, evolucionando de forma positiva, siendo el Rioja el más demandado, mientras que los vinos sin Denominación de Origen son los más afectados de la crisis. Crece también la preferencia por vinos con menos graduación alcohólica como son los blancos o los espumosos, ya que se perciben como más ligeros por dos motivos, primero porque se perciben como más saludables, y segundo porque encajan mejor con la moda del “aperitivo”.

Para finalizar, la situación global muestra como ha habido una disminución importante del consumo de vino en el país. Según datos publicados por la Organización Interprofesional del Vino de España, en el mes de noviembre de 2020 aumentaron las entradas de vino a las bodegas españolas (+3,5%) y cayeron las salidas un -4,7% siendo la diferencia negativa. El Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) como la FEV, han encontrado cierta solución con un nuevo canal de venta directa online. Lo plantean, además, como una alternativa para las bodegas dependan sobre todo de HORECA y como fuente positiva para el enoturismo.^{12, 13}

2.5- REGULACIÓN DE LOS MERCADOS DEL SECTOR DEL VINO

La regulación actual en materia vitivinícola se encuentra en el Reglamento (UE) nº 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios.

La Sección 4 del citado Reglamento describe los Programas de apoyo al sector vitivinícola, que tienen carácter quinquenal y cuentan con dotaciones financieras para cada Estado miembro a cargo del Fondo Europeo de Garantía Agraria (FEAGA). Esta normativa comunitaria supuso un cambio en las medidas de apoyo al sector vitivinícola, al eliminar las tradicionales medidas de regulación y sustituirlas por un conjunto de medidas con un carácter más ambicioso. Cada Estado miembro selecciona, de entre las

medidas elegibles, las que va a financiar, configurando así su propio Programa de Apoyo con el objetivo de adaptarse a su situación específica. ¹⁴

En la gestión de cada medida del Plan, y dentro del marco de sus competencias, participan el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el Fondo Español de Garantía Agraria O.A. (FEGA) y las Comunidades Autónomas.

El papel fundamental del FEGA es el de coordinar a los organismos pagadores de las comunidades autónomas en la función de la gestión y control del pago de estas ayudas. En este sentido, colabora, junto con las Comunidades Autónomas, en la orientación a los perceptores de la ayuda en el cumplimiento de sus responsabilidades de cara a la adecuada justificación de los gastos subvencionables.

Actualmente está en vigor el Programa 2019-2023, conocido en España como Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español (PASVE) 2019-2023. Los aspectos más importantes sobre medidas financiables de dicho programa son:

Promoción de vino en terceros países: para medidas de información o promoción de vinos de la Unión Europea en los Estados miembros, con el fin de informar a los consumidores sobre el consumo responsable de vino y los sistemas de denominaciones de origen e indicaciones geográficas de la Unión, o en los terceros países, con el fin de mejorar su competitividad.

Reestructuración y reconversión del viñedo: la medida tiene como finalidad aumentar la competitividad de los productores vitivinícolas y se articula a través del apoyo a tres operaciones: reimplantación del viñedo, reconversión varietal y mejora de las técnicas de gestión del viñedo.

Inversiones: el objetivo de la medida es la mejora del rendimiento global de las empresas vitivinícolas y su adaptación a las demandas del mercado, y el aumento de su competitividad, y de la comercialización y el posicionamiento en los mercados de los productos vitivinícolas producidos en territorio español. La ayuda se concede a empresas vitivinícolas y/o bodegas, así como a sus asociaciones para la producción y/o comercialización de vino, mosto o vinagre.

Destilación de subproductos: el objetivo de la medida es favorecer el cumplimiento de la obligación comunitaria de eliminación de los subproductos obtenidos en la

transformación de la uva de vinificación en territorio nacional antes de la finalización de la campaña vitícola en que se produjeron y de forma respetuosa con el medio ambiente.

Cosecha en verde: El objetivo de la medida es evitar crisis de mercado vitivinícola y recobrar el equilibrio de la oferta y la demanda y consiste en la destrucción o eliminación total de los racimos de uva inmaduros de una parcela destinada a la producción de uva para vinificación. La medida únicamente se pone en marcha si antes del 15 de enero de cada año alguna comunidad autónoma remite una solicitud a la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, quien tras realizar un análisis de mercado podrá decidir conceder una ayuda a la cosecha en verde en una parte o en la totalidad del territorio nacional.

Por último, cabe mencionar algunas nuevas medidas extraordinarias que se han puesto en marcha para hacer frente a la crisis del COVID-19 como son: ¹⁵

Destilación de crisis, a través de la destilación de 2.000.000 de hectolitros de vino a granel con grado alcohólico mínimo del 11% en volumen producido en territorio nacional, en la campaña 2019-2020. El alcohol obtenido únicamente podía destinarse a usos industriales. Los beneficiarios de esta ayuda son los destiladores autorizados de productos vitivinícolas que transformen vino en alcohol.

El siguiente gráfico nos muestra el volumen de vino por Comunidad Autónoma para el que se ha solicitado la ayuda, en el que destaca en primer lugar la Castilla-La Mancha con un total de 2.160.139.13 hectolitros solicitados a lo que les correspondería un total de 44.672.839.12 euros de ayuda, seguida de la Comunidad Valenciana y de Extremadura.

Comunidad autónoma	Destilación de crisis con trazabilidad			
	Vinos con DOP		Resto de vinos	
	Volumen (hl) Solicitudes	Importe (EUR)	Volumen (hl) Solicitudes	Importe (EUR)
Andalucía	18.865,00	392.392,50	29.142,50	602.008,67
Aragón	75.575,00	1.571.962,00	250,00	5.164,35
Castilla La Mancha	350.263,53	7.285.490,69	1.809.875,60	37.387.348,43
Castilla y León	61.325,79	1.275.578,05	3.111,00	64.265,21
Cataluña	89.589,07	1.863.455,03	7.403,84	152.944,18
Extremadura	50.977,56	1.060.334,60	287.812,00	5.945.451,46
Madrid	588,80	12.247,06	338,00	6.982,21
Murcia	15.550,00	323.440,41	1.740,00	35.943,90
Navarra	12.420,50	258.346,73	1.225,25	25.310,50
La Rioja	1.000,00	20.800,03	970,00	20.037,69
Comunidad Valenciana	293.574,49	6.106.357,16	47.100,00	972.964,17
Total	969.729,74	20.170.404,25	2.188.968,19	45.218.420,77

Tabla 2. Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Almacenamiento privado voluntario, de 2.250.000 de hectolitros de vino amparado por una indicación geográfica o denominación de origen, de las cuales se cree que se recuperaran una vez que lo haga el mercado, así como su cotización y ritmo de ventas. Podemos destacar a través del gráfico que la Comunidad Autónoma que más solicitudes de ayuda a ordenado para almacenamiento es La Rioja con un importe de 608563.17 hectolitros y un importe de 5142004.16 euros, siendo en su totalidad para vinos con Denominación de Origen. Esta seguida de Castilla-La Mancha que, en su caso, también solicita esta ayuda para vinos Indicación Geográfica Protegida.

Comunidad autónoma	Almacenamiento privado			
	Vinos con DOP		Vinos con IGP	
	Volumen (hl)	Importe (EUR)	Volumen (hl)	Importe (EUR)
Andalucía	69.226,86	336.715,02	1.230,00	8.967,00
Aragón	83.638,91	585.033,64	0,00	0,00
Baleares	4.849,69	29.530,43	1.458,25	8.464,89
Canarias	1.837,95	10.461,31	0,00	0,00
Castilla La Mancha	263.071,73	2.339.325,09	136.104,25	865.635,43
Castilla y León	133.078,50	892.303,88	17.774,12	134.816,35
Cataluña	407.596,21	2.089.688,65	2.000,00	9.720,00
Extremadura	10.087,21	54.710,93	23.068,31	118.217,65
Galicia	11.976,58	67.382,81	0,00	0,00
Madrid	768,75	5.620,32	0,00	0,00
Murcia	43.123,05	384.646,94	0,00	0,00
Navarra	119.113,86	895.224,60	0,00	0,00
País Vasco	261.919,54	1.837.782,25	749,50	3.642,57
La Rioja	608.563,17	5.142.004,16	0,00	0,00
Comunidad Valenciana	48.763,57	370.534,98	0,00	0,00
Total	2.067.615,57	15.040.965,01	182.384,43	1.149.463,89

Tabla 3. Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Cosecha en verde: para la vendimia de 2020 con un importe máximo de 10 millones de euros para las parcelas de Denominación de Origen, siendo los beneficiarios los viticultores. Para la ayuda de cosecha verde destacan las comunidades de Castilla y León, seguida de Cataluña y Castilla-La Mancha.

Comunidad Autónoma	Total ayuda solicitada (EUR)	Total ayuda aceptada (EUR)
Andalucía	45.761,66	19.677,05
Aragón	61.956,65	26.640,72
Baleares	411.111,91	176.773,91
Castilla La Mancha	3.859.996,69	1.659.759,04
Castilla y León	6.631.011,90	2.851.267,20
Cataluña	5.521.818,61	2.374.325,45
Extremadura	791.443,10	340.312,43
Galicia	37.155,63	15.976,54
Madrid	55.758,33	23.975,51
Murcia	751.808,12	323.269,79
Navarra	347.413,07	149.384,06
País Vasco	196.243,93	84.382,88
La Rioja	2.258.499,82	971.131,79
Comunidad Valenciana	2.286.388,45	983.123,62
Total	23.256.367,87	10.000.000,00

Tabla 4. Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Otras reformas: LA PAC

La PAC ha experimentado grandes reformas, y en 2018, la Comisión Europea publicó las primeras propuestas legislativas para actualizar y reorientar las políticas agrícolas en la UE. A finales de 2020 se procedió a la votación definitiva por parte del consejo, y en lo que al sector vitivinícola respecta, podemos destacar: ¹⁶

- **Indicaciones geográficas:** El Consejo y el Parlamento Europeo proponen ampliar la actual definición de Indicaciones Geográficas, es decir, que los factores humanos tenidos en cuenta, no se limitaran a métodos específicos de producción, sino que podrán involucrar la gestión de suelo y paisaje, las prácticas de cultivo, así como la actividad que contribuya al mantenimiento de los factores naturales esenciales.
- **Etiquetado nutricional y de ingredientes:** limitar la declaración nutricional únicamente a los valores energéticos.
- **Régimen de plantaciones:** El Consejo y el Parlamento proponen que los derechos de plantación se reserven para los Estados para poder ser reasignados el 31 de diciembre de 2023.
- **Vino desalcoholizado o parcialmente desalcoholizado:** el Consejo y el Parlamento proponen crear estas dos nuevas variedades de vino dentro del Anexo VII, Parte II, del Reglamento de la UE (1308/2013).
- **Planes Estratégicos:** Planes Directos (el 30% de las ayudas irán dirigidos a nuevas medidas “verdes” y estarán ligadas a condicionalidad del 5% de la tierra cultivable debe dedicarse a tierras de valor ambiental, además, se hará rotación de cultivo), Ayudas al Desarrollo Rural (el 35% de los fondos irán dedicados a medidas ambientales y el 30% a medidas que financien inversiones y herramientas de gestión de riesgos) y Programas Nacionales de Apoyo (se mantienen las medidas actuales).

3- LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR VITIVINICOLA

Si algún producto del sector primario está de moda es, sin ninguna duda, el vino. En los últimos años, bodegueros y consumidores han adquirido amplitud de conocimientos con relación a esta bebida. El vino ocupa un lugar importante en las tertulias y ha pasado de tener una producción masiva indiferenciada, a tener una enorme variedad donde elegir. Asimismo, como he mencionado en párrafos anteriores, su identificación no sólo se limita a las marcas, disponemos de otras variedades como su antigüedad, su denominación de origen, proceso de elaboración, etc.

El mercado del vino ha pasado a seguir unas pautas cada vez más internacionalizadas y se ha convertido en la segunda bebida alcohólica más consumida en el mundo. Estas son algunas razones por las que los compradores se han vuelto más exigentes y buscan mayor calidad en los productos.

Por tanto, deberemos distinguir entre las distintas concepciones que tienen los países productores tradicionales y los nuevos productores. Los tradicionales son principalmente europeos y se apoyan en la Denominación de Origen con tres pilares: el factor humano, el viñedo o territorio y la variedad de uva. Sin embargo, los nuevos tienen una concepción diferente basándose más en la marca o el enólogo y el uso de aditivos dentro del marco legislativo.

En las siguientes líneas me propongo analizar el sector vitivinícola español en el marco de la creciente globalización y de los mercados mundiales. Expondré los principales indicadores relacionados con el comercio exterior, así como los nuevos países que están creciendo dentro del mercado del vino. ¹⁷

3.1- ARANCELES Y BARRERAS COMERCIALES EN EL SECTOR VITIVINICOLA MUNDIAL

En el siguiente apartado se analizarán las principales barreras comerciales del sector vinícola a nivel mundial. Para el estudio he consultado tanto la página web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo www.barrerascomerciales.es como estudios de mercado a través de ICEX, organismo público que asesora, acompaña y proporciona apoyo a las empresas españolas en su actividad internacional. Haré una breve mención de

los aranceles en los países que afectan a nuestras exportaciones y a continuación, centraré el estudio en Estados Unidos y China. ¹⁸

PAIS	ARANCEL	IMPACTO
AUSTRALIA	Gravamen especial a los vinos importados del 29% denominado Wine Equalisation Tax (WET)	Desventaja para los países exportadores y disminución de las exportaciones españolas
BRASIL	Obligación de colocar sellos fiscales en los cuellos de las botellas para combatir con el contrabando	Coste añadido para exportar la mercancía
CANADÁ	Prácticas discriminatorias entre los precios de vinos importados y locales.	Disminución de las exportaciones españolas en el país
FILIPINAS	Impuesto especial en la importación de vinos espumosos que aumentaba cada año en un 4% adicional	Pérdidas y disminución de las exportaciones
INDONESIA	Prohibiciones, restricciones y necesidad de licencias de importación	Disminución de las exportaciones españolas en el país
JAPÓN	Certificaciones Sanitarias, Veterinarias y/o Fitosanitarias	Mejora de la transparencia, pero aumento del coste de exportación
RUSIA	Restricciones y Licencias a la exportación de materias primas: Prohibición del uso del término "vino" en aquellos productos rusos elaborados total o parcialmente con vino a granel importados	Disminución de las exportaciones españolas en el país
TURQUIA	Reducción de los tipos impositivos de los licores importados de UE respecto al raki y trato preferencial para pago impositivo a favor de productores nacionales	Aumento del coste de exportación

Elaboración propia. Fuente: Barreras comerciales

Acceso al mercado y barreras comerciales en Estados Unidos.

En octubre de 2019 las administraciones españolas y estadounidenses se impusieron aranceles recíprocos como represaría por el conflicto comercial entre Airbus y Boeing que venían manteniendo en la Organización Mundial del Comercio (OCM) y que llevó a la Unión Europea a aplicar aranceles por valor de 3.360 millones de euros tras las subvenciones ilegales recibidas por el fabricante de aviones estadounidense.

Los aranceles impuestos por Estados Unidos a las exportaciones europeas en el sector agroalimentario suponían un aumento del 25% para un total de 7500 millones de dólares. Este arancel no afecta a vinos espumosos, ni a la sangría y tampoco al vino de Jerez, tan sólo afecta al vino tranquilo embotellado. Después de aplicar este arancel, se aplica un impuesto federal (FET) de entre 0.634 y 0.898 dólares/litro y finalmente, el impuesto estatal de cada Estado que no supera los 0.5 dólares por litro.

En el periodo 2018-2020, las empresas españolas afectadas por esta barrera (unas 1.700) han exportado a EE. UU. una media anual de 90 millones de litros. La inmensa mayoría de dichas exportaciones son de cava o de vino embotellado. Así, estas medidas (discriminación en la distribución y dificultad para beneficiarse de reducciones impositivas) afectan a un número importante de exportadores españoles.

Tras diversas reuniones, fuentes comunitarias confirman a RNE, EE. UU y la Unión Europea que han pactado ponerle fin a estas tarifas que acabaron agravando en 1.000 millones de euros las exportaciones agrícolas.¹⁹

Acceso al mercado y barreras comerciales en China.

Las principales barreras arancelarias en China se corresponden con certificaciones sanitarias, veterinarias y/o fitosanitarias. El vino importado soporta varios gravámenes: arancel, IVA e impuesto al consumo, que se aplican de manera secuencial y que incrementan considerablemente el coste de exportación.²⁰

Los porcentajes del arancel dependen de la variedad: si es embotellado o espumoso es un 14%. Si es a granel o en bag-in-box soporta un 20%. El IVA es un 13% y el Impuesto al Consumo (IC) es de un 10%.

La principal preocupación está en la diferencia de valores de ciertos parámetros respecto a las normas internacionales de la Organización Internacional del vino (OIV) y a las europeas, que crea una incompatibilidad entre los métodos de análisis y su aplicación en referencia a los diferentes resultados entre los análisis realizados localmente y los realizados en el país de origen. En estos casos, se suele rechazar el proceso de contraanálisis, lo que bloquea definitivamente la exportación de los productos vitivinícolas.

Asimismo, otro problema es el establecimiento de límites numéricos para las prácticas enológicas cuando no existen a nivel internacional (OIV) y de la Unión Europea, o el

establecimiento de límites divergentes más restrictivos, como es el caso del límite mínimo de extracto seco que afecta especialmente a la variedad de cava.

China está en negociaciones para convertirse en miembro de pleno derecho de la Organización Internacional del Vino, momento en el cual estará obligada a modificar dichas normas, adaptándose a la normativa internacional. Esta circunstancia permite pensar en que estas limitaciones van a reducirse mucho en breve. Por ello, esta mejora de las condiciones y la progresiva armonización de sus normas con la normativa europea induce a considerar esta barrera como resuelta.

3.2- IMPORTACIONES

El 2020, ha estado marcado por la pandemia del COVID-19 y otros problemas como el Brexit, los aranceles impuestos por Trump, la Ley de Vino en Rusia o el descenso del consumo por la población china. Las cifras con las que se cerró el comercio mundial del vino según datos de Aduanas (GTA) y analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) descendieron un 6.6% en valor (hasta 29.736 millones) y un volumen 0.2% en volumen (10.329 millones de litros), a un precio medio de 2.88 euros/litro. Los principales afectados fueron los vinos espumosos y los envasados, ya que lideraron las ventas los bag-in-box (11.7% de crecimiento en volumen y 7.7% en valor) y el vino a granel (2% de crecimiento en volumen y 3.8% en valor).

Según datos de las diversas Aduanas, las importaciones mundiales de vino español cayeron un -2,5% en volumen en 2020, hasta los 2.022,8 millones de litros y un -1,3% en valor, hasta los 2.607,7 millones de euros, con un precio medio un 1,2% superior, en los 1,29 €/litro. ²¹

Vino español en los 13 primeros compradores mundiales

La cuota de mercado de los principales países dedicados al sector vitivinícola respecto al total de importación mundial de vino español es del 65,6% en volumen y del 78,7% en valor, es decir, 1.327,1 millones de litros (-12%) y 2.051,5 millones de euros (-7%). El vino español dentro de este grupo de 13 mercados es superior al de la media mundial, con 1,55 €/litro y aumento del 5,8%. ²²

Alemania es el primer importador mundial de vino español en términos de valor, perdiendo cuota al caer un -4%, hasta los 356,7 millones de euros (-14,5 millones €).

Por otro lado, Francia es, con diferencia, el principal comprador mundial de vino español en volumen, con 439,4 millones de litros seguido de Alemania que importó en volumen un total de 347,9 millones de litros.

3.3- EXPORTACIONES

Las exportaciones, son una variable muy importante que contribuyen a formar una fuente de ingresos que fomenta el aumento de la economía para el país. Si observamos el gráfico, en el año 2020 las exportaciones de vino en el mundo estuvieron valoradas en 30 millones de euros. Este dato supuso un decrecimiento de dos millones respecto el año pasado, causado principalmente por la pandemia del COVID-19 donde se redujo las empresas exportadoras. En el caso de España, disminuyeron un 4% con respecto a 2019.

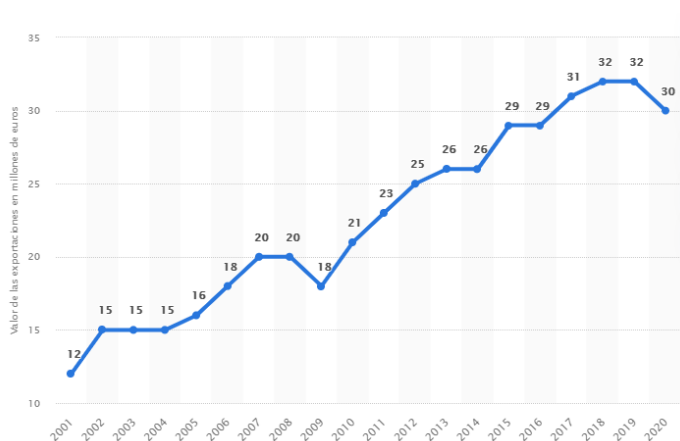


Imagen 4. Fuente: Statista. Valor de las exportaciones de vino en todo el mundo.

Según el informe elaborado por la OeMv, el conjunto de exportaciones españolas recuperó posiciones a mediados del 2021, aumentando un 3% en valor y un 10.8% en volumen en el mes de julio de 2021 mientras que los precios están a la baja -7%. El aumento en valor es gracias a los vinos generosos, espumosos y tranquilos envasados, ya que caen los graneles y los vinos en Bag in Box. Esta evolución positiva de las ventas, llevan a un crecimiento del 13,5% en valor y del 19,6% en volumen, hasta situarse en los 1.636,5 millones de euros y los 1.362,2 millones de litros. Con los datos de julio, ya disponemos de la información completa relativa a la campaña vitivinícola 2020/21, que se cierra con aumentos del 7,7% en valor, hasta los 2.810,7 millones de euros y del 11,6%

en volumen, hasta los 2.235,4 millones de litros. Por productos, los vinos envasados (liderados por los vinos con DOP), están a la cabeza del crecimiento en euros, mientras el volumen de los vinos a granel, mucho más económicos, es el que más crece en litros. Entre los principales mercados, destacan los fuertes crecimientos de ventas en EE. UU., Canadá o Suiza y la extraordinaria recuperación de exportaciones a China e Italia.²³

Exportaciones de vino de la Denominación de Origen Rioja

Según datos de las distintas aduanas, analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), la DOC Rioja ganó 0,2 puntos porcentuales en 2020 y ya supone, con 506,9 millones de euros, el 2,4% del valor total del comercio mundial de vino envasado no espumoso, que perdió el pasado año un -5,7%, hasta situarse en los 20.815,5 millones de euros (-1.254,6 millones €). En términos de volumen, supone el 2% del total, con 111,6 millones de litros (+10%), siendo el volumen total de vino envasado en 2020, de 5.475,1 millones de litros (-1,5%).²⁴

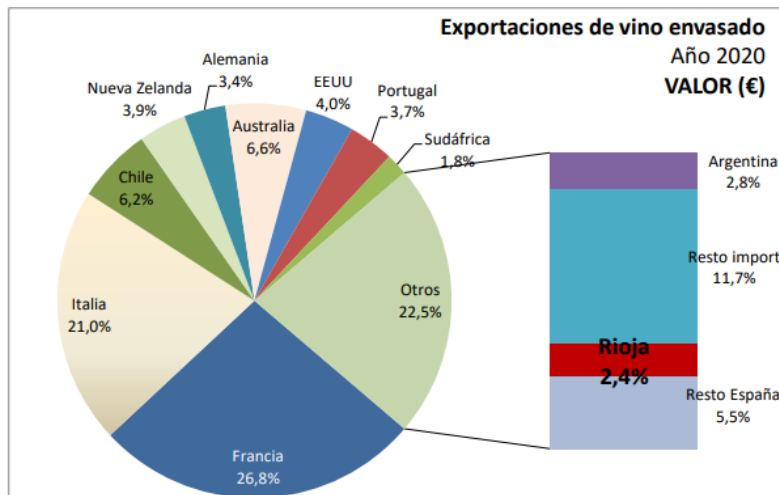


Imagen 5. Fuente: OeMv. Exportaciones de vino envasado en 2020.

3.4- PRINCIPALES PAISES DEL SECTOR VITIVINICOLA A NIVEL MUNDIAL

En el siguiente apartado, comentare brevemente el sector vitivinícola en los principales países consumidores de vino. He decidido no mencionar a Francia e Italia puesto que se tratan de países tradicionales como España, y sus características son similares, centrándome así en los países emergentes en este sector.

En el siguiente gráfico, podemos observar que el principal país consumidor de vino en 2020 es Estados Unidos con un total de 33 millones de hectolitros, cantidad que no ha variado tras la actual pandemia y que representa un 14% de la cuota de consumo mundial. Seguido de Francia, Italia y Alemania. España obtiene el octavo lugar con un total de 9.6 millones de hectolitros consumidos, 0.7% menos respecto al año pasado.²⁵

PRINCIPALES CONSUMIDORES DE VINO A NIVEL MUNDIAL

País	2020 (Mill. hL)*	2019 (Mill. hL)*	Variación anual (%)	% consumo mundial	Consumo per cápita (l / año)
Estados Unidos	33	33	0,0%	14%	10,05
Francia	24,7	24,7	0,0%	11%	36,83
Italia	24,5	22,8	7,5%	10%	40,59
Alemania	19,8	19,8	0,0%	8%	23,85
Reino Unido	13,3	13	2,3%	6%	19,95
China	12,4	15	-17,3%	5%	0,89
Rusia	10,3	10	3,0%	4%	7,13
España	9,6	10,3	-6,8%	4%	20,45
Argentina	9,4	8,9	5,6%	4%	20,52
Australia	5,7	5,9	-3,4%	2%	22,10

*Datos provisionales. Fuente: OIV

Tabla 5. Fuente: OIV

Alemania.

En el año 2020, Alemania ocupó el tercer puesto en el ranking mundial de importadores de vino en valor por un total de 2.539 millones de euros y el segundo puesto en país importador de volumen con un total de 13.72 millones de hectolitros. Sus principales suministradores fueron Francia, Italia y España.

Por otro lado, Alemania es el primer destino en valor de la exportación del vino español con 362.88 millones de euros y segundo en volumen con 408 millones de hectolitros.

Alemania también es productor de vino, contiene un total de 103000 hectáreas de viñedo y en 2020 su producción de vino alcanzó 8,9 millones de hectolitros, un 8% más que el año pasado afectado por factores climatológicos.

En cuanto al consumo, fue el cuarto país mundial con un 8% de consumo del mercado mundial del vino y el tercero de la Unión Europea con una cifra de 19.8 millones de hectolitros en 2020. El vino es la segunda bebida alcohólica consumida en Alemania, aunque según el gasto privado en bebidas alcohólicas el 33.6% pertenece al vino por encima de la cerveza con un 26.2%.²⁶

Reino Unido.

Tras un año de gran incertidumbre para el país, tanto por la pandemia como por el Brexit, los aranceles y barreras técnicas reguladas por el Acuerdo de Comercio y Cooperación (ACC) han aumentado amenazando al acceso de vinos europeos.

El mercado del vino en Reino Unido es un gran referente a nivel mundial ya que es el segundo importador en valor (por detrás de Estados Unidos) con 3.429 millones de euros durante el año 2020. Las importaciones en volumen fueron de 14.67 millones de hectolitros.

La producción local se encuentra en una fase creciente siendo años atrás inexistente. Las cifras finales de la cosecha en 2019 fueron de 78.750 hectolitros, insignificantes frente al peso de las importaciones.

Francia e Italia son sus principales exportadores de vinos tranquilos y espumosos respectivamente, aunque están perdiendo peso con la llegada de vinos de Nuevo Mundo, especialmente de Australia. Por otro lado, los vinos españoles mantienen su posición como tercer proveedor europeo y son los únicos que han aumentado su valor en un 5.3% respecto con el 2019.²⁷

China.

China fue el sexto consumidor mundial de vino en 2020 pero su consumo per cápita es muy reducido. El 67% del vino consumido en China es importado, convirtiéndose el país en el quinto importador de vinos en valor y volumen. Los principales países que exportan son: Australia, Francia, Chile, Italia y España. Debido a los aranceles antidumping de

China al vino australiano, a comienzos de 2021 las importaciones han disminuido en un 95%.

La percepción del vino español todavía está, en parte, asociada a producto de bajo precio en el país, si bien esta percepción está cambiando. El conocimiento de las regiones vinícolas de España todavía es limitado y se restringe, principalmente, a La Rioja y Ribera del Duero. Estos vinos son mayoritariamente exportados en formato botella.

China, también es productora industrial de vino, sin embargo, las dificultades climáticas, así como las deficiencias en procesos de producción, tienen como resultado una oferta menos competitiva que la importada. Aun así, según las estimaciones de la Organización Internacional de la Viña y Vino (OIV), China es el tercer país del mundo en superficies de viñedos plantada, cuenta con un total de 785.000 hectáreas en todo el país. En 2020, la producción final de vino en China fue de 6.6 millones de hectolitros.

Las bodegas más reconocidas son Great Wall y Changyu, mientras que los principales canales de distribución son el canal HORECA (47% de las ventas), canal de ventas online y canal minorista como supermercados e hipermercados.²⁸

Estados Unidos.

Estados Unidos es el primer país consumidor de vino en el mundo con 33 millones de hectolitros en 2020. Es un mercado con un valor de 13.815 millones de dólares aproximadamente.

Respecto los vinos importados, el mercado está dominado tan sólo por los grandes productores mundiales, España ocupa el sexto lugar en volumen con 69.514 millones de litros y el cuarto el valor con 352.827 millones de dólares, lo que supone una cuota de mercado del 5.7% y 5.8% respectivamente. Las importaciones más valiosas del país, provienen de Italia y Francia.

El consumo de vino cayó un .02% en 2019 y destaca el consumo de vino tranquilo con un 90.1% del consumo total. El único que aumentó fue el espumoso en un total del 3.1% respecto a 2018.

Las bodegas dominantes del sector son: E&J Gallo, Constellation Brands y Wine Groups, suman entre las tres una cuota de mercado del 53.8%. La distribución de vino en EE. UU

está basada en el sistema de tres escalones: un importador con licencia federal, un distribuidor con licencia en cada estado y un minorista.²⁹

América Latina.

En este último apartado, quiero mencionar el mercado del vino en América Latina que cuenta con el quinto productor de vino a nivel mundial, Argentina. Entre los principales productores se encuentran: Argentina (13.0 mhl), Chile (12.0 mhl) y Brasil (2.0 mhl).

En Argentina, el vino más consumido es el de variedad tinto con un 85%, seguido del blanco con un 13% y el rosado tan solo un 2%. La variedad nacional por excelencia, la Malbec, es la más consumida (33%), seguido de la variedad internacional Cabernet Sauvignon (10,9%) y la variedad blanca también nacional, Torrontés (2%).

Los principales mercados de exportación para los vinos argentinos en cuanto al valor son Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá y Brasil. En cambio, si tenemos en cuenta el volumen, España es el tercer país de destino de los vinos argentinos.

Por otro lado, en Chile, las ventas disminuyeron un 2% en 2019, llegaron a los 260 millones de litros. Además, el impacto de la pandemia ha tenido como resultado una caída de las ventas del 30%. La mayoría de los consumidores prefieren la calidad por encima del volumen, pero no están dispuestos a pagarla debido a sus dificultades económicas. Los vinos chilenos están comenzando a tener más prestigio disminuyendo así las importaciones internacionales.

En exportación, los principales países del vino chileno en 2019 fueron China con (330.8 millones de dólares), Estados Unidos con (226.75 millones de dólares), Gran Bretaña (195.25) y Japón (172.04).³⁰

4- ESTUDIO DE 2 CASOS DE BODEGAS RIOJANAS

Como he adelantado anteriormente, aquellas bodegas con Denominación de Origen Rioja que tienen una fuerte presencia en España han mostrado una predisposición para internacionalizarse. Asimismo, se evidencia también una indiscutible hegemonía internacional de las bodegas y cooperativas más grandes. Alguna de las grandes bodegas que lideran el mercado vinícola riojano son La Rioja Alta y Beronia.

Las estrategias de internacionalización se basan en que uno de los procesos de la cadena de valor se realice fuera de las fronteras del país de origen. Este tipo de estrategias, son a medio plazo y son consumidoras de recursos tanto humanos como económicos. El proceso de internacionalización en ambas bodegas es a nivel nacional y su salida fuera de fronteras tan solo se basa en las exportaciones. Esto es así, debido a que, si cultivasen o hiciesen algún proceso fuera del territorio, perderían la Denominación de Origen, así como otras ventajas competitivas que les aporta las comunidades autónomas en las que se localizan.³¹

El sector vitivinícola ha tenido tendencia exportadora desde sus comienzos y Bodegas Beronia y La Rioja Alta SA, no son excepción. Desde que se crearon, han ido creciendo y fusionándose con distintas empresas del sector para ganar posiciones en el mercado.

Grupo Gonzalez Byass (Bodega Beronia):



Grupo La Rioja Alta:



En este apartado, por su importancia en sector vitivinícola español se procederá a analizar y comparar las principales cualidades de estas dos empresas bodegueras, poniendo especial hincapié en su proceso de expansión a nuevos mercados, así como un análisis económico-financiero basado principalmente en sus ratios.

4.1- LA RIOJA ALTA SA

Resumen histórico y actual del proceso de internacionalización.

Cinco familias riojanas y vascas fundan en 1890, situada en el emblemático Barrio de la Estación de Haro, la “Sociedad Vinícola de la Rioja Alta”. Su primer presidente fue D^a Saturnina García Cid y Garate, mientras que el primer enólogo de la bodega fue el francés Monsieur Vigier. El resto de los fundadores fueron Daniel Alfredo Ardanza, Dionisio del Prado, Felipe Puig de la Bellacasa y Mariano Lacort. Varios de los futuros vinos de la casa llevarían el nombre de algunos de los fundadores. Es en 1891 cuando la sociedad pasa a llamarse La Rioja Alta

El capital inicial de la sociedad es de 112.500 pesetas (676,14 euros), del que sólo se desembolsa el 20%.

D. Alfredo Ardanza, fundador de la Rioja Alta en 1904 y propietario a su vez de la Bodega Ardanza, propone la fusión de ambas sociedades. Pero no fue hasta 1941, cuando adquirió el nombre definitivo y que hoy subsiste: La Rioja Alta SA. El vino de la firma comienza a tener prestigio y a ser conocido en Europa y América Latina. Países como Francia, Cuba o Venezuela son fieles importadores. La compañía comienza poco a poco a modernizarse y en 1952 se compra el primer tren de embotellado. Hasta la fecha, todo el vino se encorchaba a mano.

En los siguientes años, registrarían nuevas marcas y se expandirían por varias comunidades. Es el caso de la bodega Lagar de Fornelos, SA localizada en O Rosal (Pontevedra) o la bodega Áster en Aranda de Duero (Burgos).

En resumen, la casa nace en el siglo XIX, crece a lo largo del siglo XX y se consolida en el siglo XXI. En la actualidad, el grupo está formado por un total de cuatro bodegas: Áster, Torre de Oña, Lagar de Cervera y La Rioja Alta, SA, siendo esta última en la que centraré el estudio en cifras.^{32,33}

La Rioja Alta SA tiene un total de 660 hectáreas de viñedos propios.

Principales vinos

Cinco variedades de vino: Gran Reserva 890, Gran Reserva 904, Viña Arana Gran Reserva, Viña Ardanza y Viña Alberdi.

Estructura y tamaño

La Rioja Alta, cuenta en la actualidad con un total de 76 empleados aproximadamente, aunque, en fechas de vendimia, puede variar por la contratación de temporeros llegando hasta más de 120. Es una empresa dedicada a la producción, logística y comercialización de vino, y es el cabeza del grupo La Rioja Alta tanto en ventas y valor, como en antigüedad. Voy a proceder a hacer un análisis de los ratios, así como mencionar su beneficio final a través de sus cuentas individuales de 2019 para que nos ayuden a conocer mejor su estructura. *Fuente: Sabi y datos aportados por la empresa.*

- Total de activo: 75.342.000 euros
- Forma jurídica: Sociedad Anónima
- Ventas: 38.907.000 euros
- Beneficios: 4.972.000 euros

Los datos para el cálculo de ratios los podemos encontrar en el *Anexo 1*.

Ratio de solvencia: (AT/PT) Mide la capacidad de la empresa para hacer frente a la totalidad de las deudas con el total de los activos. El ratio para 2019 fue de $2.12 > 1$, lo que nos indica que no tiene problemas de solvencia.

Ratio de liquidez: (AC/PC) Este ratio mide la capacidad de la empresa de hacer frente a sus deudas a corto plazo con sus activos corrientes. Para 2019 fue de $2.08 > 1$ significa que no hay problemas de liquidez y tampoco es muy alto para que nos haga creer que hay un exceso de activos ociosos y desaprovechados. Esta cerca del equilibrio.

Ratio Endeudamiento: (PT/PN) mide la relación entre las deudas y el Patrimonio Neto de la empresa. El ratio resultante del 2019 fue de 1.02 justo el ratio es igual a la unidad, lo que implica que no tiene grandes problemas de endeudamiento pero que pueda tener cierta incertidumbre, los fondos ajenos empiezan a ser mayores que los propios.

Ratio Cobertura: $((PN + PNC) / ANC)$ lo calculamos como el cociente entre la financiación permanente, formado por el pasivo corriente y el pasivo no corriente, y el activo no corriente. En 2019, este ratio es de 1.38, que significa que la empresa esté bien estructurada y que la financiación permanente cubre el activo no corriente y parte del activo corriente.

Fondo de maniobra: El fondo de maniobra se calcula como la diferencia del activo y el pasivo corrientes. Diremos que la empresa está equilibrada cuando el fondo de maniobra sea mayor que 0, en este caso, fue de 10.503.000 por lo que la empresa no tiene problemas para afrontar los pagos más inmediatos.

Exportaciones y ventas nivel nacional e internacional.

La bodega Rioja Alta SA lleva todo el proceso que el vino requiere, cosechan, elaboran, almacenan y comercializan por todos los mercados del mundo del vino. Este último año, han tenido como norma vender el 40% de sus producciones a nivel nacional y exportar el 60% restante.

En España, la venta se consigue gracias a que, en cada provincia, tienen un distribuidor encargado de comercializar en los distintos canales de distribución, como es la venta directa por parte del responsable comercializador o la distribución a supermercados como Eroski o el Corte Inglés, con los que tienen convenios a largo plazo. Además, en la actualidad, disponen de tienda física y online, desde las que puedes comprar vino y probarlo en su Wine Bar.

Asimismo, el 60% exportaciones se expande en más de 100 países, entre los que destacan Suecia, Inglaterra, Estados Unidos, México y Noruega.

4.2- BODEGAS BERONIA

Resumen histórico y actual del proceso de internacionalización.

Beronia es fundada en el año 1973 en Ollauri, La Rioja por un grupo de empresarios, amigos entre sí. El nombre de Beronia enlaza con la historia de las tierras sobre las que se asienta. En el siglo III a.C., la zona conocida hoy como La Rioja estaba habitada por los berones, un pueblo guerrero celta, cuyos primeros poblados en Tricio, Varea y Leiva, demarcaron los límites de la región de Beronia, lo que hoy es La Rioja.

En 1982 se integra en la “Familia de Bodegas de González Byass”. Hoy, Beronia es una bodega española de referencia tanto a nivel nacional como internacional y que elabora sus vinos al más puro y tradicional estilo de Rioja con su “propia personalidad” y “estilo Beronia”.

Matías Calleja, director de la bodega y enólogo, selecciona todos los viñedos, estudiándolos detalladamente parcela a parcela y los pactos con los más de doscientos viticultores que les proveen son de largo plazo y con una colaboración incesante a lo largo de todo el año.

Son 25 hectáreas de viñedo propio las que rodean la bodega, mientras que el equipo técnico controla un total de 870 hectáreas, seleccionadas de forma muy especial y situadas en un radio de 10 km, de los cuales 50 hectáreas son viñas con más de 70 años, las más antiguas probablemente de España, formando un viñedo alrededor de edad media de 30 años.

Las variedades de uva con las que trabaja la bodega son las autorizadas en la D.O.C. Rioja, encontrándose Tempranillo (90%), Graciano (3%), Mazuelo (3%) y Viura (4%). Las variedades de uva con las que trabaja la bodega son las autorizadas en la DOC Rioja, siendo el **85 % del viñedo Tempranillo, acompañada de Garnacha, Graciano, Mazuelo y Viura**. Además, Bodegas Beronia promueve la agricultura sostenible a todos los niveles, así como la protección del medio ambiente, incluso algunos de los viñedos han sido calificados como ecológicos.

En 2016, Bodegas Beronia incorporó junto a ella una bodega en Valladolid con denominación de Origen Rueda para conseguir tener un verdejo entre sus vinos. Hay que

destacar su constante inversión en I+D que han hecho posible el desarrollo de la viticultura ecológica.

En 2018, se construyó una nueva bodega junto la antigua, un hito arquitectónico que buscaba la sostenibilidad con la tierra y el medio ambiente. Innovaciones tecnológicas como su diseño medioambiental, una eficiente gestión de residuos o su revolucionario sistema de aprovechamiento de la energía geotérmica para climatizar las instalaciones y propiciar un menor consumo energético, la convierten en una de las bodegas más eficientes y sostenibles de Europa.

Como he mencionado, pertenece al grupo Gonzalez Byass, el quinto más grande sobre el sector del vino español. Es esta una de las razones, de que la bodega Beronia se dedique a la producción del vino y no a su comercialización. Cuando hablemos de exportaciones, si se contrasta la información, es posible que figure como comercializador Gonzalez Byass, pero los datos son adjuntados por la logística de la bodega Beronia. ³⁴

Principales vinos:

“Los indiscutibles” Beronia Gran Reserva, Beronia Reserva, Beronia Crianza, Beronia ecológico, Beronia Tempranillo, Beronia Blanco Viura, Beronia Rosé, Beronia Verdejo.

“Los distinguidos” Beronia Selección 198 Barricas, Beronia III a.C, Alegre de Beronia.

“Los escasos” Beronia Viñas Viejas, Beronia Graciano, Beronia Mazuelo, Tempranillo Elaboración Especial, Beronia Crianza Elaboración Limitada.

Estructura y tamaño:

Bodegas Beronia, cuenta en la actualidad con un total de 33 empleados, aunque, en fechas de vendimia, puede variar por la contratación de temporeros. Es una empresa dedicada a la producción y logística del vino, y al ser un componente del Grupo Gonzalez Byass, son ellos los administradores y comercializadores de los vinos terminados. A continuación, voy a hacer un análisis de los ratios a través de sus cuentas individuales de 2019 que nos ayuden a conocer mejor su estructura. Fuente: *Sabi y datos facilitados por la empresa.*

- Total de activo: 61.575.563 euros.
- Forma Jurídica: Sociedad Anónima.
- Ventas: 21.173.563 euros.
- Beneficios: 2.718.125 euros.

Los datos para el cálculo de ratios los podemos encontrar en el *Anexo 2*.

Ratio de solvencia: (AT/PT) Mide la capacidad de la empresa para hacer frente a la totalidad de las deudas con el total de los activos. El ratio para 2019 fue de $4.52 > 1$, lo que nos indica que no tiene problemas de solvencia.

Ratio de liquidez: (AC/PC) Este ratio mide la capacidad de la empresa de hacer frente a sus deudas a corto plazo con sus activos corrientes. Para 2019 fue de $1.63 > 1$ significa que no hay problemas de liquidez y tampoco es muy alto para que nos haga creer que hay un exceso de activos ociosos y desaprovechados. Esta cerca del equilibrio.

Ratio Endeudamiento: (PT/PN) mide la relación entre las deudas y el Patrimonio Neto de la empresa. El ratio resultante del 2019 fue de 0.16 lo que nos indica que la empresa no tiene problemas de endeudamiento.

Ratio Cobertura: $((PN + PNC) / ANC)$ lo calculamos como el cociente entre la financiación permanente, formado por el pasivo corriente y el pasivo no corriente, y el activo no corriente. En 2019, este ratio es de 2.16, que significa que la empresa esté bien estructurada y que la financiación permanente cubre el activo no corriente y parte del activo corriente.

Fondo de maniobra: El fondo de maniobra se calcula como la diferencia del activo y el pasivo corrientes. Diremos que la empresa está equilibrada cuando el fondo de maniobra sea mayor que 0, en este caso, fue de 25.276.608 por lo que la empresa no tiene problemas para afrontar los pagos más inmediatos.

Exportaciones y ventas nivel nacional e internacional.

Como he comentado, la bodega Beronia, está dedicada en su totalidad a la producción de vino, por lo que la pandemia del COVID-19 y sus restricciones como el confinamiento, afectó a la totalidad de su actividad. Es anecdótico pero lo que les salvo ese año fue las exportaciones, ya que habitualmente su porcentaje anual de ventas es de 75% nacional y 25% exportación, y el año pasado se saldó el balance con un 65% exportación frente a un 35% nacional. En el 2021, se va recuperando la normalidad, pero las exportaciones siguen en auge.

En la actualidad, exportan a 32 países, aunque quien figura como exportador es Gonzalez Byass. Los principales compradores son: Canadá, Reino Unido, Suecia, México, Brasil y Estados Unidos. China está comenzando a despuntar.

Algunos ejemplos de los vinos demandados según el país: Suecia se decanta por el vino ecológico y el Crianza, mientras que Canadá y Reino Unido prefieren la gama de Reserva y crianzas.

A nivel nacional, tienen diferentes distribuidores en cada comunidad autónoma que se encarga de vender a los supermercados, restauración y pequeños minoristas.

4.3- ANÁLISIS COMPARATIVO

Estas dos potencias del sector vinícola español han tenido un crecimiento a lo largo del tiempo muy similar. Ambas se crearon en el siglo XIX y han ganado presencia en todo el país con el transcurso del tiempo. Una característica que ambas comparten y que han heredado por casualidad es: La Denominación de Origen Rioja, una de las más prestigiosas de España. Ambas bodegas tienen la misma localización geográfica, pero pocas estrategias más comparten.

Con el análisis anterior, he podido analizar de manera profunda su estructura en el sector y lo primero que me gustaría destacar es la función que tiene cada bodega en el mercado. La Bodega Beronia, como he comentado, se dedica simplemente a la elaboración y producción de vino, así como otros procesos logísticos, la facturación la lleva la cabeza del grupo Gonzalez Byass, por tanto, se trata de una empresa dependiente. Sin embargo, en la Bodega Rioja Alta SA, se realizan todos los procesos desde la elaboración hasta su futura comercialización, siendo esta empresa dominante del grupo.

En segundo lugar, el proceso de diversificación de vinos es dispar. En la Bodega Beronia podemos observar una alta gama de vinos donde poder elegir, adaptándose a los diferentes gustos de los clientes e innovando en sabores y etiquetas. Tiene variedades tintas, rosadas y blanco y los divide en tres grupos según la edad de la viña utilizada. Por otro lado, La Rioja Alta SA tiene un estilo más tradicional, con etiquetas más sobrias y una gama pequeña de vinos, siendo todos de la variedad tinto. Sólo se distinguen en los años de barrica y sus nombres mencionan a los fundadores iniciales. Si queremos consumir la variedad de vino blanco, deberemos comprar vino de la bodega Áster o Lagar.

A continuación, el tamaño y estructura de ambas bodegas es distinta y llama la atención. La totalidad de empleados en Beronia es de tan solo 33 empleados mientras que en La Rioja Alta SA es de 76, sin contar eventuales contratados en época de vendimias que la contratación en la primera es de tan sólo 1-2 personas y en la segunda bodega llegan a las 40 personas eventuales. Con respecto a la forma jurídica, ambas coinciden en sociedades anónimas, pero podemos observar un total de activo superior en 13.766.437 euros de La Rioja Alta sobre Beronia. En ventas y beneficios también supera la Rioja Alta a Beronia

en 17.733.437 y 2.253.875 respectivamente, pero se ve influenciado por esa totalidad de activos.

Respecto a los ratios calculados, no existen grandes diferencias. Ambas dos no tienen problemas de solvencia y pueden hacer frente a la totalidad de sus deudas con todos sus activos. El ratio de liquidez está en equilibrio por encima de la unidad, además, no son cifras altas que nos puedan hacer sospechar de la existencia de activos ociosos. En endeudamiento podemos encontrar resultados opuestos: en Beronia es tan sólo de 0.16 mientras que en la Rioja Alta SA es de 1.02, esto nos puede dar indicios de futuros problemas de endeudamiento en esta segunda bodega. Asimismo, el ratio de cobertura en las dos bodegas es positivo por lo que ambas están bien estructuradas y la financiación permanente cubre el activo no corriente y parte del activo corriente.

Para finalizar, las dos empresas cuentan con ventas en todo el país y con exportaciones internacionales y, en ambas, este último año ha dominado la venta de vino fuera de las fronteras. Los países receptores de ambas bodegas son: Suecia, Estados Unidos, México y Reino Unido. Dentro del consumo interior, ambas comercializan con restauración y con el canal de supermercados, pero reservan sus vinos más especiales para tiendas especializadas en el sector.

En líneas generales, se puede concluir que ambas bodegas siguen caminos parecidos en cuanto a estructura y exportaciones internacionales, así como el proceso de crecimiento y diferenciación, unido a la Denominación de Origen que comparten. Pero hay una gran discrepancia en el público al que dirigen sus productos y variedad de uva utilizada.

5- CONCLUSIÓN

El sector vitivinícola español ha podido observar como ha crecido en los últimos años, además de como se ha transformado a un mercado maduro y sólido. Sin embargo, ha visto como la única forma de seguir creciendo y consolidar su posicionamiento en el mercado, era desarrollándose fuera de sus fronteras y como consecuencia, el proceso de internacionalización se ha convertido en un factor clave como estrategia de crecimiento.

En el presente trabajo se ha llevado a cabo el estudio de dos bodegas con Denominación Origen Rioja con cierta presencia en el extranjero para analizar las características del proceso de internacionalización que están llevando a cabo. De este modo, se ha investigado las principales variables que definen al mercado del vino español a nivel internacional. El objetivo es que pueda servir para entender mejor el mercado del vino, a aquellas bodegas que quieran crecer dentro y fuera del territorio español. Por otra parte, se espera que el trabajo sea de interés y que a través de este estudio seamos más conscientes del peso que tiene este sector en la agricultura, así como en nuestra economía y que, de esta forma, se tomen medidas que protejan y ayuden a la industria del vino español.

En lo que respecta a la producción nacional, el sector del vino está en continuo crecimiento, sigue una tendencia alcista y las previsiones de futuro son alentadoras. Preocupa y mucho cómo el cambio climático y los gases de efecto invernadero puedan afectar en un futuro a las cosechas, deben adaptarse, por ejemplo, favoreciendo variedades autóctonas o que no sufren tanto las inclemencias del clima; reduciendo su huella de carbono y apostando por packaging más sostenibles. Los bodegueros siguen presionando a las instituciones para tomar medidas políticas que ayuden a reducir el impacto de la contaminación en nuestra agricultura.

En términos de consumo, la tendencia es hacia mayor calidad y prestigio, además de un precio medio más caro. Los consumidores se han posicionado hacia vinos con DOP y han disminuido el de vino sin DOP por lo que se puede concluir, que el consumo ha disminuido. El sector debe mejorar los datos de consumo en jóvenes ya que tiene riesgo de quedarse estancado, necesitará nuevas estrategias innovadoras de comunicación, así como la digitalización de procesos y ventas.

Tras el análisis realizado, se puede comprobar que la internacionalización del vino depende no sólo del tamaño o capital, sino del prestigio que tenga y de su calidad, por tanto, es clave tener una buena base en el país de origen. Únicamente aquellas bodegas que están en crecimiento o tienen poco capital, son las que no buscan expandirse a otros mercados, mientras que, según el Observatorio Español de Mercados del Vino (OeMv), en 2020, 3.536 bodegas en España exportaron a nivel mundial.

El resto de los países se puede decir que sólo los tradicionales como Francia e Italia siguen niveles similares en exportación. Los países emergentes están empezando a ganar territorio, pero por el momento, prefieren importar vinos con caracteres más arraigados. Las perspectivas de ventas para los próximos años en Asia y América son positivas, una vez superada la recesión por la pandemia, por lo que las marcas que logren posicionarse en estos mercados serán las más preparadas para un mercado saturado de marcas.

Respecto al análisis de las dos bodegas riojanas, podemos observar como han seguido procesos de expansión e internacionalización similares, aunque despunten el tipo de consumidor al que llegan. Ambas dependen en gran parte de la exportación, lo que nos deja claro que la internacionalización es un proceso clave para el éxito en el actual sector del vino y para garantizar su supervivencia.

6- BIBLIOGRAFIA

[1] Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV). Saldo comercial del vino en España. *Fecha de consulta: 19 de Julio de 2021*

<https://www.oemv.es/>

[2] Organización Común de Mercados Agrícolas. Sector vitivinícola. *Fecha de consulta: 19 de Julio de 2021*

<https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/regulacion-de-los-mercados/organizaciones-comunes-de-mercado-y-regimenes-de-ayuda/ocm-vitivinicola/>

[3] Organización Internacional de la Vid y el Vino. Definición de Viticultura Sostenible. *Fecha de consulta: 19 de Julio de 2021*

<https://www.oiv.int/public/medias/396/viti-2011-1-es.pdf>

[4,5,6] Historia del vino en España. *Fecha de consulta: 22 de Julio de 2021*

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/34802/TFG-E-695.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<http://curiosidadesdelosvinos.blogspot.com/2015/11/historia-del-vino-la-historia-del-vino.html>

<https://www.vinetur.com/2020072761178/que-es-la-viticultura.html>

[7] Número de Bodegas en España. Datos elaborados por la OeMv. *Fecha de consulta: 23 de Julio de 2021*

<https://www.tecnovino.com/crece-el-numero-de-bodegas-en-espana-en-2018-hasta-4-373/>

[8] Clasificación de vinos y términos tradicionales protegidos. *Fecha de consulta: 20 de Septiembre de 2021*

https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/terminostradicionalesvinos_tcm30-432327.pdf

[9] ¿Qué es una D O? Diferencias entre Denominación de Origen e Indicación de Origen Protegido. *Fecha de consulta: 2 de Septiembre de 2021*

<https://vinosdo.wine/denominaciones-de-origen/que-es-una-denominacion-de-origen-de-vino/>

[10] Informe económico del mes de Julio 2021. Organización Interprofesional del Vino en España (OIVE). *Fecha de consulta: 02 de Septiembre de 2021*

<https://www.interprofesionaldelvino.es/app/download/10006827286/OIVE+News+2021+07+web.pdf?t=1631693359>

[11] SRC del sector vitivinícola 2021. EAE Business School. *Fecha de consulta: 3 de Agosto de 2021*

www.vinetur.com/documentos/article/63916/SRC_SectorVIno.pdf

[12] Balance de la OeMv de la evolución del vino en el mundo y en España. *Fecha de consulta: 3 de Agosto de 2021*

<https://www.vinetur.com/2019012349147/el-oemv-hace-balance-de-los-ultimos-10-anos-de-evolucion-del-vino-en-el-mundo-y-en-espana.html>

[13] La evolución del mercado del vino español desde la entrada al Mercado Único Europeo. Consumo Interior. *Fecha de consulta: 3 de Agosto de 2021*

<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/5937/retrieve>

[14] Regulación de mercados. El sector vitivinícola. *Fecha de consulta: 16 de Septiembre de 2021*

<https://www.fega.es/es/regulacion-mercados/sector-vitivinicola>

[15] Regulación de los Mercados. Medidas extraordinarias por el COVID-19 *Fecha de consulta: 16 de Septiembre*

https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/medidasextraordinariascovid-19vino_tcm30-543284.pdf

[16] LA PAC. *Fecha de consulta: 17 de Septiembre de 2021*

<http://www.fev.es/memoria2020/70/#zoom=z>

[17] La internacionalización del sector vitivinícola. *Fecha de consulta: 10 de Agosto de 2021*

https://www.miteco.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/90076_24.pdf

[18] Barreras comerciales de España con el resto de los países en el sector del vino.

www.barrerascomerciales.es

[19] Barreras comerciales de España con Estados Unidos. *Fecha de consulta: 16 de Agosto de 2021*

<https://www.rtve.es/noticias/20210615/fin-aranceles-vino-aceite/2103831.shtml>

[20] Barreras comerciales de España con China. *Fecha de consulta: 16 de Agosto de 2021*

<https://barrerascomerciales.comercio.gob.es/es-es/Paises/paginas/Paises-barrera.aspx?a=570&b=318>

[21, 22] Importaciones españolas con el resto del mundo. *Fecha de consulta: 17 de Agosto de 2021*

<https://www.oemv.es/importaciones-espanolas-de-vino-ano-2020-2916>

[23] Exportaciones del vino español con el resto del mundo. *Fecha de consulta: 12 de Septiembre de 2021*

<https://www.oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-julio-2021>

[24] Exportaciones de vino con Denominación Origen Rioja. *Fecha de consulta: 12 de Septiembre de 2021*

<https://www.oemv.es/exportacion-de-vino-con-doca-rioja-ano-2020>

[25, 26, 27, 28, 29] Características de los mercados internacionales según el sector vitivinícola. El mercado del vino en 2021. *Fecha de consulta: 15 de Septiembre de 2021*

Alemania. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-zona-personal/mi-pagina/navegacion-particular/mis-descargas/documentos/index.html>

Reino Unido. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/estudio-mercado-vino-reino-unido-2021-doc2021883164.html>

China. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/estudio-mercado-vino-china-2021-doc2021887009.html>

Estados Unidos. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/estudio-mercado-vino-estados-unidos-2020-doc2020866603.html>

[30] Características del mercado del vino en América Latina.

https://www.vinetur.com/documentos/article/63916/SRC_SectorVIno.pdf

[31] Estrategias de internacionalización.

<https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4609/1/TFG001294.pdf>

[32,33] Historia de la Bodega Rioja Alta SA y su proceso de internacionalización. *Fecha de consulta: 6 de Septiembre de 2021*

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2013/08/08/sentidos/1375973641_092382.html

<https://www.riojalta.com/grupo-la-rioja-alta/>

[34] Historia de la Bodega Beronia SA y su proceso de internacionalización. *Fecha de consulta: 6 de Septiembre de 2021*

<https://www.beronia.com/es-es>

7- ANEXOS

Anexo 1 -Balance de Situación LA RIOJA ALTA SA

Sabi - informe empresa LA RIOJA ALTA, SA

Cuentas No Consolidadas	31/12/2019 mil EUR	31/12/2018 mil EUR	31/12/2017 mil EUR	31/12/2016 mil EUR	31/12/2015 mil EUR
Balance de situación					
Inmovilizado	39.459	38.460	38.706	38.834	38.934
Inmovilizado inmaterial	88	67	63	42	45
Inmovilizado material	3.039	2.057	2.303	2.448	2.541
Otros activos fijos	36.332	36.336	36.340	36.344	36.348
Activo circulante	35.883	36.847	40.309	24.944	24.307
Existencias	599	585	705	652	757
Deudores	10.128	12.259	18.779	8.049	9.112
Otros activos líquidos	25.156	24.003	20.825	16.243	14.438
Tesorería	2.864	2.555	3.209	3.463	3.913
Total activo	75.342	75.307	79.015	63.778	63.241
Fondos propios	37.386	36.257	42.270	32.477	28.499
Capital suscrito	12.239	12.239	12.239	12.239	12.239
Otros fondos propios	25.147	24.018	30.031	20.238	16.260
Pasivo fijo	21.021	21.032	21.043	21.054	21.065
Acreedores a L. P.	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000
Otros pasivos fijos	21	32	43	54	65
Provisiones	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	16.935	18.018	15.702	10.247	13.677
Deudas financieras	228	131	299	178	114
Acreedores comerciales	224	228	241	138	249
Otros pasivos líquidos	16.483	17.659	15.162	9.931	13.314
Total pasivo y capital propio	75.342	75.307	79.015	63.778	63.241
Fondo de maniobra	10.503	12.616	19.243	8.563	9.620
Número empleados	76	77	78	78	79

Anexo 2 – Balance de Situación BODEGA BERONIA SA

Sabi - informe empresa BODEGAS BERONIA SA

Cuentas No Consolidadas	31/08/2019 EUR	31/08/2018 EUR	31/08/2017 EUR	31/08/2016 EUR	31/08/2015 EUR
	12 meses Aprobado	12 meses Aprobado	12 meses Aprobado	12 meses Aprobado	12 meses Aprobado
	Normal PGC 2007	Normal PGC 2007	Normal PGC 2007	Normal PGC 2007	Normal PGC 2007
Balance de situación					
Inmovilizado	24.628.702	18.330.463	16.546.058	15.655.275	15.392.910
Inmovilizado inmaterial	21.132	752	53.774	108.890	107.964
Inmovilizado material	24.417.676	18.109.916	16.242.592	15.271.779	14.980.443
Otros activos fijos	189.894	219.795	249.692	274.606	304.503
Activo circulante	36.946.880	27.602.652	24.746.236	24.218.617	23.836.183
Existencias	23.654.719	22.685.052	20.183.275	19.558.284	19.053.306
Deudores	4.823.180	2.960.853	3.094.987	3.064.755	2.393.364
Otros activos líquidos	8.468.981	1.956.747	1.467.974	1.595.578	2.389.513
Tesorería	204.420	57.450	244.219	29.637	8.980
Total activo	61.575.582	45.933.115	41.292.294	39.873.892	39.229.093
Fondos propios	53.128.103	42.154.502	36.513.118	35.945.612	35.701.155
Capital suscrito	7.193.633	6.077.913	5.458.072	5.458.072	5.458.072
Otros fondos propios	45.934.470	36.076.589	31.055.046	30.487.540	30.243.083
Pasivo fijo	281.435	372.054	457.715	546.963	704.425
Acreedores a L. P.	222.986	301.958	380.930	459.902	538.874
Otros pasivos fijos	58.449	70.096	76.785	87.061	165.551
Provisiones	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	8.166.044	3.406.559	4.321.461	3.381.317	2.823.513
Deudas financieras	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	114.409
Acreedores comerciales	3.201.291	2.874.811	2.146.982	1.603.183	1.579.316
Otros pasivos líquidos	4.964.753	531.748	2.174.479	1.778.134	1.129.788
Total pasivo y capital propio	61.575.582	45.933.115	41.292.294	39.873.892	39.229.093
Fondo de maniobra	25.276.608	22.771.094	21.131.280	21.019.856	19.867.354
Número empleados	31	29	27	26	26