



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

ANÁLISIS DEL SECTOR DEL VINO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN ESPAÑA: APLICACIÓN A LA D.O CAMPO DE BORJA (ARAGÓN)

Autor/es:

Alejandro San Pío Bordejé

Director/es:

Marisa Ramírez Alesón

Facultad de Economía y Empresa
2019-2020

INFORMACIÓN Y RESUMEN

Autor: Alejandro San Pío Bordejé

Director: Marisa Ramírez Alesón

Título del Trabajo: Sector del vino en España y su internacionalización

Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas

Resumen: *El principal objetivo de este estudio es analizar el sector del vino en España, analizando sus características, factores macroeconómicos y su comercialización, tanto a nivel nacional como internacional.*

Para ello se presentará detalladamente la estructura y evolución del sector del vino, y se hará un exhaustivo análisis de los viñedos en España, la evolución de la producción y el consumo y se presentarán los diferentes factores macroeconómicos.

También se estudiarán las exportaciones, importaciones y barreras comerciales en el sector del vino para ayudar a entender su evolución en el mercado.

Se hará especial énfasis en el sector del vino en Aragón, concretamente la Denominación de Origen Campo de Borja (Zaragoza), ya que es una de las zonas vinícolas que más está creciendo en estos momentos en España.

Se presentarán varias tendencias de cambio que acontecerán en el sector durante los próximos años, lo que afectará en gran medida a las estrategias empresariales y de comercio.

Para finalizar el estudio se expondrá mi opinión personal sobre algunas pautas de comportamiento que pienso que deberían seguir las bodegas españolas con el objetivo de mejorar su proceso de internacionalización.

Abstract: *The main goal of this work is to analyze the wine sector in Spain, analysing its characteristics, macroeconomic factors and its commercialisation in a national and international level.*

Therefore, the structure and the wine sector evolution will be presented in detail, making an exhausted analysis of the Spain vineyards, the production and its consume evolution. Also, the different macroeconomic factors will be presented.

The different exports, imports and commercial barriers in the wine sector will be studied helping us to understand its market evolution.

Special attention will have the wine sector in Aragón, specifically the “Denominación de Origen Campo de Borja (Zaragoza)”, because it is one of the wine-growing districts that is mostly expanding nowadays in Spain.

Several trends of change that will occur in the wine sector during the coming period will also be presented, what will affect to a large extend the business and commercial strategies.

To finish this study, my personal opinion will be exposed about some of the behavior patterns that I think the spanish wineries should follow in the next years, in order to improve its internationalisation process.

INDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR..... | 2 |
| 2.1 Introducción variedades | 2 |
| 2.2. Análisis de los viñedos en España | 3 |
| 2.3 Análisis y evolución de la producción | 4 |
| 2.4 Análisis y evolución del consumo | 7 |
| 2.5 Factores macroeconómicos..... | 10 |
| 3. COMERCIO EXTERIOR | 13 |
| 3.1 Exportaciones..... | 15 |
| 3.2 Importaciones..... | 20 |
| 3.3 Barreras comerciales..... | 21 |
| 5. DENOMINACIÓN DE ORIGEN CAMPO DE BORJA (ARAGÓN) | 23 |
| 5.1 Bodegas que la componen | 24 |
| 5.2 Producción | 27 |
| 5.3 Comercialización | 29 |
| 5.4 Exportación | 30 |
| 6. ANALISIS DE LAS TENDENCIAS DE CAMBIO EN EL SECTOR | 32 |
| 7. CONCLUSIONES | 35 |
| 8. ANEXO | 36 |
| 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 37 |

1. INTRODUCCIÓN

El sector vitivinícola en España es muy dinámico y en él conviven diversas estrategias empresariales. Es un mercado altamente exportador que apuesta por la diversificación de mercados, por lo que es un tema interesante a abordar en el presente trabajo orientado a la internacionalización.

El sector vitivinícola pertenece al sector primario y se sitúa como uno de los más importantes de la agricultura mundial. Juega un papel muy importante en el medio ambiente y nuestra sociedad.

El principal objetivo de este estudio es analizar el sector del vino en España en profundidad, analizando sus características, el peso que tiene en las principales magnitudes macroeconómicas y su comercialización, tanto a nivel nacional como internacional. Estudiar a nuestros competidores para desarrollar nuevas estrategias empresariales. Analizar el consumo, los gustos, las nuevas tendencias del mercado.

Además, también se analizará con más énfasis el sector del vino en Aragón, concretamente la Denominación de Origen Campo de Borja (Zaragoza). Una de las zonas viníferas que más está creciendo en estos momentos. En este apartado se estudiará cómo está evolucionando la comercialización y las exportaciones en esta comarca del territorio aragonés para hacer frente a los mercados internacionales. Una zona con gran tradición vinícola que a base de trabajo y esfuerzo se ha ganado una posición respetable en el sector vinícola español.

Se presentan varias tendencias de cambio que acontecerán en el sector durante los próximos años, lo que afectará en gran medida a las estrategias empresariales.

Para finalizar el estudio expongo una opinión sobre algunas pautas de comportamiento que pienso que deberían seguir las bodegas españolas con el objetivo de mejorar su proceso de internacionalización.

2. ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El sector vitivinícola pertenece al sector primario siendo uno de los más importantes de la agricultura mundial. No solamente genera un valor económico considerable, si no que juega un papel muy importante en nuestra sociedad. Ocupa una gran parte del territorio con los viñedos y desempeña un papel fundamental en la conservación del medio ambiente.

Los viñedos no solo constituyen un componente esencial del paisaje en las regiones vitícolas, sino que además contribuyen a preservarlo, ya que impiden la erosión del suelo y garantizan la presencia del ser humano en zonas que se encuentran entre las más frágiles desde el punto de vista medioambiental y que suelen carecer de alternativas económicas reales.

2.1 Introducción variedades

La uva es el elemento principal para la producción de vino, por lo que es el factor más influyente en la búsqueda y obtención de calidad en este producto. El tipo de uva que utilicemos en la producción, será la que determine todas las características y la calidad del vino.

La variedad de uvas de calidad en España es muy amplia y, junto con las mejoras de las técnicas de elaboración y la incorporación de otras variedades viníferas internacionales, es lo que permite afirmar que nuestro país se encuentra entre los mejores productores de vinos de calidad. No es de extrañar, dado que nuestros productos son exportados a nivel mundial diariamente, encontrarlos entre los mejores vinos a ofrecer. El vino es un producto que se extrae de la fermentación alcohólica de la uva y tiene distintas formas de ser clasificado.

Es importante distinguir entre los vinos con DOP e IGP, lo que indica que su Denominación de Origen es de uso Protegido o Indicación Geográfica Protegida, siendo su nombre geográfico de origen de uso protegido. También hay que diferenciarlos de los vinos varietales sin derecho al uso ni de una DOP o de una IGP pero que indican en sus etiquetas la añada y el nombre de la variedad de uva usada. (Riera Torrecillas, 2015)

Otra clasificación de los vinos es en función de su color: tinto, rosado o blanco. Entre algunas diferencias, además del color, se puede hablar de la vida de cada uno, los tintos suelen tener una vida más larga que los blancos; o de la graduación, en la que por ejemplo

el vino tinto no debería tener más de 13-14 grados de alcohol para no disminuir su calidad, mientras que los blancos deben estar entre 10 y 11 grados.

Por el color, es obvio que estos vinos se han obtenido a partir de distinto tipo de uva, el blanco de uva blanca, el tinto de uva tinta y el rosado a partir de uvas tintas a las que se les han separado los hollejos o una mezcla de uva tinta y blanca. Estos tres tipos se denominan vinos tranquilos.

Otra clasificación podría ser por edad, medida por añada o año de cosecha, entre los que se pueden encontrar cuatro tipos (*véase Tabla 2.1.1*): joven, crianza, reserva y gran reserva. Su calidad aumenta conforme aumenta el tiempo. Esto no quiere decir que todos los vinos con más antigüedad son mejores, pues como todo producto, el vino tiene un punto óptimo, a partir del cual, su valor y calidad disminuirán. Se estima que el punto de calidad máxima de un vino difícilmente supere los 15 o 20 años.

Por último, cabe destacar también la forma en que envejecen los caldos en una bodega (en barrica y en botella). Existen barricas de diversos tipos de madera, las más conocidas son: roble americano, roble centro-europeo, roble húngaro. (Viveros Barber, 2018)

Tabla 2.1.1: Clasificación de los vinos según su envejecimiento

| Clasificación | Tiempo en barrica | Tiempo en botella |
|---------------|---------------------------|-------------------|
| Crianza | Blancos y Rosados 6 meses | 18 meses mínimo |
| Crianza | Tintos 6 meses | 18 meses mínimo |
| Reserva | Blancos y Rosados 6 meses | 18 meses mínimo |
| Reserva | Tintos 12 meses | 36 meses mínimo |
| Gran Reserva | Blancos y Rosados 6 meses | 30 meses mínimo |
| Gran Reserva | Tintos 24 meses | 36 meses mínimo |

Elaboración propia, Fuente: (Viveros Barber)

2.2. Análisis de los viñedos en España

Uno de los factores más importantes a considerar en la elaboración del vino y por consecuencia en la calidad del mismo es la climatología, no solo en la elaboración del vino, sino en todo el sector agrario. Los factores que más afectan son la temperatura, la luminosidad y la pluviometría. Pueden influir tanto de manera positiva como negativa a la cosecha, y con ello a la producción y calidad del vino. Por las características climatológicas peninsulares, España posee gran variedad de comunidades autónomas productoras de vinos, que abarcan desde La Rioja, Aragón, Cataluña, Castilla la Mancha

o Andalucía. Además, hay algunas comarcas como Ribera del Duero (Castilla y León) que disfrutan de circunstancias micro climáticas especiales y contribuyen, sin duda alguna, a la calidad de los viñedos, dando lugar a vinos de calidad única.

España cuenta con 969.000 hectáreas dedicadas al cultivo de la vid, lo que supone un 13% del total de viñedos en el mundo. De toda la superficie plantada, se destina el 85% a la producción de vinos DO, que supone una gran diferencia comparado con el 8% destinado a IGP. El restante 7% se destina a vinos sin DOP ni IGP. (Riera Torrecillas, 2015)

2.3 Análisis y evolución de la producción

Como podemos observar en el *Gráfico 2.3.1* el sector vitivinícola y la venta de vinos tanto en España como en el resto del mundo está en continuo auge y sigue en aumento a pesar de la fuerte crisis sufrida es España desde el año 2008. La pasada campaña (2018) España cerró con una producción de 49,2 millones de hectolitros (teniendo en cuenta el mosto). Es una cosecha un 38% superior a la de la anterior campaña (2017) que fue especialmente corta (32,5 millones de hectolitros) debido en mayor medida a factores climatológicos. (Federacion Española del Vino, 2018)

Gráfico 2.3.1: Producción de vino y mosto en España e Importaciones 1987-2018



Fuente: (Federacion Española del Vino, 2018)

La producción de vino en España no sigue una estabilidad determinada y esto es debido a que depende en una gran medida de la climatología como he comentado anteriormente. En las últimas décadas diversos fenómenos que van desde heladas a sequias extremas en una misma cosecha, afectaron enormemente a los cultivos. El cambio climático y los

gases de efecto invernadero son uno de los motivos principales de estas alteraciones climatológicas tan extremas. Podríamos decir que existen cosechas en las que la escasez es notable como por ejemplo los años 1994,1995,2002,2013 y 2017 que fue la más escasa de las últimas décadas y otras en las que la uva es abundante como por ejemplo las añadas del 2000,2005,2014,2018.

Que haya mucho o poco vino no solo depende de lo que se produce en un año si no también de lo que se encuentra disponible en stocks, así pues, en 2017 la cosecha fue corta, pero las existencias disponibles al inicio de la campaña eran algo superiores.

2.3.1 Análisis y evolución de la producción por CC. AA

Considero de vital importancia analizar la evolución de la producción de vino en España en función de las comunidades autónomas, para así poder identificar tendencias en cuanto al consumo/demanda y analizar los factores que influyen en la producción del vino. Trato de conocer en qué comunidades el sector vitivinícola es el motor de la agricultura.

Tabla 2.3.1: Producción de vino por CC. AA: campaña 2018

| CCAA | PRODUCCIÓN DE VINO Y MOSTO POR CCAA, CATEGORÍA Y COLOR DE 1 DE AGOSTO DE 2018 A 30 DE NOVIEMBRE DE 2018 (hl) ⁽¹⁾ | | | | TOTAL producción de vino | TOTAL mosto s.c. de la campaña 2018/19 en poder de los productores | TOTAL producción de vino y mosto s.c. de la campaña 2018/19 en poder de los productores ⁽³⁾ | | | |
|----------------------------|--|--------------------------------------|---|------------------|--------------------------|--|--|--|--|--|
| | Producción de vino | | Mosto s.c. de la campaña 2018/19 en poder de los productores ⁽²⁾ | | | | | | | |
| | Tinto/Ros. | Blanco | Tinto/Ros. | Blanco | | | | | | |
| ANDALUCIA | 73.387 | 1.156.946 | 193 | 28.272 | 1.230.333 | 28.465 | 1.258.798 | | | |
| ARAGON | 1.270.570 | 173.619 | 0 | 0 | 1.444.189 | 0 | 1.444.189 | | | |
| ASTURIAS | 327 | 119 | 0 | 4 | 446 | 4 | 450 | | | |
| BALEARES | 34.917 | 18.769 | 69 | 403 | 53.686 | 472 | 54.158 | | | |
| CANARIAS | 26.876 | 46.019 | 551 | 2.927 | 72.895 | 3.478 | 76.373 | | | |
| CANTABRIA | 318 | 281 | 0 | 0 | 599 | 0 | 599 | | | |
| CASTILLA LA MANCHA | 10.881.012 | 13.625.098 | 628.174 | 3.611.749 | 24.506.110 | 4.239.923 | 28.746.033 | | | |
| CASTILLA Y LEÓN | 1.342.028 | 988.479 | 1.132 | 427 | 2.330.507 | 1.559 | 2.332.066 | | | |
| CATALUÑA | 813.148 | 2.523.372 | 116 | 7.921 | 3.336.520 | 8.037 | 3.344.557 | | | |
| EXTREMADURA | 1.187.681 | 2.438.156 | 23.034 | 119.185 | 3.625.837 | 142.219 | 3.768.056 | | | |
| GALICIA | 86.689 | 372.096 | 172 | 35 | 458.785 | 207 | 458.992 | | | |
| C.MADRID | 74.406 | 40.939 | 315 | 3.926 | 115.345 | 4.243 | 119.588 | | | |
| MURCIA | 847.026 | 36.925 | 24.497 | 41 | 883.951 | 24.538 | 908.489 | | | |
| NAVARRA | 739.503 | 93.575 | 1.243 | 6.116 | 833.078 | 7.359 | 840.437 | | | |
| PAÍS VASCO | 705.563 | 106.129 | 0 | 0 | 811.692 | 0 | 811.692 | | | |
| LA RIOJA | 2.251.389 | 213.617 | 0 | 0 | 2.465.006 | 0 | 2.465.006 | | | |
| C.VALENCIANA | 1.629.074 | 608.120 | 243.232 | 86.180 | 2.237.194 | 329.412 | 2.566.606 | | | |
| TOTAL | 21.963.914 | 22.442.259 | 922.728 | 3.867.188 | 44.406.173 | 4.789.916 | 49.196.089 | | | |
| Otros productos (2) | | Mosto concentrado | 52.876 | | | | | | | |
| | | Mosto concentrado rectificado | 36.730 | | | | | | | |
| | | Mosto parcialmente fermentado | 6.854 | | | | | | | |
| | | TOTAL | 96.460 | | | | | | | |

Fuente: (INFOVI, 2018)

En la *Tabla 2.3.1* se puede observar que Castilla la Mancha aporta más del 50% de la producción total de vino en España. Por la enorme extensión de viñedos que posee, podemos afirmar que es el motor vitivinícola del país.

En cuanto a volumen, le siguen las comunidades autónomas de Cataluña, Extremadura o La Rioja.

La comunidad de Aragón se encuentra en séptima posición en lo que a producción total (mill hL) de vino en España se refiere (véase *Tabla 2.3.1*). Aragón se sitúa muy por encima de la media de producción de vino por comunidades autónomas. Cerró la campaña de 2018 con una producción total de 1.444.189 de hectolitros situándose la media en 354.814,72 hectolitros. Considero importante recalcar este dato ya que más adelante, concretamente en el punto 5 del trabajo, realizaré un análisis de la Denominación de Origen Campo de Borja, situada en la localidad de Zaragoza, una zona que se encuentra en crecimiento.

Del volumen de producción van a depender los precios en origen, por tanto, cuando se obtiene una cosecha corta y temprana los precios necesariamente tienen que ir al alza y por el contrario cuando se dan cosechas más abundantes se puede ser algo más flexible con los precios. Una evolución de los precios de los vinos tanto tinto como blanco a lo largo de los años se muestra en el *Grafico 2.3.2*.

Gráfico 2.3.2: Precios en origen



Fuente: (*Federacion Española del Vino, 2018*)

Históricamente en España el vino tinto ha tenido más mercado que el vino blanco, es por ello que los precios son algo superiores (exceptuando algunas campañas como en los años 2012/13 que prácticamente se solaparon). Cabe destacar que en esas dos campañas antes mencionadas hubo escasez de vino en toda Europa por lo que los precios fueron al alza. Ahora mismo España sigue una tendencia ascendente del precio del litro, pero a un ritmo muy lento.

Quiero recalcar que últimamente el vino blanco está ganando muchos adeptos. Las modas cambian y los gustos también. Los vinos blancos están entrando fuerte en el mercado más juvenil, así lo recoge (Bodegas Pradorey, 2017) en un artículo de su página web.

2.4 Análisis y evolución del consumo

El consumo interior está fuertemente ligado con la producción de manera que este es sensible a las subidas y bajadas de precios. Se frena cuando suben los precios y cuesta mucho trabajo recuperarlo después. Es necesario diferenciar entre consumo de vino en alimentación y consumo de vino en hogares. No podemos olvidar que el vino es un bien de los que consideramos prescindible y no es un producto de primera necesidad. A su vez tiene un mercado dedicado al lujo y la exclusividad. Estos dos factores influyen mucho en el consumo y demanda del vino. Siendo un producto prescindible hace que mucha gente de la clase media- baja no pueda tener acceso a él en tiempos de crisis, o deban renunciar de él para ocuparse de otras necesidades. Por el contrario, una gran parte de nuestra sociedad que no ha sido afectada por la retrocesión económica sigue accediendo a un mercado exclusivo influenciado por el marketing y eso hace que a pesar de todo siga siendo un mercado en expansión

Tabla 2.4.1: Consumo de vino en alimentación

| | TAM OCT 17 | TAM OCT 18 | DIF. |
|--------------------------------------|----------------|----------------|--------------|
| MILLONES € | | | |
| ESPUMOSOS Y CAVAS CON DOP | 143,0 | 129,9 | -9,2% |
| VINO TRANQUILO CON DOP | 569,6 | 581,5 | 2,1% |
| VINO TRANQUILO SIN DOP / IGP | 216,7 | 225,4 | 4,0% |
| OTROS VINOS (1) | 92,7 | 105,4 | 13,6% |
| IGP | 34,1 | 47,5 | 39,3% |
| VINO DE AGUJA | 18,5 | 16,1 | -12,9% |
| VINO DE LICOR | 40,1 | 41,8 | 4,1% |
| TOTAL VINO | 1.022,0 | 1.042,1 | 2,0% |
| BEBIDAS CON VINO (2) | 112,4 | 110,1 | -2,0% |
| TOTAL VINO + BEBIDAS CON VINO | 1.134,3 | 1.152,2 | 1,6% |
| MILLONES LITROS | | | |
| ESPUMOSOS Y CAVAS CON DOP | 28,3 | 24,3 | -13,8% |
| VINO TRANQUILO CON DOP | 140,2 | 136,9 | -2,4% |
| VINO TRANQUILO SIN DOP / IGP | 174,0 | 165,8 | -4,7% |
| OTROS VINOS (1) | 31,3 | 38,1 | 21,8% |
| IGP | 13,9 | 20,7 | 49,2% |
| VINO DE AGUJA | 6,6 | 5,6 | -14,3% |
| VINO DE LICOR | 10,8 | 11,7 | 8,7% |
| TOTAL VINO | 373,7 | 365,1 | -2,3% |
| BEBIDAS CON VINO (2) | 76,2 | 71,1 | -6,6% |
| TOTAL VINO + BEBIDAS CON VINO | 449,9 | 436,3 | -3,0% |
| PRECIO MEDIO €/L. | | | |
| ESPUMOSOS Y CAVAS CON DOP | 5,06 | 5,34 | 5,4% |
| VINO TRANQUILO CON DOP | 4,06 | 4,25 | 4,6% |
| VINO TRANQUILO SIN DOP / IGP | 1,25 | 1,36 | 9,2% |
| OTROS VINOS (1) | 2,96 | 2,77 | -6,7% |
| IGP | 2,45 | 2,29 | -6,6% |
| VINO DE AGUJA | 2,81 | 2,85 | 1,6% |
| VINO DE LICOR | 3,72 | 3,56 | -4,3% |
| TOTAL VINO | 2,73 | 2,85 | 4,4% |
| BEBIDAS CON VINO (2) | 1,47 | 1,55 | 5,0% |
| TOTAL VINO + BEBIDAS CON VINO | 2,52 | 2,64 | 4,8% |

(1) Otros vinos: desde marzo de 2015 incluyen los vinos de aguja, vinos de licor y vinos con IGP. Anteriormente también incluía el aromatizado

(2) Bebidas con vino: incluye las sangrias, tintos de verano y, desde marzo 2015, vinos aromatizados.

Fuente: (Federacion Española del Vino, 2018), Elaboración: OeMV

Con cifras disponibles de la campaña 2018, en la *Tabla 2.4.1* se aprecia una ligera disminución del volumen de ventas de vinos en un 2,3%. El precio por el contrario aumenta un 4,4%. Menos vino, algo más caro.

Un dato que considero necesario destacar es que el consumidor español de vino sigue prefiriendo los productos con denominación de origen, que evolucionan con cierta continuidad y suavidad, subiendo un 2,1 % la facturación pese a una caída del 2,4 % en el volumen vendido, con subida del 4,6 % del precio medio en vinos tranquilos.

Más radical es la variación de los vinos tranquilos sin DOP con una bajada del 4,7% en el volumen, y un aumento de la facturación del 4% debido a un incremento del 9,2% de los precios.

En el siguiente grafico (*Grafico 2.4.1*) se expone el consumo de vino tranquilo en los hogares españoles: diferenciando entre vino con DOP y vino sin DOP. Es posible apreciar que en los hogares españoles los consumidores han mantenido estable el consumo de vino con DOP y han disminuido el de vino sin DOP por lo que se puede concluir que el consumo de vino disminuye, pero el consumidor busca mayor calidad. Como he comentado anteriormente, el vino no es considerado un producto de primera necesidad, por lo tanto, el consumidor medio español, asocia el vino a un producto utilizado en ocasiones especiales y celebraciones.

Gráfico 2.4.1: Consumo de vino tranquilo en los hogares españoles (mill L)



Fuente: (Federacion Española del Vino, 2018)

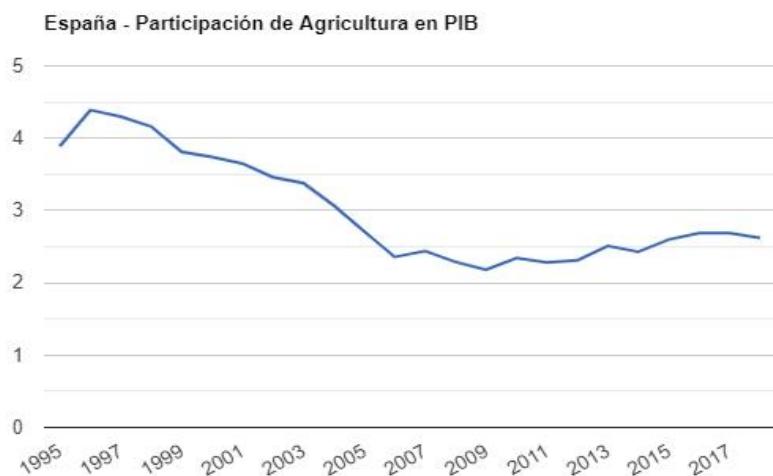
2.5 Factores macroeconómicos

Peso de la agricultura sobre la economía española:

Históricamente en los países mediterráneos la agricultura ha jugado un papel crucial en las economías llegando a suponer un 4-5% del total del PIB (Producto Interior Bruto) hace apenas 20 años. Hoy en día esto ya no es así. La agricultura está perdiendo importancia. También en España. Hasta el punto de que existen comunidades autónomas como Madrid, Cataluña, Baleares que se sitúan muy por debajo del 1% en aportación de agricultura al PIB. La agricultura representó en 2018 un 2,62 % del PIB español. (Sanchez, 2019)

La mayor parte de la sociedad se concentra en las grandes urbes, dejando una gran parte del territorio nacional despoblada. Además, los avances tecnológicos hacen que cada vez se ponga más enfoque en el sector secundario y terciario. Es por ello que en los últimos años están surgiendo movimientos y plataformas de ayuda a esos despoblamientos.

Gráfico 2.5.1: Evolución de la participación de la Agricultura sobre PIB español



Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018)

Dentro del sector agrario encontramos el sector vitivinícola el cual estoy estudiando en este trabajo. Pues bien, dicho sector supone el 1% del PIB español, es decir el 38% del sector agrario. Queda demostrado la importante relevancia que tiene dicho sector en nuestro país. Regiones enteras de nuestra geografía viven de este sector y promueven que

el vino sea uno de los productos alimenticios españoles con más éxito en el extranjero.
(Ministerio de Agricultura, 2018)

El sector vitivinícola sigue en continuo crecimiento. Un buen ejemplo de ello es el crecimiento de las bodegas en España, que han aumentado de 4.093 en 2017 a 4.373 en 2018 lo que supone un aumento de 280 empresas en tan solo un año (ver *Tabla 2.5.2*).

Por CC. AA:

Gráfico 2.5.2: Nº de bodegas por CC. AA en 2018



Fuente: (DIRCE-INE(Instituto Nacional de Estadística), 2018)

En el *Grafico 2.5.2* podemos observar que la comunidad autónoma de Castilla y León y Cataluña son las dos comunidades que más bodegas productoras de vino poseen en 2018. En estas regiones se practica mucho el cooperativismo, es por ello que un gran número de bodegas están asociadas entre sí. A su vez, son dos de las regiones españolas con mayor número de hectáreas de cultivo de la vid, lo que hace que el número de bodegas en la zona sea elevado.

Tabla 2.5.2: N° de bodegas por CC. AA en 2017 y 2018

| COMUNIDADES AUTÓNOMAS | ene-08 | ene-12 | ene-15 | ene-17 | ene-18 | Dif % 18/17 | Var N° | | Var. N° CAGR 08-18 08-18 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|------------|-------------|--------------------------------|
| | | | | | | | 18-17 | CAGR 08-18 | |
| CASTILLA Y LEÓN | 478 | 531 | 560 | 574 | 609 | 6,1% | 35 | 2,5% | 131 |
| CATALUÑA | 509 | 546 | 545 | 575 | 606 | 5,4% | 31 | 1,8% | 97 |
| GALICIA | 424 | 417 | 404 | 415 | 447 | 7,7% | 32 | 0,5% | 23 |
| PAÍS VASCO | 565 | 465 | 452 | 436 | 433 | -0,7% | -3 | -2,6% | -132 |
| CASTILLA-LA MANCHA | 494 | 457 | 433 | 420 | 425 | 1,2% | 5 | -1,5% | -69 |
| LA RIOJA | 416 | 390 | 401 | 389 | 381 | -2,1% | -8 | -0,9% | -35 |
| ANDALUCIA | 281 | 285 | 271 | 290 | 344 | 18,6% | 54 | 2,0% | 63 |
| C. VALENCIANA | 196 | 187 | 200 | 197 | 231 | 17,3% | 34 | 1,7% | 35 |
| MADRID (COMUNIDAD DE) | 150 | 159 | 153 | 173 | 196 | 13,3% | 23 | 2,7% | 46 |
| EXTREMADURA | 162 | 137 | 122 | 128 | 139 | 8,6% | 11 | -1,5% | -23 |
| ARAGÓN | 137 | 135 | 127 | 122 | 132 | 8,2% | 10 | -0,4% | -5 |
| CANARIAS | 113 | 101 | 95 | 100 | 118 | 18,0% | 18 | 0,4% | 5 |
| NAVARRA (C. FORAL DE) | 120 | 114 | 104 | 105 | 111 | 5,7% | 6 | -0,8% | -9 |
| BALEARES (ISLAS) | 59 | 63 | 65 | 69 | 89 | 29,0% | 20 | 4,2% | 30 |
| MURCIA (REGION DE) | 66 | 70 | 69 | 73 | 76 | 4,1% | 3 | 1,4% | 10 |
| ASTURIAS (PRINCIPADO DE) | 13 | 12 | 14 | 17 | 25 | 47,1% | 8 | 6,8% | 12 |
| CANTABRIA | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 10,0% | 1 | 4,6% | 4 |
| TOTAL ESPAÑA | 4.190 | 4.077 | 4.024 | 4.093 | 4.373 | 6,8% | 280 | 0,5% | 183 |

Fuente: (DIRCE-INE(Instituto Nacional de Estadística), 2018)

En la *Tabla 2.5.2* se aprecia ese aumento del número de bodegas de 2017 a 2018 del que hablaba anteriormente.

Estas bodegas como empresas que son, generan puestos directos e indirectos de trabajo. En la siguiente tabla (*Tabla 2.5.3*) se muestra una comparativa de los asalariados por medio de bodegas españolas en 2017 y 2018. En estos datos no se incluyen los trabajadores temporales; trabajadores que son contratados en la época de la vendimia (normalmente entre septiembre y octubre) que aportan mano de obra a la empresa durante un tiempo determinado, pero no son considerados empleados fijos.

Tabla 2.5.3: N° de asalariados por parte de bodegas en 2017 y 2018

| DISTRIBUCIÓN POR ESTRATO DE ASALARIADOS | | | DISTRIBUCIÓN POR ESTRATO DE ASALARIADOS | | |
|--|--------------|---------------|--|--------------|---------------|
| Fuente DIRCE; elaboración OeMv (2017) | | | Fuente DIRCE; elaboración OeMv (2018) | | |
| Estrato | asalariados | Nº empresas | Estrato | asalariados | Nº empresas |
| 0 | 1.203 | 29,4% | 0 | 1.193 | 27,3% |
| 1-2 | 1.097 | 26,8% | 1-2 | 1.276 | 29,2% |
| 3-5 | 681 | 16,6% | 3-5 | 737 | 16,9% |
| 6-9 | 445 | 10,9% | 6-9 | 498 | 11,4% |
| 10-19 | 382 | 9,3% | 10-19 | 379 | 8,7% |
| 20-49 | 207 | 5,1% | 20-49 | 217 | 5,0% |
| 50-99 | 56 | 1,4% | 50-99 | 54 | 1,2% |
| 100-199 | 15 | 0,4% | 100-199 | 13 | 0,3% |
| 200-499 | 6 | 0,1% | 200-499 | 5 | 0,1% |
| 500-999 | 1 | 0,0% | 500-999 | 1 | 0,0% |
| TOTAL 2017 | 4.093 | 100,0% | TOTAL 2018 | 4.373 | 100,0% |

Fuente: (DIRCE-INE(Instituto Nacional de Estadística), 2018)

El número de bodegas entre 1 y 2 trabajadores en 2018 es de 1.276, lo que supone el 29,2 % del total. Le siguen en importancia las bodegas en las que el único trabajador es el titular, con 1.193 (27,3% del total). Es decir, con los datos disponibles es posible afirmar que el 56,5% de las bodegas españolas comprenden entre 0 y 2 asalariados.

En 2018, 737 bodegas tenían entre 3 y 5 asalariados (16,9% del total y subiendo respecto a 2017), 498 entre 6 y 9 trabajadores (también aumenta respecto a 2017) y 379 entre 10 y 19 (baja ligeramente). Por tanto, si nos atenemos al concepto de lo que se consideran microempresas en España, hay un porcentaje elevado de bodegas que pertenecen a este grupo. Son aquellas que tienen menos de 10 trabajadores y un límite de 2 millones de euros para el volumen de negocios y el balance general. Esta tabla muestra la tendencia del tejido empresarial en España. Muchas empresas con volúmenes bajos de negocio a diferencia de otros países en los que se concentra el volumen de negocio en empresas de mayor tamaño y que a su vez generen más puestos de trabajo.

3. COMERCIO EXTERIOR

La evolución del sector del vino español no sólo depende del comportamiento de la economía en nuestro país, sino también de la evolución económica de otros mercados globales debido a que es un mercado altamente exportador. En el presente apartado, expongo los principales indicadores relacionados con el comercio exterior del vino en España, en términos de volumen y valor y la composición por tipos de productos y zonas geográficas.

Los compradores internacionales se han vuelto más exigentes y valoran cada vez más la calidad de los productos hechos en España y la rápida respuesta ante cambios en las tendencias.

A continuación, expongo las cifras en cuanto a comercio exterior que confirman este hecho. Con datos cerrados a noviembre de 2018 en España se produjo una subida de la facturación por exportaciones de vino del 5,2% hasta los 3.310 millones de euros, con reducción del volumen del 10% hasta los 2.556 millones de litros y subida del precio medio hasta 1,30€/l. (Federacion Española del Vino, 2018). La apuesta del sector del vino por el comercio exterior se refleja en la multitud de ferias internacionales existentes en las que están presentes las empresas más importantes del sector.

(ICEX) organiza anualmente varias ferias y exposiciones por todo el mundo con el objetivo de dar a conocer los vinos españoles y aumentar su consumo fuera del territorio nacional. Estas son algunas de las ferias más importantes:

Tabla 3.1: Principales ferias internacionales de vino español en el mundo 2020

| PABELLONES EN FERIAS 2020 | MERCADO | FECHA |
|---|-------------------------------------|--------------------|
| ISM COLONIA | ALEMANIA (Colonia) | Febrero 2 - 5 |
| PRODEXPO MOSCÚ | RUSIA (Moscú) | Febrero 10 - 14 |
| GULFOOD DUBAI | EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (Dubai) | Febrero 16 - 20 |
| SALON DU FROMAGE PARÍS | FRANCIA (París) | Febrero 23 - 26 |
| EXPO WEST NATURAL PRODUCTS | EE.UU. (Anaheim) | Marzo 3 - 7 |
| FOODEX TOKIO | JAPÓN (Tokio) | Marzo 10 - 13 |
| PROWEIN DÜSSELDORF | ALEMANIA (Düsseldorf) | Marzo 15 - 17 |
| EXPO ANTAD ALIMENTARIA | MÉXICO (Guadalajara) | Marzo 31 - Abril 2 |
| PROWINE ASIA | SINGAPUR (Singapur City) | Marzo 31 - Abril 3 |
| FOOD & HOTEL ASIA | SINGAPUR (Singapur City) | Marzo 31 - Abril 3 |
| SIAL CANADÁ | CANADÁ (Montreal) | Abril 15 - 17 |
| VINITALY | ITALIA (Verona) | Abril 19 - 22 |
| NRA SHOW | EE.UU. (Chicago) | Mayo 16 - 19 |
| VYNO DIENOS VILNIUS | LITUANIA (Vilnius) | Mayo 22 - 25 |
| ASIA FRUITLOGISTICA | CHINA (Hong Kong) | Sept 23-25 |
| SIAL PARÍS | FRANCIA (París) | Octubre 18-22 |
| FOOD & HOTEL CHINA | CHINA (Shanghai) | Noviembre |
| PROWINE CHINA | CHINA (Shanghai) | Noviembre |
| ACCIONES PROMOCIONALES 2020 | MERCADO | FECHA |
| CONCURSO DE VINOS BEST OF SPAIN TOP100 • PROWEIN 2020 | ALEMANIA (Düsseldorf) | Marzo 15 |
| PROGRAMA DE CATAS-SEMINARIOS EN PROWEIN | ALEMANIA (Düsseldorf) | mar-15 |
| WFS ANNUAL TASTING LONDON | REINO UNIDO (Londres) | Marzo |
| FERIA WFS IMPORTADORES | NORUEGA (Oslo) | Abril |
| SPANISH WINE WEEK IRLANDA | IRLANDA (Varias ciudades) | Abril |
| FERIA VINOS DE ESPAÑA | REPÚBLICA CHECA (Praga) | Abril |
| CONCURSO WFS AWARDS 2020 | REINO UNIDO (Londres) | Mayo a Diciembre |
| JORNADA ALIMENTOS EN AUSTRIA Y ESLOVENIA | AUSTRIA (Viena) | Mayo |
| FERIAS WFS IMPORTADORES JAPÓN (6 ediciones al año) | JAPÓN (Tokio y cuatro ciudades más) | Mayo a Octubre |
| XIV EXPOSICIÓN WFS CIUDAD DE MÉXICO | MÉXICO (Ciudad de México) | Junio |
| ASPEN FOOD & WINE FESTIVAL | EE.UU. (Aspen) | Junio |
| FERIAS WFS ALEMANIA | ALEMANIA | Junio |
| OPEN DAY | CHINA | Junio - Septiembre |
| GREAT MATCH | EE.UU. (a determinar) | Junio |
| SPANISH WINE CELLAR | EE.UU. (Nueva York) | Julio |
| VII FERIA WFS | DINAMARCA (Copenhague) | Septiembre |
| VARSOVINO | POLONIA (Varsovia) | Septiembre |
| XVI SEMANA DEL VINO ESPAÑOL | RUSIA | Septiembre-Octubre |
| JTEC HORTOFRUTÍCOLA CANTÓN | CHINA (Cantón) | Septiembre |
| GREAT MATCH | EE.UU. (Nueva York) | Octubre |
| SPAIN WINE GOURMET FAIR TOKIO | JAPÓN (Tokio) | Octubre |
| GREAT MATCH | EE.UU. (a determinar) | Noviembre |
| JORNADA TÉCNICA ALIMENTOS | MARRUECOS (Casablanca) | Noviembre |
| PLAN INTEGRADO ALIMENTOS ALEMANIA | ALEMANIA | Anual |
| PLAN ACCESO A MERCADO ALEMANIA | ALEMANIA | Anual |
| PLAN INTEGRADO ALIMENTOS CANADÁ | CANADÁ | Anual |
| PLAN ACCESO A MERCADO CANADÁ | CANADÁ | Anual |
| PLAN INTEGRADO ALIMENTOS EE.UU. | EE.UU. | Anual |
| PLAN ACCESO A MERCADO EE.UU. | EE.UU. | Anual |

Fuente: (ICEX, 2018)

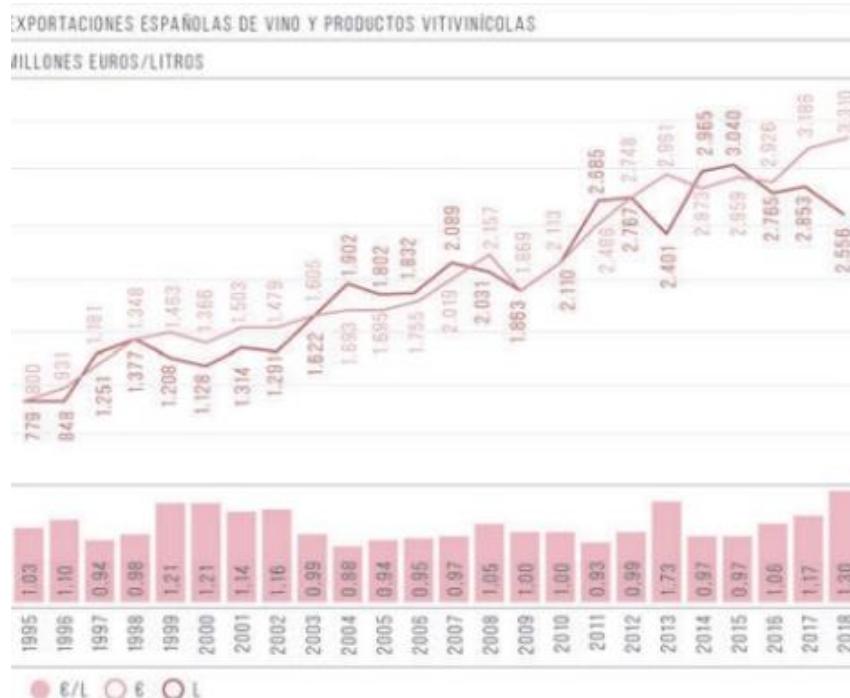
Considero de gran importancia la acción promocional del vino español en el extranjero que llevan a cabo las bodegas y asociaciones españolas ya que permite dar a conocer nuestra cultura en todo el mundo, reforzar la imagen de “marca España”. Es una oportunidad fantástica para pequeñas empresas que acaban de entrar en el sector y quieren expandir sus mercados o para aquellas bodegas asentadas en el sector que quieran reforzar sus acuerdos comerciales.

3.1 Exportaciones

Es de gran importancia el estudio de las exportaciones de un país ya que estas son una parte fundamental para el desarrollo económico. Las bodegas españolas están aumentando su esfuerzo exportador apostando por nuevas estrategias comerciales del vino, mejorando sus diseños (packaging) y su calidad, en definitiva. Por este motivo, se observa un incremento notorio de las exportaciones en el sector durante los últimos años.

En el *Grafico 3.1.1* se muestra la evolución de las exportaciones españolas de vino y productos vitivinícolas medido en millones de euros/litros desde el año 1995 hasta el 2018.

Gráfico 3.1.1: Exportaciones españolas de vino 1995-2018



Fuente: (Federacion Española del Vino, 2018)

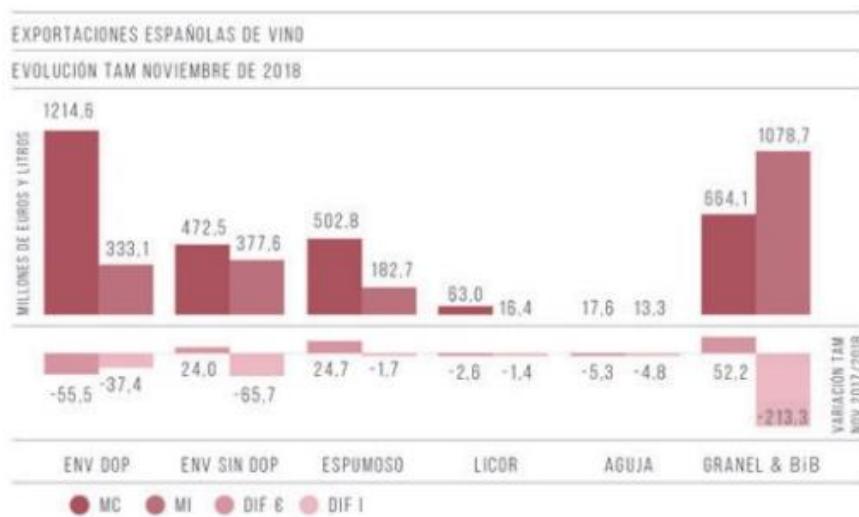
Como podemos apreciar en el *Grafico 3.1.1* existe una muy buena evolución económica en los últimos años, en los que España doblado la facturación de vino en apenas 15 años. El volumen va cayendo hacia los 25 mill hL (incluido mosto), con precios medios al alza. Esto indica más valor con menos litros. Esa es la tendencia que nos asemeja a las exportaciones de países como Francia e Italia, los cuales se les puede considerar nuestros principales competidores. Es el camino a seguir para tener una mejor rentabilidad e imagen de nuestros vinos, empresas y viticultores.

La escasez de producción de vino en las campañas 2017/2018 y los altos precios en origen parecían el momento perfecto para cambiar la tendencia de las exportaciones españolas y buscar mayores márgenes vendiendo los productos de mayor calidad y que mejor mercado tienen en el exterior. Sin embargo, esto no fue del todo así ya que los datos en el 2018 no fueron los previstos, situando la composición de las exportaciones españolas en una situación alejada de la idónea.

La estructura de las exportaciones de vino españolas sigue una tendencia hacia la venta de gran volumen de vino a bajo valor, vendidos principalmente a nuestros principales competidores entre los que se encuentran Francia, Italia, Alemania. (Federacion Española del Vino, 2018)

En el *Gráfico 3.1.2* se muestra la evolución interanual de las exportaciones españolas, datos a noviembre de 2018. Compara noviembre 2018 con noviembre 2017.

Gráfico 3.1.2: Evolución interanual exportaciones españolas de vino. Nov 2018



Fuente: (Federacion Española del Vino, 2018)

Hasta noviembre de 2018, España exportó 325 millones de litros menos que el año anterior (véase *Gráfico 3.1.2*), pero facturó 53 millones de euros más. Esta evolución, en la que se gana más dinero, pero se venden menos litros se debe principalmente al vino a granel, algo que nos debilita a la hora de compararnos con nuestros máximos rivales en términos de exportación.

Estos datos, no afectan de manera positiva a una mejor facturación de los vinos envasados, particularmente con DOP ya que estos disminuyeron en 2018 tanto en volumen (37 millones de litros) como en valor (con pérdidas de 55 millones de euros).

3.1.1 Principales destinos de las exportaciones

Es importante analizar a qué países exporta su vino España y conocer aquellos en los que la representación es mayor. En la *Tabla 3.1.1* se recoge una lista de los principales países a los que exporta su vino España.

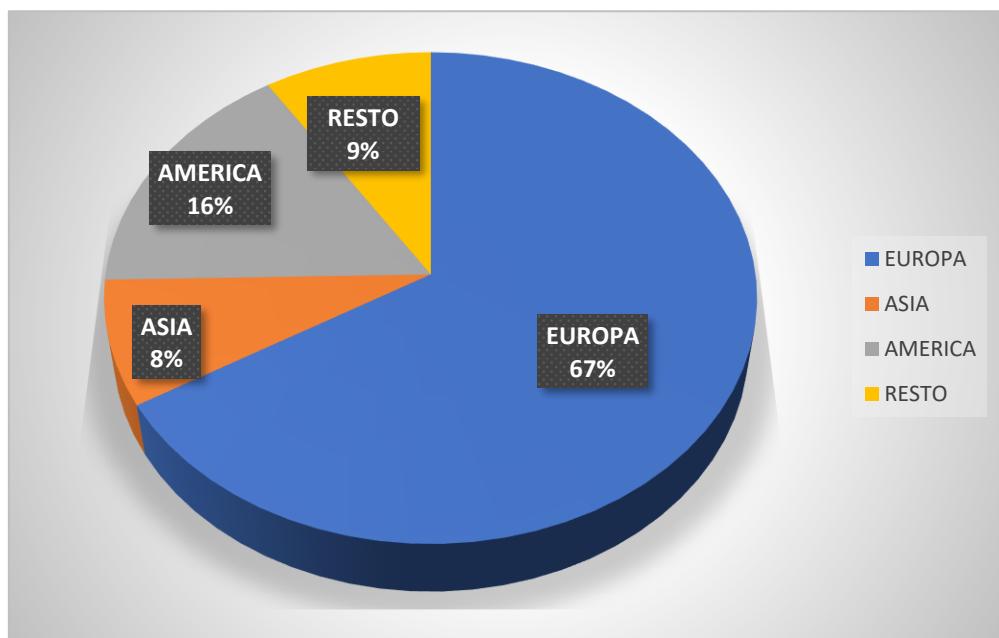
Tabla 3.1.1: Principales mercados del vino español 2018

| PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL | | | | |
|---------------------------------------|--------------|----------|---------|------|
| 2018 TAM NOV | | | | |
| | PAÍS | VALOR M€ | VOL. ML | €/L |
| 1 | ALEMANIA | 432,2 | 403,1 | 1,07 |
| 2 | FRANCIA | 396,5 | 598,2 | 0,66 |
| 3 | REINO UNIDO | 334,4 | 180,6 | 1,85 |
| 4 | EE.UU. | 323,7 | 89,9 | 3,60 |
| 5 | CHINA | 161,4 | 85,3 | 1,89 |
| 6 | ITALIA | 134,3 | 227,7 | 0,59 |
| 7 | PAÍSES BAJOS | 132,1 | 77,8 | 1,70 |
| 8 | PORTUGAL | 129,5 | 188,6 | 0,69 |
| 9 | SUIZA | 119,0 | 24,3 | 4,90 |
| 10 | BÉLGICA | 110,9 | 54,0 | 2,05 |
| 11 | CANADÁ | 104,7 | 38,8 | 2,70 |
| 12 | JAPÓN | 88,8 | 39,0 | 2,27 |
| 13 | SUECIA | 68,3 | 27,9 | 2,45 |
| 14 | MÉXICO | 67,3 | 23,2 | 2,91 |
| 15 | DINAMARCA | 51,0 | 33,0 | 1,54 |
| 16 | RUSIA | 38,6 | 51,9 | 0,74 |
| 17 | FINLANDIA | 32,3 | 16,9 | 1,91 |
| 18 | NORUEGA | 26,6 | 8,3 | 3,21 |
| 19 | IRLANDA | 23,3 | 7,9 | 2,97 |
| | RESTO | 278,1 | 178,1 | 1,56 |
| | TOTAL EXPORT | 3.052,9 | 2.354,5 | 1,30 |

Fuente: (*Federacion Española del Vino, 2018*)

Ponderando los datos que nos ofrece la *Tabla 3.1.1* obtenemos el *Gráfico 3.1.3* en el cual se puede apreciar el predominio de Europa sobre el resto de continentes como principal receptor de vino español (67%). Los principales países son: Alemania, Francia, Italia, Reino Unido. A continuación, se encuentra el continente americano (16%) en el que predominan países como EE. UU, México y Canadá. Cabe destacar también el mercado asiático en el cual encontramos atractivos clientes en Japón y China.

Gráfico 3.1.3: Distribución de las exportaciones de vino español por continentes



Elaboración propia. Fuente: (Federacion Española del Vino, 2018)

3.1.2 Principales rivales del vino español en el mercado internacional

Tabla 3.1.2: Principales países exportadores de vino en el mundo

| | Volumen (Mill. hL) | | Valor (Mill. EUR) | |
|----------------|--------------------|------|-------------------|-------|
| | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| España | 23,0 | 21,0 | 2.861 | 2.916 |
| Italia | 21,5 | 19,7 | 5.952 | 6.148 |
| Francia | 14,9 | 14,1 | 9.083 | 9.336 |
| Chile | 9,8 | 9,3 | 1.773 | 1.680 |
| Australia | 7,8 | 8,6 | 1.773 | 1.829 |
| Sudáfrica | 4,5 | 4,2 | 632 | 663 |
| Alemania | 3,8 | 3,8 | 1.006 | 1.032 |
| Estados Unidos | 3,5 | 3,5 | 1.307 | 1.226 |
| Portugal | 3,0 | 3,0 | 780 | 804 |
| Argentina | 2,2 | 2,8 | 713 | 674 |
| Nueva Zelanda | 2,6 | 2,6 | 1.060 | 1.011 |

Fuente: (OIV, 2018)

Como he comentado en puntos anteriores, España es el país del mundo que más vino exporta (en volumen) con 21 millones de hectolitros en 2018, pero no por ello es el más eficiente ya que dicho vino se vende más barato que en otros países como por ejemplo Italia o Francia que con menores volúmenes de producción y exportación, obtienen mayores beneficios con sus exportaciones.

3.1.3 Exportaciones por CC. AA

Castilla-La Mancha se sitúa como la primera comunidad autónoma exportadora, con más del 50% del volumen y el 30% de la facturación nacional. Esto se debe principalmente a que posee la mayor plantación de viñedos de toda la península. (OeMV, 2018)

Cataluña y La Rioja, le siguen en valor (€), ambas enfocadas a los vinos con mayor valor añadido. La Comunidad Valenciana es la segunda que más litros exporta.

El caso de La Rioja es algo peculiar ya que puede llegar a sorprender que una región tan pequeña de la geografía española pueda tener tanto peso e importancia en el mercado internacional en lo que al sector vitivinícola se refiere. Las características climáticas que posee son excepcionales y eso se ve reflejado en la calidad de sus vinos.

3.2 Importaciones

España es considerado un país altamente exportador en el sector vitivinícola. Esto puede parecer lógico sabiendo que es el país líder en términos de volumen de producción de vino, y que únicamente necesita de la importación y la compra de vino extranjero cuando la naturaleza ofrece una cosecha escasa.

Analizando los datos ofrecidos por la (OeMV) las importaciones españolas de vino en 2018 crecen un 68% en volumen (litros) y un 14% en valor (€), con una fuerte bajada del precio medio del 32%. España importó en 2018 la cifra de 93,2 millones de litros por valor de casi 214 millones de euros, a un precio medio de 2,30€/litro. El vino a granel blanco fue el producto principal que hizo que las importaciones ascendieran. Si no, hubieran sido ligeramente inferiores a la campaña de 2017.

Argentina e Italia fueron los países que más cantidad (litros) exportaron a España, mientras que Francia se encuentra en primera posición de país exportador de vino a España en términos de valor (€). A pesar de este ligero aumento de las importaciones de vino españolas de 2017 a 2018, el saldo comercial de vino en España sigue siendo netamente positivo.

3.3 Barreras comerciales

En este apartado se estudian las barreras comerciales existentes en el sector del vino en algunos países. Para el análisis de estas barreras, he consultado la página web www.barrerascomerciales.es que pertenece al Ministerio de Economía y Competitividad de España que tiene por objeto la apertura de mercados exteriores a las exportaciones españolas con el fin de incrementar sus oportunidades de negocio. A modo de resumen, he realizado una tabla exponiendo las barreras más significativas. A continuación, explico más en detalle algunas otras que considero importantes por la relevancia que tienen en nuestro país.

Tabla 3.3: Barreras comerciales

| PAÍS | BARRERA COMERCIAL | CONSECUENCIAS |
|----------------------|---|--|
| TURQUIA | Tasas impositivas a favor del raki frente al euro | Aumento del coste de exportación |
| VIETNAM | Impuestos especiales al consumo de alcohol | Aumento del coste de exportación |
| INDONESIA | Excesiva burocracia para la obtención de licencias para la venta de bebidas alcohólicas en el país | Disminución de las exportaciones españolas de vino |
| ECUADOR | Timbre fiscal 0,13\$ por botella de vino | Aumento del coste de exportación |
| EGIPTO | Aranceles excesivos; 1.800% para vinos y cervezas | Monopolio egipcio en la venta de vino. Disminución de las exportaciones españolas |
| REPUBLICA DOMINICANA | Aumento de gravámenes a las bebidas alcohólicas; en concreto vino y cerveza. 601,6 pesos dominicanos/ud alcohol | Aumento del coste de exportación. Disminución de las exportaciones españolas de vino |
| FILIPINAS | Arancel del 50% a vinos espumosos | Pérdidas de entre 2 a 19 M de € anuales |
| CANADA | Prácticas discriminatorias de precios entre vinos locales e importados | Disminución de las exportaciones españolas de vino |
| PUERTO RICO | Excesiva burocracia para la obtención de licencias para la venta de bebidas alcohólicas en el país | Disminución de las exportaciones españolas de vino |

Elaboración propia, Fuente: (Barreras Comerciales)

China: Como ya he comentado anteriormente, el mercado asiático representa un porcentaje considerable de las exportaciones de vino español. Desde 2017, China obliga a todos los productos importados de consumo alimentario incluido el vino y las bebidas espirituosas un certificado de seguridad alimentaria.

Además de esto, China obliga al resto de países exportadores de vino a que trabajen directamente con un importador chino que haya obtenido previamente una licencia de negocio que es necesaria solicitarla en el país asiático para tratar con todo tipo de alimentos en general. Esto es algo que la industria considera desproporcionado y muy difícil de aplicar en la UE y los diferentes Estados Miembros.

En estos momentos, China se encuentra en negociaciones para convertirse en miembro de pleno derecho de la OIV. Si finalmente accede a la organización deberá retirar todo tipo de normativas especiales y aceptar aquellas que marquen los estándares.

Conflictos comerciales EE. UU vs China: Aunque este conflicto comercial no afecta “directamente” a España ni al mercado del vino, sí afecta a la estabilidad comercial y económica mundial y es por ello que he considerado interesante incluirlo.

Los dos gigantes comerciales del mundo están enfrentados y las trabas comerciales que se ponen unos a los otros son constantes. Donald Trump ha aplicado una serie de medidas proteccionistas dirigidas principalmente contra China.

Para entender el trasfondo de este problema es necesario poner en contexto las continuas facilidades que se le han otorgado al gigante asiático desde su entrada a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001. China ha mantenido un tipo de cambio infravalorado durante años y ofrecido unos precios subsidiarios de la electricidad, agua y otros servicios a las empresas manufactureras exportadoras. Las críticas de EE. UU a las prácticas chinas van más allá de los habituales temas comerciales. Las quejas se han centrado en el trato que reciben las empresas americanas situadas en territorio chino ya que denuncian presiones para transferir tecnología y propiedad intelectual a las empresas chinas con las que colaboran. También denuncian la ayuda gubernamental que reciben las grandes empresas chinas para la adquisición de empresas estadounidenses, sobre todo, en alta tecnología. Para la resolución de dichos conflictos será preciso la formalización de acuerdos por ambas partes para estabilizar la situación comercial. (Federación Española del Vino, 2018)

Política arancelaria EE. UU vs España: EE. UU y en concreto Donald Trump no solo miran a China a la hora de desarrollar sus políticas proteccionistas. Ahora es el turno de Europa y en especial, el sector del vino. Desde octubre del año 2019 ha entrado en vigor una política arancelaria la cual aplica un arancel del 25% a la importación de vinos tranquilos de menos de 14 grados procedentes de España, Francia, Alemania y Reino Unido. Países como Grecia, Italia o Portugal quedan excluidos de este arancel, lo cual supone una clara desventaja competitiva, un encarecimiento del vino y por ende una caída de las ventas.

Esta medida puede ser entendida como una represalia del gobierno estadounidense por las subvenciones concedidas por parte de la Unión Europea a Airbus por valor de 7.500 millones de dólares anuales. La OMC defiende las medidas arancelarias de EE. UU a Europa tras considerar que dichas subvenciones a Airbus fueron ilegales

EE. UU se sitúa en el cuarto destino de las exportaciones españolas con un valor monetario cercano a los 320 millones de euros y un volumen de 90 millones de litros. Se estima el impacto de estas medidas arancelarias cercano a los 1.000 millones de euros.
(Cinco Días)

En estos momentos la solución pasa por mantener diversas conversaciones entre las autoridades españolas y estadounidenses para poder obtener soluciones tempranas que no afecten al libre comercio.

5. DENOMINACIÓN DE ORIGEN CAMPO DE BORJA (ARAGÓN)

En este apartado, voy a realizar un análisis acerca de la Denominación de Origen Campo de Borja (Aragón). La razón principal por la que he escogido esta región para profundizar en mi estudio acerca del sector del vino en España, es la cercanía y la estrecha relación que tengo con esta tierra. Tanto mi familia como yo, nos hemos criado en uno de sus términos municipales; Ainzón y es donde todas mis generaciones pasadas se han dedicado al cultivo de la vid y al comercio del vino hasta el día de hoy. Además, es una de las D.O de Aragón y de España que más está creciendo a nivel mundial.

La D.O Campo de Borja está situada dentro de la Comarca Campo de Borja, al noroeste de la provincia de Zaragoza, a 60 km de la capital. Es una zona de transición entre las montañas del Sistema Ibérico y el Valle del Ebro. Está formada por 16 términos

municipales: Agón, Ainzón, Alberite de San Juan, Albeta, Ambel, Bisimbre, Borja, Bulbuente, El Buste, Bureta, Fuendejalón, Magallón, Malejan, Pozuelo de Aragón, Tabuenca y Vera de Moncayo.

Cuenta con un clima muy continental, con influencia atlántica invernal cuya característica más destacable es el viento del Noroeste (cierzo), frío y seco y con influencia estival mediterránea. El relieve corresponde a una sucesión de altiplanicies de altitud comprendida entre los 350 y 700 m. Estas particulares características climáticas y de relieve confieren peculiaridades únicas y diferenciadoras de otras zonas productoras de vino.

La primera referencia relativa a la vid que consta, es del año 1203. Es por ello que la cultura vitivinícola está muy ligada a esta comarca desde hace tiempo.

En los años 50 nació el cooperativismo en las bodegas de la zona, se fundaron seis cooperativas elaboradoras de vino que agrupan hoy a la mayor parte de la producción de la Denominación de Origen.

En 1978 se aprobaron los estatutos reglamentarios y se fundó la D.O Campo de Borja.

En este apartado voy a hacer un análisis acerca de las bodegas que la componen, analizaré también la evolución de la producción, la comercialización tanto en el mercado nacional como internacional y la evolución de las exportaciones. Utilizaré datos con base 2018.
(Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018)

5.1 Bodegas que la componen

La denominación de origen, cuenta a día de hoy con 18 bodegas inscritas (véase *Tabla 5.1.1*). Todas ellas elaboradoras de diferentes tipos de vino, pero solo 12 se encargan de embotellarlo. Existe un Consejo Regulador que se encarga de certificar las cantidades de uva vendimiada por cosecha, el grado de alcohol, la correcta colocación de las etiquetas, en definitiva, el cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria que marcan los estatutos de la denominación.

Tabla 5.1.1: Bodegas inscritas D.O Campo de Borja 2018

| Nombre empresa | Lugar | Nº trabajadores | Rentabilidad (%) | Tipo empresa | E ^a Familiar |
|---|-------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------------|
| Soc Cooperativa Agricola de Borja | BORJA | 5 | 1% | Microempresa | NO |
| Bodegas Mareca SL | TABUENCA | 1 | -5% | Microempresa | NO |
| Bodegas Roman SC | BULBUENTE | 1 | 0,23% | Microempresa | SI |
| Bodegas Alto Moncayo SA | BORJA | 12 | 12,31% | PYME | NO |
| Coop N ^a S ^a del Niño Perdido | TABUENCA | 2 | 2% | Microempresa | NO |
| Bodegas Ruberte SL | MAGALLON | 5 | -0,50% | Microempresa | SI |
| Bodegas Aragonesas SA | FUENDEJALON | 36 | 0,66% | PYME | NO |
| Bodegas Pagos del Moncayo SL | VERA | 2 | 7,26% | Microempresa | NO |
| Coop Santo Cristo | MAGALLON | 5 | 1,20% | Microempresa | NO |
| Bodegas Bordeje SL | AINZON | 2 | 0,23% | Microempresa | SI |
| Bodegas Picos SL | MAGALLON | 1 | 22,30% | Microempresa | NO |
| Crianzas y Viñedos Santo Cristo Soc Coop | AINZON | 8 | 3% | Microempresa | NO |
| Bodegas Borsao SA | BORJA | 57 | 5,70% | PYME | NO |
| Coop Santa Ana | POZUELO | 7 | -1% | Microempresa | NO |
| Coop San Juan Bautista | FUENDEJALON | 2 | 0,36% | Microempresa | NO |
| Bodegas Cabal SL | AINZON | 2 | 0,18% | Microempresa | NO |
| Bodega Palmeri Silicia SL | TABUENCA | 1 | 1% | Microempresa | NO |
| Bodegas Morca SL | BORJA | 1 | -0,20% | Microempresa | NO |
| MEDIA | | 3 | 2,80% | | |

Elaboración propia, Fuente: (Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018)

Tradicionalmente esta zona vinícola se ha caracterizado por un gran cooperativismo entre las bodegas. Es la razón social de un alto porcentaje de ellas. El cooperativismo surge por la cooperación de sus integrantes tanto en el ámbito económico como social. Las cooperativas se constituyen como “asociaciones” de personas unidas de manera autónoma y voluntaria que se rigen por una organización democrática. El resto de bodegas son empresas familiares de segunda/tercera generación y microempresas, más pequeñas y con menores volúmenes de negocio. En concreto, de las 18 bodegas inscritas actualmente, únicamente 3 se pueden considerar empresas familiares.

Analizando las bodegas de las que he podido disponer de datos de interés, he obtenido las siguientes conclusiones:

Respecto al número de trabajadores la media se sitúa en torno a 3 trabajadores por bodega, aunque hay alguna excepción que se sale de la media como Bodegas Borsao y Bodegas Aragonesas (véase *Tabla 5.1.1*) las cuales se pueden considerar las más grandes de la denominación que cuentan con 57 y 36 trabajadores respectivamente. Una de las bases

fundamentales del cooperativismo es la generación de empleo en la zona donde se asientan. Es por ello que estas dos empresas, cooperativas ambas, tratan de aportar valor a la comarca a través de la movilización del empleo. Por otro lado, tenemos las empresas familiares, que, aunque representan un porcentaje pequeño en cuanto a número de bodegas, aportan un valor añadido distinto ya que compiten en distintos segmentos de mercado. Están más orientadas hacia vinos de mayor calidad buscando un cliente algo más exigente. Es el caso por ejemplo de Bodegas Bordeje, Bodegas Ruberte o Bodegas Román las cuales aportan menor fuerza de trabajo (1 y 5 trabajadores respectivamente) pero se compensa con un valor añadido superior en sus productos.

Por tanto, en la DO Campo de Borja existen 15 microempresas y 3 PYMES (pequeña y mediana empresa).

Respecto a los volúmenes de negocio anuales, son muy dispares entre unas bodegas y otras. Oscilan desde 27.000€ en las más pequeñas hasta 30.000.000€ la más grande. Estas diferencias se deben fundamentalmente al volumen de producción. Las grandes cooperativas acaparan la mayor parte de la explotación vinícola de la denominación, por lo que resulta muy difícil la comparativa entre las microempresas y las cooperativas en términos monetarios.

En términos de rentabilidad, analizando sus ratios, se puede establecer una media de 2,8% anual (véase *Tabla 5.1.1*). La rentabilidad de una empresa se obtiene de la fórmula: (Beneficio bruto/Activo total neto). Este porcentaje demuestra el crecimiento que están sufriendo algunas de las bodegas de la denominación. Es un momento de auge en el sector y eso se ve reflejado en la comarca. Multitud de actividades culturales y deportivas están tomando importancia estos últimos años. Más adelante explicaré algunas de ellas en detalle. Quiero matizar que este dato de media de rentabilidad anual puede conducir a error ya que no todas las bodegas tienen una rentabilidad financiera positiva, pero la positiva tendencia de las más grandes cubre las carencias de las más pequeñas si analizamos su media. Destacan dos bodegas por encima del resto en términos de rentabilidad; Bodegas Alto Moncayo SA y Bodegas Picos SL con 12,31% y 22,3% respectivamente en 2018.

El tipo de uva predominante en esta tierra es la Garnacha, una uva tinta de la cual se obtienen vinos intensos, frutales, armónicos, en definitiva, vinos con una personalidad muy definida. Es por ello que la Comarca de Borja es conocida como el Imperio de la Garnacha.

Además de esta excelente variedad, la DO también trabaja con otras variedades tintas o blanca como pueden ser: Tempranillo, Merlot, Macabeo, etc.

5.2 Producción

La D.O Campo de Borja tiene actualmente 6.416,14 hectáreas de viñedos registradas. La mayor parte de esas viñas pertenecen a las grandes cooperativas. Se cultivan variedades de uva tinta: Garnacha, Tempranillo, Merlot, Syrah etc. y uva blanca: Macabeo, Chardonnay, Sauvignon. En la *Tabla 5.2.1* se muestra la producción de 2018 diferenciando tipos de uva.

Tabla 5.2.1: Producción por variedades: vendimia 2018

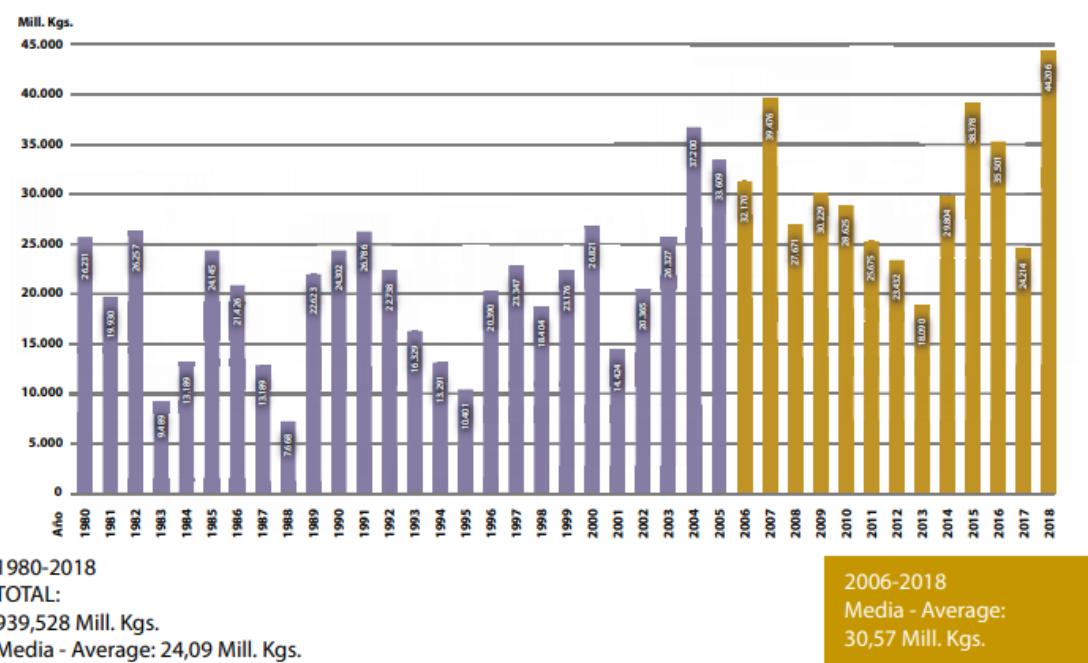
| VARIEDAD | PROD. KG | % | SUPERF. HA. | % |
|--------------------|-------------------|-------------|-----------------|-------------|
| GARNACHA | 21.686.494 | 49,1 | 3.424,59 | 53,4 |
| MAZUELA | 127.970 | 0,3 | 20,51 | 0,3 |
| TEMPRANILLO | 5.725.639 | 13,0 | 791,57 | 12,3 |
| CABERNET | 4.673.270 | 10,6 | 586,17 | 9,1 |
| MERLOT | 3.107.049 | 7,0 | 394,24 | 6,1 |
| SYRAH | 6.054.275 | 13,7 | 842,65 | 13,1 |
| GARNACHA TINTORERA | 192.780 | 0,4 | 20,83 | 0,3 |
| MACABEO | 919.335 | 2,1 | 132,32 | 2,1 |
| GARNACHA BLANCA | 27.840 | 0,1 | 5,44 | 0,1 |
| MOSCATEL | 297.567 | 0,7 | 39,72 | 0,6 |
| SAUVIGNON BLANC | 37.090 | 0,1 | 3,72 | 0,1 |
| VERDEJO | 115.873 | 0,3 | 11,73 | 0,2 |
| CHARDONNAY | 1.241.423 | 2,8 | 142,67 | 2,2 |
| TOTAL | 44.206.605 | 100 | 6.416,14 | 100 |

Fuente: (*Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018*)

Se puede apreciar, que la Garnacha es el tipo de uva por excelencia en la comarca. Una variedad adaptada al medio en el que es cultivada, de cepas gruesas y con excelente aguante a las sequias. La campaña de 2018 en términos de producción fue una campaña exitosa. Se rozaron los 45.000 millones de kilos de uva. La más exitosa desde 1980. A continuación, en el *Grafico 5.2.1* se muestra la evolución de la producción durante los últimos años.

Gráfico 5.2.1: Evolución de la producción D.O Campo de Borja 1980-2018

PRODUCCIÓN KG.



Fuente: (Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018)

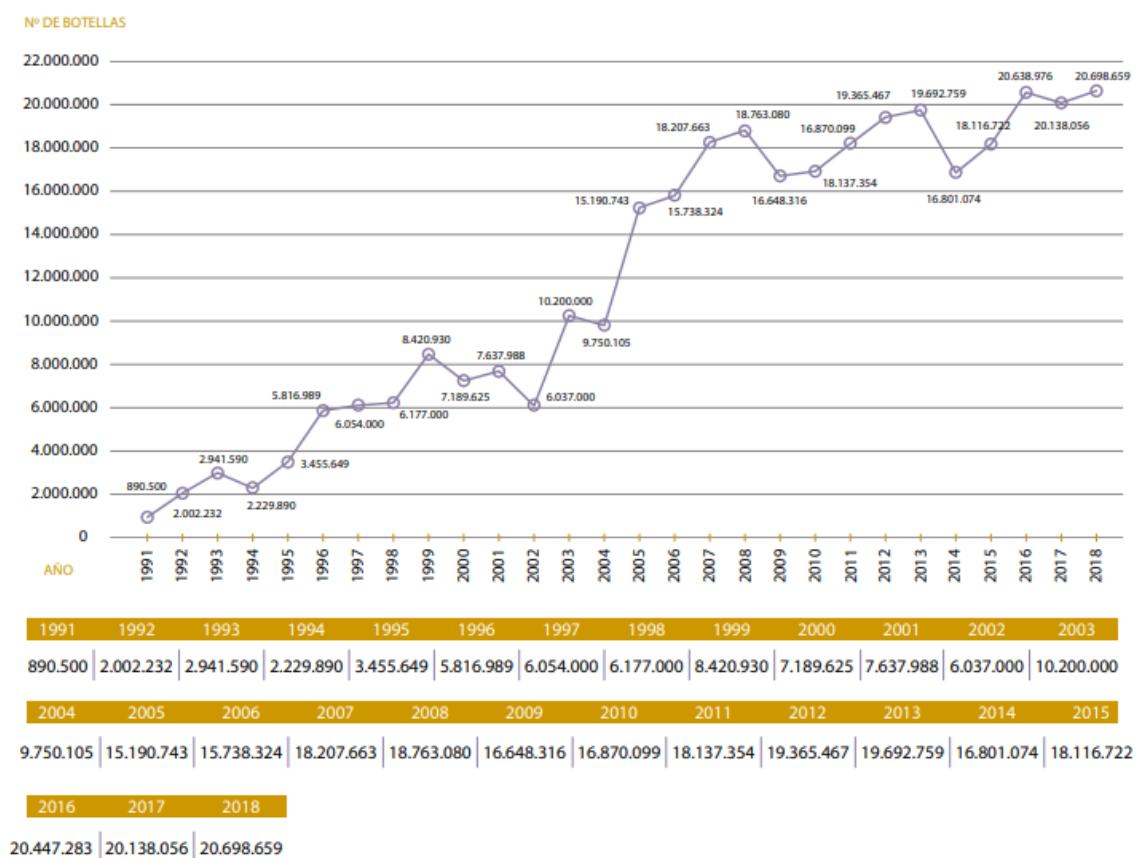
A pesar de que, a nivel nacional, la producción de vino en 2018 como he comentado anteriormente en el punto 2.3 no había sido especialmente abundante, en la Comarca de Borja se alcanzaron cifras históricas. Hay que tener en cuenta el factor climatológico, que unas veces juega a nuestro favor y otras nos perjudica. Normalmente se producen ciclos, es decir, 2-3 cosechas abundantes y después 2-3 cosechas escasas. Se puede apreciar claramente en el *Grafico 5.2.1* esa tendencia, por tanto, es necesario ser previsor y saber almacenar stock de vino en las bodegas para cuando lleguen las cosechas escasas tener producto con el que comercializar.

5.3 Comercialización

Los vinos de la D.O Campo de Borja se comercializan en botella de ¾ L con el márchamo del Consejo Regulador que garantiza su origen, calidad y la superación de los controles establecidos.

En la campaña 2018 ha habido un incremento en la comercialización, tal y como muestra el *Grafico 5.3.1*. A nivel nacional, se pueden encontrar vinos de la D.O Campo de Borja en todas las provincias.

Gráfico 5.3.1: Evolución de la comercialización de vinos de Campo de Borja 1991-2018 (Nº de botellas)



Fuente: (*Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018*)

En la campaña de 2018 se han comercializado en el territorio nacional 20.698.659 botellas. Un numero de botellas realmente elevado. Una parte de ellas van destinadas a alimentación y la otra a consumo en hogares.

Bajo el eslogan “El Imperio de la Garnacha” la Denominación de Origen Campo de Borja junto con el Consejo Regulador son conocidos en todo el mundo. Es por ello que es habitual la celebración de exposiciones y eventos tanto dentro del territorio español como en países extranjeros para la promoción del vino aragonés. En concreto, en España se realiza anualmente la “Muestra de Garnachas de la D.O Campo de Borja” en la ciudad de Zaragoza; 15 ediciones de un evento singular en el cual se fusionan la cultura del vino con el arte, ya que el lugar escogido para su celebración es el Museo de Zaragoza. Las bodegas inscritas en la D.O pueden participar voluntariamente. En este evento se llevan a cabo conferencias de expertos del sector, catas de vinos, etc. Este es un ejemplo de cómo la D.O trata de acercar la cultura del vino a todos los públicos.

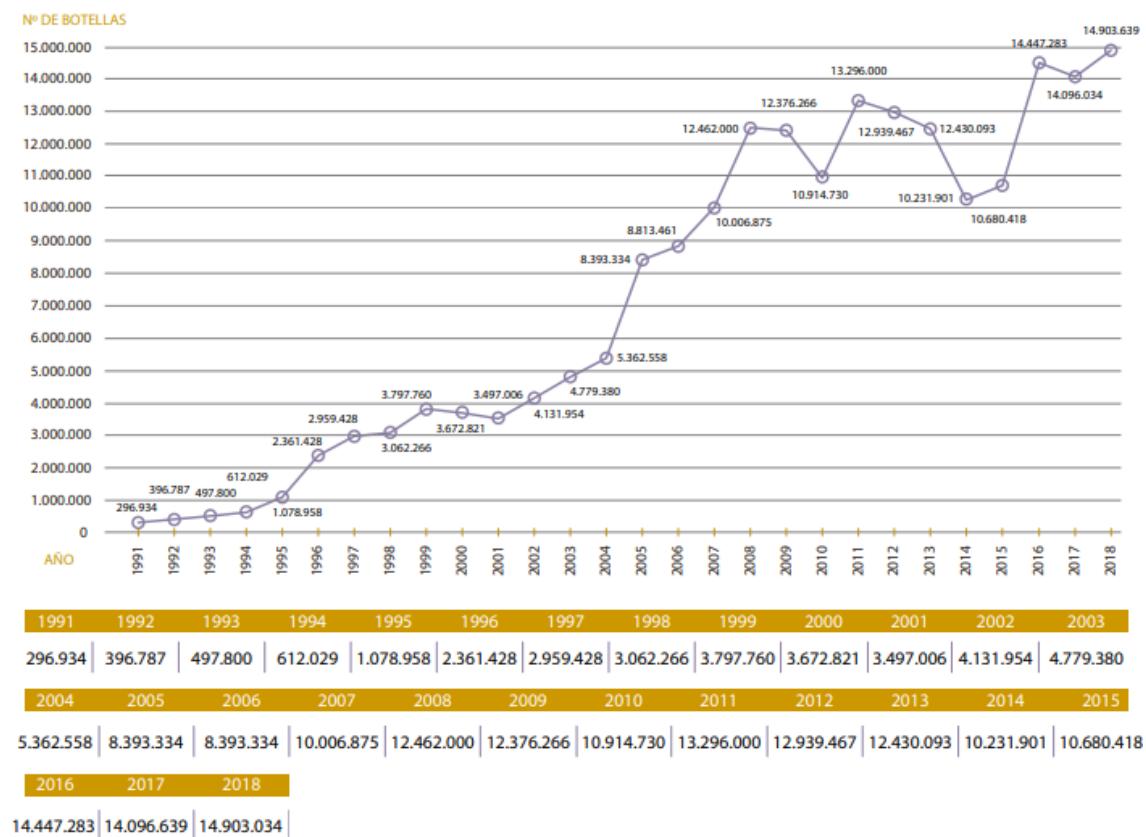
Además, la D.O está presente internacionalmente en ferias, eventos y exposiciones como es el caso de la conferencia anual española de consejos reguladores vitivinícolas celebrada cada edición en un lugar diferente de la geografía española o el concurso de garnachas del mundo, celebrado el pasado año en Perpiñán (Francia)

En la Comarca de Borja además de elaborar y comercializar vino, se trata de acercar turismo a la zona, potenciar actividades culturales y deportivas entre los más jóvenes. Un claro ejemplo de ello es el festival de música Borja en Jazz. Lleva celebrándose desde 1997 ininterrumpidamente y en él se fusionan la música Jazz y el vino. Supone un gran impulso económico a la comarca. Grupos internacionales aterrizan en la localidad de Borja para hacer disfrutar a sus gentes de 3 días ininterrumpidos de música. Pero no solo hay cultura y arte en esta tierra. El deporte también es importante. Anualmente se lleva a cabo la carrera de bicicleta BTT Ruta de la Garnacha que congrega a cientos de ciclistas aficionados de la zona y de otras partes de España.

5.4 Exportación

Respecto al mercado exterior, las exportaciones de vino suponen alrededor de un 72% del total comercializado. En el año 2018 las exportaciones de la D.O alcanzaron la cifra de 24.527.977,43 millones de euros.

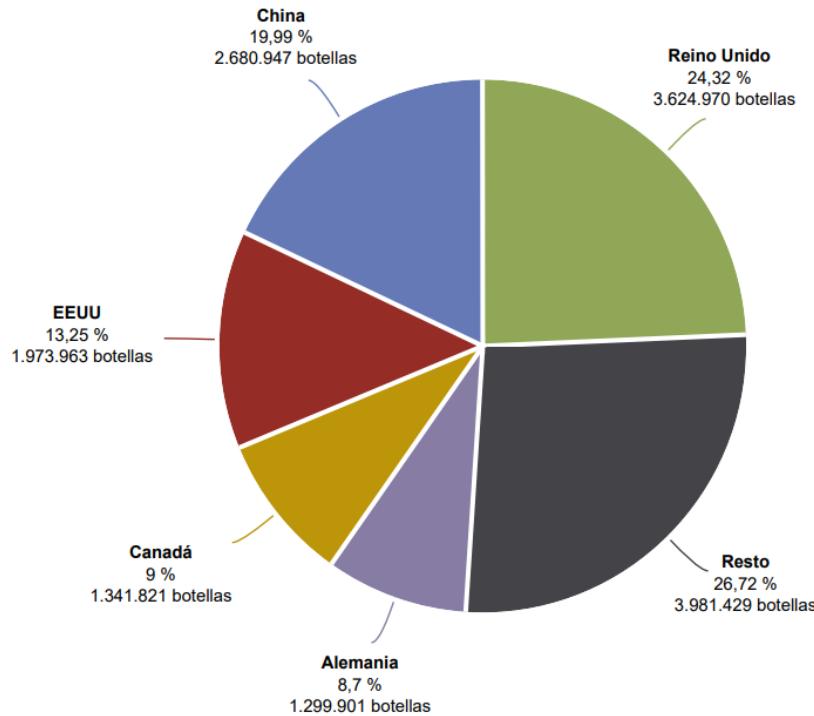
Gráfico 5.4.1: Evolución de la exportación 1991-2018 (Nº de botellas)



Fuente: (Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018)

Los países a los que exporta la denominación son principalmente europeos. Sigue la estructura nacional mencionada en el punto 3.1. Europa (33%): Reino Unido, Alemania, América (21%): EE. UU, Canadá, Asia (20%): China, Resto (26%) Cabe destacar que en tan solo 15 años se ha triplicado la cantidad de botellas de vino exportadas (Año 2003: 4.779.380,380 botellas) frente (Año 2018: 14.903,034 botellas). Los vinos comercializados en la Comarca de Borja son conocidos en todo el mundo.

Gráfico 5.4.2: Principales destinos de las exportaciones de vinos D.O Campo de Borja



Fuente: (*Consejo Regulador DO Campo de Borja, 2018*)

6. ANALISIS DE LAS TENDENCIAS DE CAMBIO EN EL SECTOR

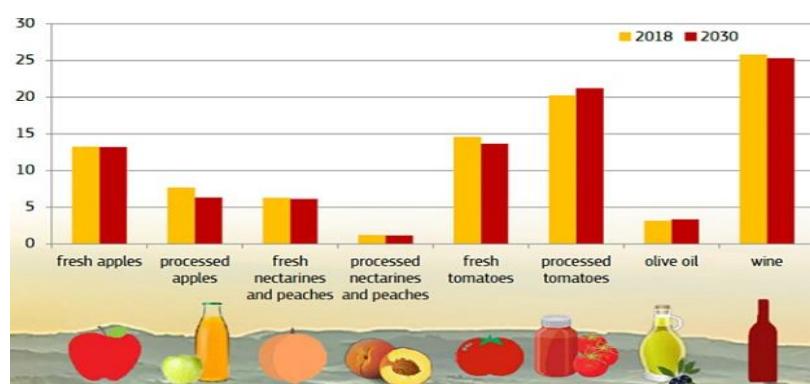
Una vez analizado el sector del vino en España y en concreto el caso de la D.O Campo de Borja, es necesario saber a lo que se enfrenta este sector en los próximos años. En este apartado se van a plasmar las tendencias de cambio en el sector del vino de los próximos diez años.

La agricultura seguirá desempeñando un papel destacado en la sociedad de la UE en 2030, con una disminución del uso de la tierra. Los consumidores tanto en la UE como en el extranjero, serán más exigentes con los productos que consumen, dando un impulso al valor agregado (como productos locales, orgánicos u otros certificados). Se desarrollarán nuevos avances en tecnología aplicables al sector primario como la agricultura de precisión. (Barel et al., 2019)

Tendencias de cambio:

- La producción de vino europea aumentara a partir de 2019. Después de unos años de escasas producciones las perspectivas de futuro son esperanzadoras.
- El sector productor se concentrará en las bodegas más grandes. Un proceso que ya están sufriendo países como Italia y Alemania en los que hay una fuerte concentración.
- Se prevé que el consumo per cápita anual se estabilice en torno a 25,3 litros hacia 2030.
- Se estima un crecimiento de las exportaciones de un 1,6% anual hasta 2030. El motor de este posible crecimiento será la fuerte demanda de vinos espumosos y vinos con Indicación Geográfica. Por el contrario, también se prevé que aumenten la proporción de vinos a granel en las importaciones de vino de la UE
- El vino orgánico crecerá. Este tipo de agricultura ha crecido en los últimos siete años. En España en torno al 5%.
- Descenso del consumo en el público joven adulto (18-35 años)

Gráfico 6.1: Consumo per cápita de vino y otros productos alimenticios 2018 vs 2030



Fuente: (Barel et al., 2019), Comisión Europea

Es una realidad, el sector del vino no consigue conectar con el público joven. El consumo de vino entre público joven se sitúa bastante por debajo de la media nacional. Así lo recoge el ranking (Wine Intelligence, 2018) que sitúa a España en el puesto 42 de 50 en cuanto a mercado más atractivo de vino. Esto es debido a diversos factores. Los jóvenes, por ejemplo, prefieren otras alternativas como la cerveza. El sector del vino en España no utiliza un lenguaje adaptado a los jóvenes, por tanto, se produce una falta de comunicación y de proximidad.

A continuación, se proponen algunas alternativas para intentar cambiar esta tendencia y que se empiece a captar mejor las necesidades de los jóvenes como hacen otros países vecinos.

A diferencia del sector cervecero en España que va a buscar a sus clientes potenciales entre los jóvenes (18-35 años) a través de anuncios, promoción, etc, el sector del vino espera a que esos clientes acudan a él, algo que rara vez ocurre. Por tanto, considero que eso debería cambiar. Es necesario crear un lenguaje claro y sencillo que conecte con el público objetivo.

Para dar a conocer el vino entre los jóvenes y aumentar su consumo siempre de manera responsable es necesario acercarse a ellos. Puede ser a través de las redes sociales con diferentes campañas de publicidad, teniendo presencia en festivales de música en los que diferentes expertos inicien a los jóvenes a descubrir este apasionado mundo, retirar los estereotipos de que el vino se debe utilizar exclusivamente para ocasiones especiales de celebración, crear nombres y etiquetas de vinos más modernos y cercanos que tan solo con escucharlos lo recuerdes. En definitiva, concienciar a los jóvenes desde el conocimiento, entendiendo sus gustos y preferencias.

7. CONCLUSIONES

De todo lo desarrollado y explicado en este trabajo fin de grado se pueden extraer varias conclusiones:

En términos de producción nacional, el sector del vino está en continuo auge, sigue una tendencia de crecimiento positiva 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. 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 la venta de menos vino, algo más caro. Los consumidores mantienen estable el consumo de vino con DOP y han disminuido el de vino sin DOP por lo que se puede concluir que el consumo de vino disminuye, pero el consumidor busca mayor calidad. El sector debe mejorar los datos de consumo en jóvenes a través de nuevas estrategias de comunicación.

El impacto del sector en nuestro país sigue siendo enorme a pesar de que comunidades autónomas como Madrid, Cataluña, Baleares se sitúan muy por debajo del 1% en aportación de agricultura al PIB. La estructura empresarial del sector del vino en nuestro país está compuesta por muchas bodegas con volúmenes “bajos” de negocio, a diferencia de nuestros principales competidores en los que el volumen de negocio se concentra en empresas de mayor tamaño y que a su vez generan más puestos de trabajo. Esta estructura fortalece el tejido empresarial de un país.

En cuanto al comercio exterior, el vino español se encuentra entre los mejores posicionados del mundo, la acción promocional de las bodegas españolas en las exposiciones internacionales es fundamental para dar a conocer los vinos fuera de nuestras fronteras.

España es el país del mundo que más vino exporta (en volumen) pero no el que más beneficio saca por ello (valor). Es por ello que es de vital importancia tratar de cambiar esa tendencia de las exportaciones españolas la cual se centra fundamentalmente en la exportación de vinos a granel (más barato) en vez de los productos que más valor añadido aportan y mejor imagen de “marca España” tienen (vinos con DOP).

Considero de vital importancia la resolución de las barreras comerciales contra el vino español, en especial la política arancelaria de EE. UU contra España.

Respecto a la Denominación de Origen Campo de Borja, después de hacer un análisis en profundidad acerca de su estructura, su producción y su comercialización queda demostrado que se encuentra en un momento de expansión hacia los mercados internacionales. A día de hoy ya exporta cerca del 75% de su producción.

Para finalizar, las tendencias de cambio de aquí a diez años son positivas. La agricultura seguiría desempeñando un papel destacado en nuestra sociedad. Se desarrollarán nuevos avances en tecnología aplicables al sector primario como la agricultura de precisión.

8. ANEXO

A continuación, añado un anexo de nomenclaturas que han sido utilizadas a lo largo del trabajo.

DOP: Denominación de Origen Protegida

IGP: Indicación Geográfica Protegida

OMC: Organización Mundial del Comercio

CC.AA: Comunidades Autónomas

PIB: Producto Interior Bruto

ICEX: Instituto Español de Comercio Exterior

AET: Agencia Tributaria Española

OIV: Organización Internacional del Vino

UE: Unión Europea

PYME: Pequeña y Mediana Empresa

Hollejos: Piel fina de la uva

Márchamo: Etiqueta que se coloca en ciertos productos para verificar su calidad

Packaging: Embalaje

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barel, S., Capkovicova, A., Grzegorzewska, M., Hélaine, S., Kloiber, B., Lanos, B., ... Panagos JRC, P. D. (2019). *NOTE TO THE READER*.
- Barreras Comerciales. (n.d.). Retrieved December 29, 2019, from <http://www.barrerascomerciales.es/es-ES/Paginas/default.aspx>
- Bodegas Pradorey. (2017). El vino blanco está de moda. Te contamos las claves del éxito. | Bodegas Pradorey. Retrieved October 26, 2019, from <https://www.pradorey.es/blog/el-vino-blanco-esta-de-moda/>
- Cinco Dias. (n.d.). La OMC permite que EE UU sancione a la Unión Europea por sus ayudas a Airbus | Compañías | Cinco Días. Retrieved November 20, 2019, from https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/10/02/companias/1570026714_777040.html
- Consejo Regulador DO Campo de Borja. (2018). *DOSSIER INFORMATIVO*.
- DIRCE-INE(Instituto Nacional de Estadistica). (2018). Instituto Nacional de Estadística. (National Statistics Institute). Retrieved October 26, 2019, from <https://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=51&capsel=52>
- Federacion Española del Vino. (2018). FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO - MEMORIA 2018. Retrieved October 26, 2019, from <http://www.fev.es/memoria2018/>
- ICEX. (2018). Calendario Eventos. Retrieved October 26, 2019, from http://www.fev.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=57
- INFOVI. (2018). INFOVI Sistema de Información de Mercados del Sector Vitivinícola | Tragsa. Retrieved October 26, 2019, from <https://www.tragsa.es/es/comunicacion/noticias/paginas/infovi.aspx>
- Ministerio de Agricultura, P. y A. (2018). Ministerio de Agricultura,Pesca y Alimentación - Ministerio para la Transición Ecológica. Retrieved October 26, 2019, from <https://www.mapama.gob.es/>
- OeMV. (2018a). OEMV. Retrieved October 27, 2019, from <https://www.oemv.es/>
- OeMV. (2018b). OEMV - NEWSLETTER | ¿Cómo cerraron 2018 las exportaciones de

vino por comunidades autónomas y provincias? Retrieved October 27, 2019, from <https://oemv.es/noticia/newsletter-como-cerraron-2018-las-exportaciones-de-vino-por-comunidades-autonomas-y-provincias>

OIV. (2018). OIV - Organización Internacional de la Viña y el Vino. Retrieved October 27, 2019, from <http://www.oiv.int/es/organizacion-internacional-de-la-vina-y-el-vino>

Riera Torrecillas, M. (2015). *LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL VINO ESPAÑOL DESDE LA ENTRADA AL MERCADO ÚNICO EUROPEO.*

Sanchez, C. (2019). No solo la industria: la agricultura pesa ya en siete regiones menos del 2%. Retrieved October 26, 2019, from https://www.elconfidencial.com/economia/2019-06-18/peso-agricultura-pib_2076235/

Viveros Barber. (2018). Clasificacion de los vinos: Según edad, color, azúcar y alcohol. Retrieved October 26, 2019, from <http://www.vitivinicultura.net/clasificacion-de-los-vinos.html>

Wine Intelligence. (n.d.). Inicio- Inteligencia del vino. Retrieved January 4, 2020, from <https://www.wineintelligence.com/>