

14

Informes y Monografías

El sector vitivinícola en la provincia de Almería

Fundación Cajamar

Paseo de Almería, 25 - 2ª planta - 04001 Al

Tlf: 959 210 189 - Fax: 950 62 16 60

EDITA:

Cajamar Cajar Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito
www.cajamar.es

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:

Fundación Cajamar
Paseo de Almería, 25 - 3ª Pl. - 04001 Almería
www.fundacioncajamar.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Fundación Cajamar

FOTO PORTADA: Bodegas Finca Ánfora

DEPÓSITO LEGAL: AL-241-2007

IMPRIME: Escobar Impresores, S.L. El Ejido (Almería)

FECHA DE PUBLICACIÓN: Marzo 2007

Índice

1. Introducción	5
2. El sector vitivinícola español en el contexto internacional	6
3. Cifras nacionales de superficie y de producción de vino	9
4. La demanda de vino en España	12
5. Composición del comercio exterior	13
6. Sistemas de protección del origen y la calidad de los vinos	16
-Número y localización de las menciones específicas relativas a los vinos de mesa y a los vinos de calidad producidos en una región determinada (V.C.P.R.D.)	18
7. El sector vitivinícola en la provincia de Almería	20
- Evolución de la actividad	20
- Análisis de la oferta	22
- Análisis DAFO	24



1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo cuantificar y diagnosticar el sector vitivinícola en la provincia de Almería. Para ello, se han identificado, en primer lugar, el número de bodegas y, en una segunda fase, se les ha remitido un breve cuestionario con objeto de analizar un conjunto de variables como: volumen de negocio, número de empleados, localización de las plantas productivas, tipo de actividad, tipología de vinos producidos y distribución de las ventas por tipos de clientes y mercados geográficos.

Previamente a este análisis, se ha contextualizado el sector vitivinícola español en el panorama internacional, identificando los principales países exportadores y la posición de España como uno de los tres mayores productores mundiales.

En el tercer epígrafe se expone la evolución de las cifras nacionales de superficie y de producción de viña para vinificación, así como la distribución de ésta por tipos de vinos, para pasar a continuación a mostrar la composición de las exportaciones y valorar la evolución del consumo de vino tanto en los hogares como en el canal HORECA¹.

A continuación, se presentan las principales cifras de la actividad vitivinícola en Almería, y por último, se lleva a cabo una radiografía del sector mediante un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

1 Hostelería, Restauración y Catering.

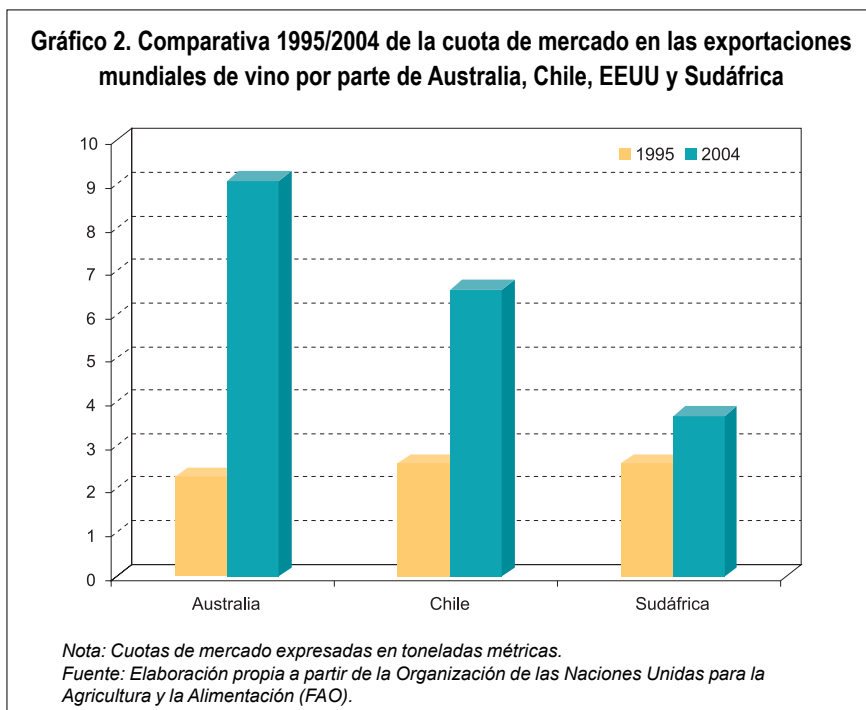
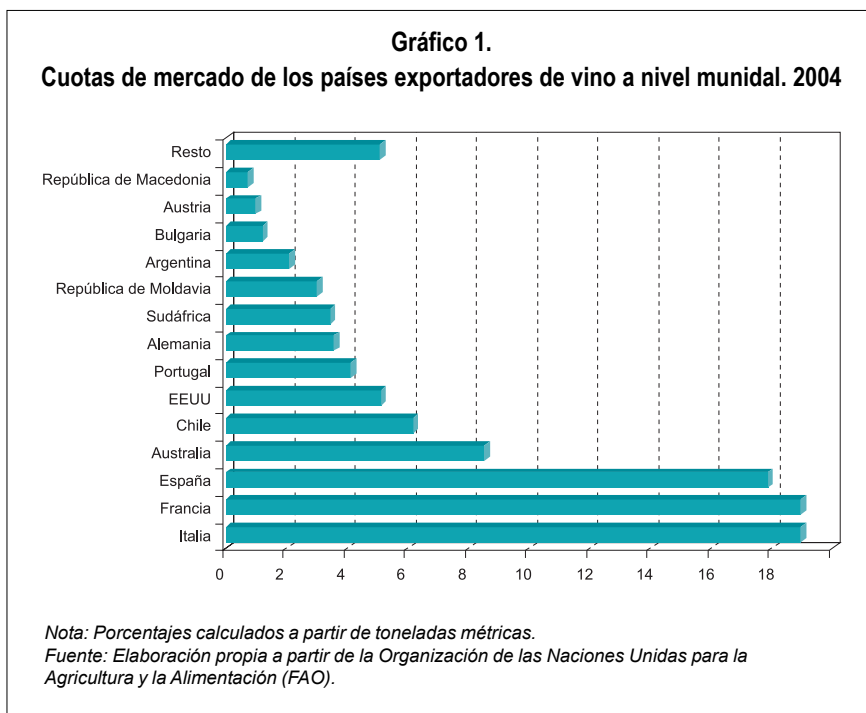


2. EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

Tomando como punto de referencia los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el comercio mundial de vino está dominado por cuatro países –Francia, Italia, España y Australia– cuya cuota de participación en el ranking mundial de países exportadores se situó al cierre del ejercicio 2004 en un 65,1%.

Como aspecto a resaltar de estas cifras, el continente europeo se sitúa claramente en una posición aventajada, pues seis países de la UE-25 se sitúan a la cabeza de las exportaciones mundiales, estando ocupadas las tres primeras posiciones por Francia, Italia y España.

Realizando una retrospectiva sobre la posición competitiva de los principales países exportadores, indiscutiblemente los tres primeros puestos no han mostrado variación alguna, sin embargo, a lo largo del periodo analizado (1995-2004), se observa como determinados países, los denominados productores del Nuevo Mundo (Australia, Chile, EEUU y Sudáfrica), han escalado progresivamente posiciones en el ranking mundial, lo que está originando una seria competencia a los países tradicionalmente exportadores y en especial a Francia. Si en 1995 Australia ocupaba la decimocuarta posición en el ranking de los mayores exportadores mundiales de vino, en 2004 se posicionó en el cuarto puesto, mostrando un avan-



ce en la cuota de participación de un 2,0 a un 8,5%. Por otro lado, Chile y EEUU se han situado respectivamente en el quinto y sexto puesto, mientras que la progresión de Sudáfrica ha sido más moderada.

La clave del éxito de los vinos del Nuevo Mundo reside en un conjunto de factores: condiciones favorables de producción, existencia de economías de escala cuyo resultado final son precios bajos y calidad buena, así como importantes inversiones en promoción y publicidad. Todo ello

contribuye a que los productores generen cuantiosos volúmenes, existiendo una clara orientación de la producción a abastecer los mercados internacionales.

Centrándonos en el marco geográfico de la UE-25 y en base a los datos elaborados por la Comisión Europea, la producción de vino en la campaña 2004/2005 ascendió a 184 millones de hectolitros, presentado la actividad vitivinícola una notable concentración en cinco países –Francia, Italia, España, Alemania y

Portugal- cuya cuota de participación conjunta ascendió al 93,2%.

Analizando la evolución de la producción durante el periodo 2000-2004, lo más destacable es el leve descenso mostrado por Francia y el moderado crecimiento de Italia (0,4%). Sin embargo, España, Alemania y Portugal, que son los siguientes tres países con una mayor capacidad productiva, mostraron una variación media anual sensiblemente superior, comprendida entre un 3,1 y un 4,2%.

Tabla 1. Evolución de las cuotas de mercado de los mayores exportadores mundiales de vino. 1995, 2000 y 2004

1995		2000		2004	
País	Cuota en peso	País	Cuota en peso	País	Cuota en peso
Italia	27,9	Francia	24,7	Italia	19,0
Francia	20,1	Italia	24,5	Francia	19,0
España	11,0	España	13,0	España	17,9
Alemania	4,1	Chile	6,7	Australia	8,5
Alemania	4,1	Australia	5,2	Chile	6,2
Argentina	3,8	EEUU	4,6	EEUU	5,1
Bulgaria	3,5	Alemania	4,0	Portugal	4,1
Rep. de Moldavia	2,9	Portugal	3,1	Alemania	3,6
Portugal	2,7	Sudáfrica	2,8	Sudáfrica	3,5
EEUU	2,3	Rep. de Moldavia	1,7	Rep. de Moldavia	3,0
Sudáfrica	2,3	Argentina	1,5	Argentina	2,1
Chile	2,3	Rep. de Macedonia	1,4	Bulgaria	1,2
Hungría	2,2	Hungría	1,3	Austria	1,0
Australia	2,0	Bulgaria	1,3	Rep. de Macedonia	0,7
Resto	0,1	Resto	4,2	Resto	5,1

Nota: Porcentajes calculados a partir de toneladas métricas.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

Tabla 2. Evolución de la producción de vino en la UE-25. 2000/2001 - 2004/2005

País	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	% Participación 2004/2005	% Var. 2004/2000	% v.m.a.
Francia	57.540	53.389	50.194	45.810	56.545	30,7	-1,7	-0,4
Italia	54.088	52.293	44.604	44.150	55.000	29,9	1,7	0,4
España	40.928	30.592	33.947	41.789	48.171	26,2	17,7	4,2
Alemania	3.558	3.477	3.098	3.870	4.234	2,3	19,0	4,4
Portugal	6.694	7.790	6.651	7.284	7.550	4,1	12,8	3,1
Resto	12.433	11.626	12.716	10.851	12.483	6,8	0,4	0,1
Total UE-25	175.241	159.167	151.210	153.754	183.983	100,0	5,0	1,2

Nota: Datos expresados en miles de hectolitros.

Nota: Las cifras de 2004/2005 son una estimación.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Comisión Europea y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Un aspecto que merece tenerse en cuenta es el relativo a la actual situación del sector vitivinícola europeo, donde se presenta un cierto desajuste entre la oferta y la demanda. En concreto, existe un exceso de producción en comparación con la evolución del consumo, que viene mostrando un descenso de entorno a 750.000 hectolitros anuales. Asimismo, las importaciones están aumentando a un ritmo más acelerado que las exportaciones reduciéndose el diferencial existente entre ambas, por lo que en un futuro las entradas de vino en territorio comunitario podrían llegar a exceder las ventas exteriores. Uno de los principales factores que está motivando este hecho es la entrada de vino procedente de los países del “Nuevo Mundo”, mermando asimismo la capacidad competitiva de las explotaciones europeas. En definitiva, Europa está produciendo demasiado y no es capaz de dar una salida a esa producción.

Ante esta situación, en junio de 2006, la Comisión Europea propuso una reforma de la Organización Común del Mercado Vitivinícola. Las líneas directrices de este Plan² son las siguientes:

- Incentivar económicamente el régimen de arranque de tal forma que los productores no competitivos abandonen el sector, reduciéndose anualmente la cantidad a percibir con objeto de estimular el arranque de viñas desde el primer año. Con estas medidas se pretende reducir la superficie en 400.000 hectáreas durante cinco años.

- El actual sistema de derechos de plantación, por el que una explotación puede dedicarse comercialmente a la actividad vitivinícola, se prolongará hasta 2013 y expirará en el citado año. Asimismo, se incentivará a los productores menos competitivos para que vendan sus derechos de plantación.
- Se suprimirán las ayudas destinadas a la destilación y al almacenamiento privado de vino de mesa y de mosto de uva, pues resultan ineficaces para un adecuado funcionamiento del mercado. De forma cada vez más frecuente y con objeto de dar una salida a los excedentes, se está recurriendo a la destilación de crisis³ y de boca⁴. Esta última actuación tiende a bajar de forma artificial el precio de las bebidas espirituosas, aspecto que ha de ser considerado desde el punto de vista de la salud pública.

Por su parte, la actual ayuda que se concede al almacenamiento privado temporal de vino y de mosto de uva desaparecerá, así como aquella otra destinada a fomentar el aumento artificial del grado alcohólico en el mosto y en el zumo de uva. Igualmente, se prohibirá la utilización de azúcar para aumentar el bajo contenido en alcohol del vino.

- Se apostará claramente por normas de etiquetado más concisas que faciliten al consumidor identificar mejor el producto. En el caso de los vinos de mesa sin indicación geográfica, se podrá recoger en la etiqueta el año de la cosecha y la variedad de vid.

- Se implantará una reglamentación menos compleja respecto a la tipología de vinos, estableciendo dos categorías: los vinos con indicación geográfica y los que carecen de ella. Asimismo, en el actual marco legislativo no existe un distintivo para los vinos de calidad producidos en una región determinada (v.c.p.r.d.) con el que puedan ser identificados a nivel internacional, aspecto que tiende a confundir a los consumidores.
- Las ayudas destinadas a cada país se regirán por criterios relativos a su situación específica.

De cumplirse los objetivos enunciados, sus consecuencias tendrían en algunos casos efectos positivos en nuestro país. A continuación, se realiza una valoración de los mismos:

- La implantación de normas de etiquetado más sencillas, para clasificar los vinos, podría favorecer el conocimiento de aquellos no catalogados bajo el paraguas de una D.O. Actualmente, el consumidor tiende a asociar vino de calidad con D.O. y, sin embargo, dispone de un conocimiento más exiguo de otras categorías de caldos (v.c.p.r.d. y vinos de la tierra).
- La supresión de añadir azúcar al vino afectará sobre todo a los países centroeuropeos ya que las frecuentes precipitaciones hacen que la uva no disponga de azúcar para fermentar y obtener un vino con suficiente grado alcohólico. Esta carencia es suplida añadiendo azúcar de remolacha. La posibilidad de eliminar esta práctica favorecería al sector viti-

2 Vid. Commission of the European Communities (2006): “Towards a Sustainable European Wine Sector”, Communication from the Commission to the Council and the European Parliament, COM (2006) 319 final, (Commission of the European Communities).

3 El alcohol del vino se destina a la elaboración de biocarburantes.

4 El alcohol del vino tiene como destino la industria de bebidas espirituosas.

vinícola español, pues representaría una menor producción de Francia y Alemania, y por tanto, menos competencia.

- Una reducción de superficie no tendría en principio efectos positivos, pues se podría incurrir en el arranque de aquellas viñas menos rentables que, sin embar-

go, son las que proporcionan los vinos de mejor calidad. Además, en las regiones en las cuales las precipitaciones son menores, el arranque de plantas supondría un importante impacto medioambiental, ya que hay muy pocas alternativas al viñedo.

- En lo que respecta a la supresión de las ayudas destinadas a la destilación del alcohol de boca, España dejaría de percibir en torno a 150 millones de euros anuales. En concreto, esta medida supondría que la industria de bebidas espirituosas tendría que soportar un coste adicional de unos 0,6 euros por botella de brandy.

3. CIFRAS NACIONALES DE SUPERFICIE Y DE PRODUCCIÓN DE VINO

España es el país con mayor superficie dedicada al viñedo de uva para vinificación. El número de hectáreas cultivadas anualmente se sitúa en torno a 1.100.000 hectáreas, le siguen Italia y Francia con una superficie de entre 900.000 y 850.000 hectáreas, respectivamente. Sin embargo, en términos de producción, nuestro país ocupa la tercera posición, debido a los menores rendimientos por hectárea cultivada. Este hecho se ve influido por las adversas condiciones climáticas de la Península, para la producción de vid.

En nuestro país, las provincias con mayor superficie de cultivo son: Ciudad Real, Toledo, Albacete, Cuenca y Badajoz. Estas cinco provincias representan el 56,7% de la producción nacional, cifra que se eleva al 69,4%, si le sumamos la producción de Valencia, Murcia y La Rioja.

Por su parte, la producción de vino⁵ en España se sitúa en un intervalo de entre 35 y 41 millones de hectolitros anuales. Analizando la

Tabla 3. Evolución de la superficie de viñedo en Ha para vinificación en España por provincias. 1997, 1999, 2001 y 2003

Provincias	1997	1999	2001	2003	% participación 2003
Ciudad Real	212.741	212.843	212.179	185.127	16,2
Toledo	161.860	164.331	161.745	143.238	12,5
Albacete	110.327	113.825	121.637	120.263	10,5
Cuenca	95.680	100.550	101.651	115.335	10,1
Badajoz	71.381	80.800	81.033	84.608	7,4
Valencia	51.204	52.923	55.874	56.191	4,9
Murcia	43.469	40.830	42.187	45.524	4,0
La Rioja	36.969	38.849	42.000	43.662	3,8
Resto	339.326	341.571	356.779	348.420	30,5
Total	1.122.957	1.146.522	1.175.085	1.142.368	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

composición intrasectorial y en base a los últimos datos disponibles elaborados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2003), los vinos de mesa aglutinaron un 64,1% del total. Por su parte, los v.c.p.r.d. tranquilos⁶ acapararon un 31,9%, mientras que los espumosos y licorosos no superaron el 4%. De este modo, y en consonancia con la composición de las exportaciones, los vinos de mesa tienen un peso más que notable en el sector vitivinícola español.

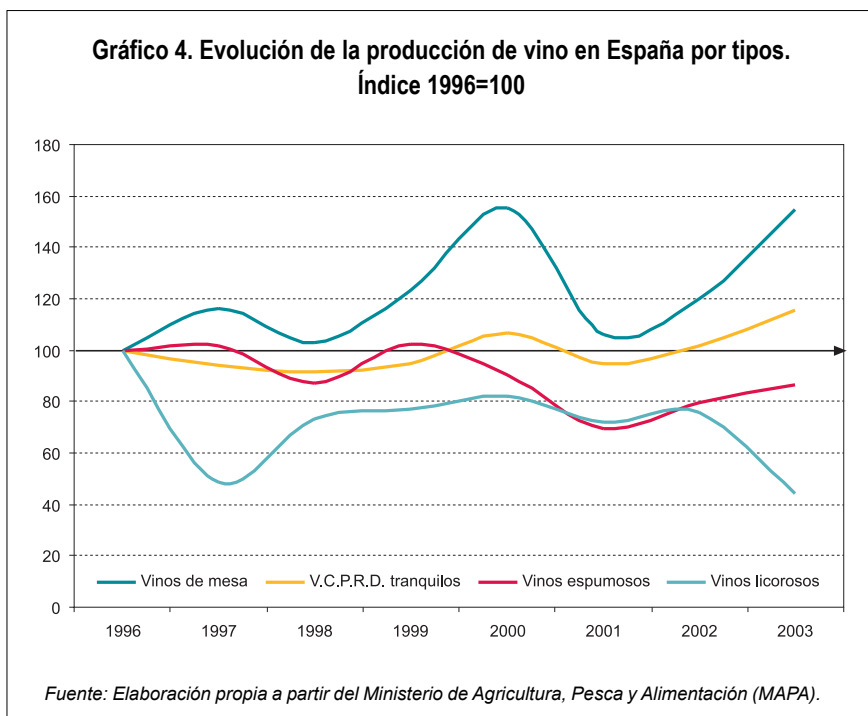
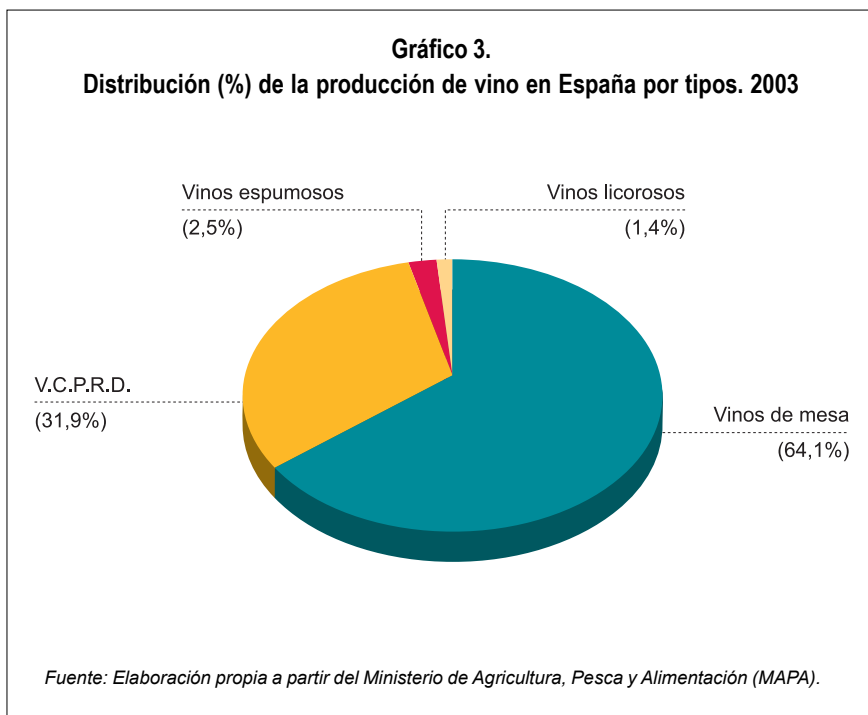
En lo que respecta a la evolución de la producción, tomando como punto de referencia el ejercicio 1996, los vinos de mesa han aumentado su producción en un 54,7%, siguiéndose los v.c.p.r.d. tranquilos que crecieron un 15,3%. Por el contrario, los vinos espumosos y licorosos vieron disminuir su producción en el periodo analizado, tal y como se observa en el gráfico 3.

5 Vinos de mesa (se incluyen los vinos de la tierra), v.c.p.r.d. (que incluyen los vinos de calidad con indicación geográfica, los vinos con denominación de origen, vinos con denominación de origen calificada y vinos de pago); espumosos y licorosos.

6 Los vinos tranquilos son aquellos que no contienen gas carbónico y que han sido sometidos a un único proceso de fermentación. Pueden ser de tres tipos: tintos, blancos ó rosados. Sin embargo, los vinos espumosos se elaboran a partir de los vinos tranquilos blancos a los que se añade azúcar y se les somete a una segunda fermentación, transformándose el azúcar en gas carbónico dando origen a las características burbujas.

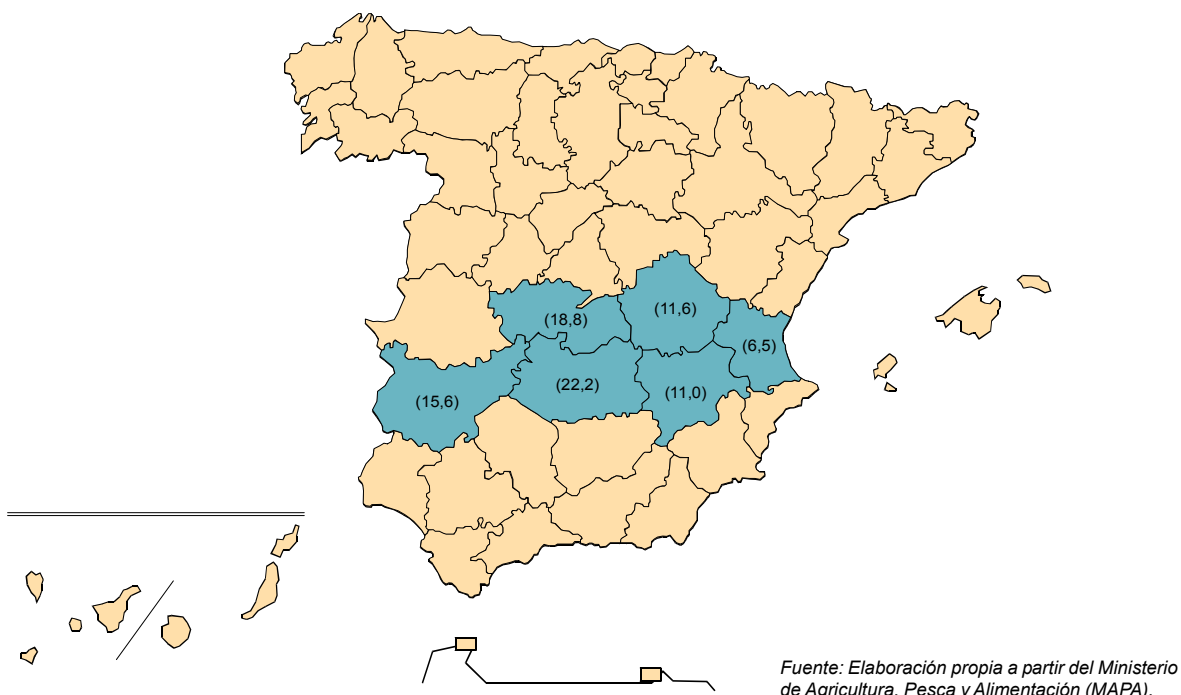
Del análisis geográfico de la producción, por tipos de vinos, se pueden destacar las siguientes características:

- La producción de vinos de mesa está fuertemente concentrada en cinco provincias -Ciudad Real, Toledo, Badajoz, Cuenca y Albacete, todas ellas de Castilla La Mancha, excepto Badajoz. En 2003, estas provincias produjeron el 79,2% de la producción nacional.
- En el segmento v.c.p.r.d. existe una mayor diversificación geográfica, siendo las cinco primeras provincias productoras: La Rioja, Tarragona, Barcelona, Valencia y Navarra. En su conjunto, estas provincias alcanzaron el 48,9% del total de hectolitros producidos de v.c.p.r.d.. Por su parte, Ciudad Real, Álava y Cuenca son las tres provincias que se situaron a continuación, mostrando una cuota agregada del 15,2%.
- Los vinos espumosos ocupan la tercera posición en el volumen de producción. Sin embargo, el nivel de concentración de la actividad desde el punto de vista territorial es notablemente superior al existente para los vinos de mesa y v.c.p.r.d., aglutinando dos provincias -Barcelona y Tarragona- casi el 99% de la producción nacional. Existen otras siete provincias productora (Valencia, Gerona, La Rioja, Valladolid, Álava, Navarra y Ciudad Real) que disponen de una cuota meramente residual.
- Por último, cabe hacer una mención especial a las variedades de uva más comunes cultivadas en España por orden de importancia, que son las siguientes: Airén, Tempranillo, Bobal, Garnacha Tinta, Monastrell, y blancas las restantes.

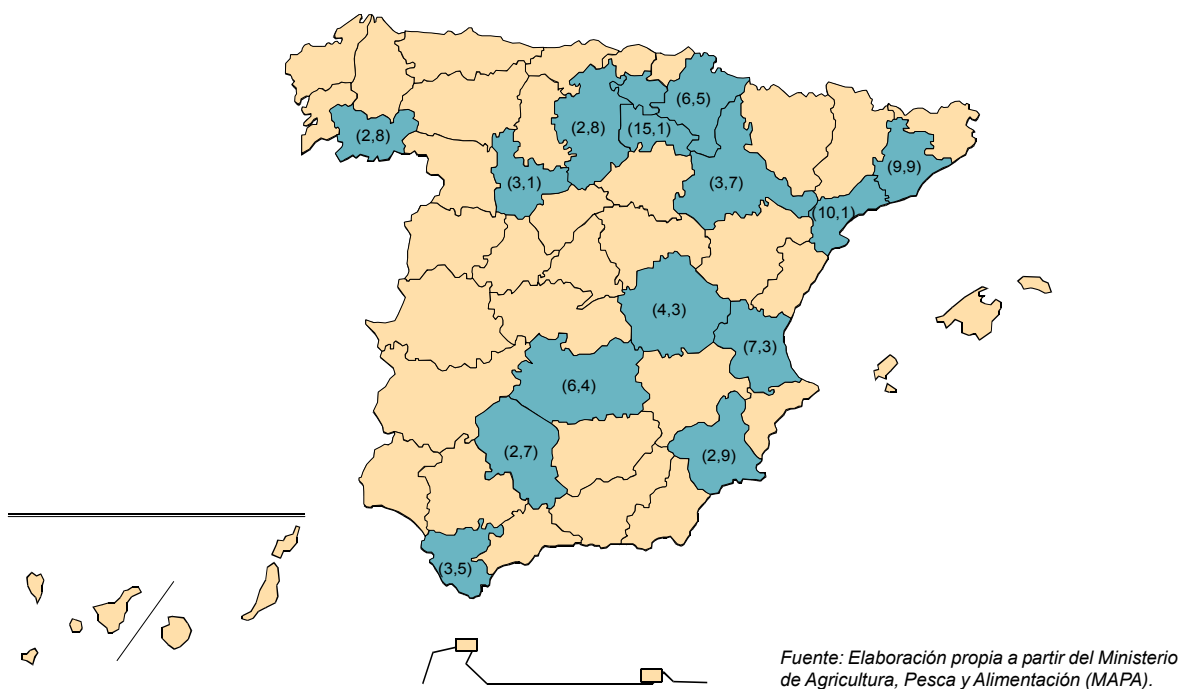


ta, Monastrell, Pardina, Macabeo y Palomino. De estas variedades son tintas la Tempranillo, Bobal, Garnacha Tinta y Monastrell, y blancas las restantes.

Mapa 1. Provincias que agrupan el 85% de la producción de vino de mesa en el año 2003 ⁷



Mapa 2. Provincias que agrupan el 85% de la producción de V.C.P.R.D. en el año 2003 ⁸



⁷ Ver Anexo.

⁸ Ver Anexo.

Tabla 4. Producción de vinos espumosos (hectolitros) en España por provincias. 1996-2003

Provincias	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	% participación	
								2003	2003
Zaragoza	1.200	1.300	1.500	1.500	1.285	4.704	4.713	-	-
Lérida	60.673	51.166	62.370	74.831	82.396	5.235	7.205	-	-
Huelva	-	2.000	-	-	-	-	-	-	-
Barcelona	870.317	863.019	698.916	828.392	655.716	515.100	667.071	780.100	74,0
Tarragona	270.018	310.500	281.487	328.495	352.495	311.680	273.700	260.000	24,6
Valencia	3.375	3.475	3.682	5.250	5.408	6.000	6.000	6.005	0,6
Gerona	2.480	2.050	1.830	1.950	2.450	3.064	3.148	3.462	0,3
La Rioja	3.270	1.849	1.826	1.238	1.508	1.542	1.333	1.524	0,1
Valladolid	5.000	4.064	6.000	1.000	1.000	1.000	1.100	1.350	0,1
Álava	-	-	-	-	1.100	1.100	1.015	1.200	0,1
Navarra	2.880	1.500	1.300	1.200	1.150	1.150	1.160	1.130	0,1
Ciudad Real	-	-	-	150	150	150	120	130	0,01
España	1.219.213	1.240.923	1.058.911	1.244.006	1.104.658	850.725	966.565	1.054.901	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

4. LA DEMANDA DE VINO EN ESPAÑA

El consumo de vino en España ha experimentado una tendencia negativa a lo largo del quinquenio 2000-2004, situándose en 1.197,8 millones de litros. Este descenso ha sido más pronunciado en los hogares que en el canal HORECA, pues para el periodo analizado la variación media anual fue respectivamente de un -4,3% frente a un -0,7%. Indudablemente, en esta caída del consumo han influido los cambios en los hábitos de los consumidores, aunque no existe un estudio en profundidad sobre el perfil del consumidor actual. En los próximos años, es de suponer que esta tendencia se vea acentuada por las campañas restrictivas de tráfico, que tenderán a presionar a la baja el consumo de bebidas alcohólicas.

Por tipos de vinos, se aprecia un incremento del consumo de vinos de calidad, mientras que las mayores pérdidas se aprecian en los comunes.

Tabla 5. Consumo doméstico de vino (millones de litros) en España. 2000-2004

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	% v.m.a.
Vinos de mesa	450,1	404,7	390,4	368,6	327,8	-7,6
V.C.P.R.D.	78,7	84,6	86,0	89,3	103,8	7,2
Vinos espumosos	29,3	28,9	26,0	24,1	25,9	-3,0
Otros vinos	17,4	20,7	21,1	20,8	25,8	10,3
Total vinos	575,5	538,9	523,5	502,8	483,3	-4,3

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 6. Consumo de vino en canal HORECA (mill. de litros) en España. 2000-2004

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	% v.m.a.
Vinos de mesa	476,56	423,4	410,4	401,97	440,4	-2,0
V.C.P.R.D.	217,19	233,1	235,1	215,9	242,9	2,8
Vinos espumosos	26,5	24,5	18,9	22,4	19,8	-7,0
Otros vinos	14,79	13,6	11,4	13,8	11,3	-6,4
Total vinos	735,0	694,6	675,8	654,1	714,4	-0,7

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 7. Consumo total de vino (millones de litros) en España. 2000-2004

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	% v.m.a.
Vinos de mesa	926,7	828,1	800,8	770,6	768,2	-4,6
V.C.P.R.D.	295,9	317,7	321,1	305,1	346,7	4,0
Vinos espumosos	55,8	53,5	44,9	46,5	45,8	-4,8
Otros vinos	32,2	34,3	32,5	34,6	37,1	3,6
Total vinos	1.310,5	1.233,5	1.199,3	1.156,8	1.197,8	-2,2

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

5. COMPOSICIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

A lo largo del último sexenio, las exportaciones de vino españolas han experimentado un crecimiento medio de casi un 10% en términos de volumen, mostrando una gran fortaleza frente a las importaciones, las cuales registraron una variación ne-

gativa (-9,4%). Por tipologías, esta tendencia es aún más acusada en el segmento de vinos tranquilos, pues las ventas exteriores experimentaron un crecimiento de un 9,8% frente al -11,7% de las importaciones.

El crecimiento de las exportaciones es mucho mayor en términos de volumen que en su valor monetario. En este sentido, los volúmenes de exportación crecieron un 9,7%, mientras que el valor de estas expediciones lo hizo sólo un 4,7%.

Tabla 8.
Exportaciones e importaciones de vino (miles de euros). 2000-2005

Partidas	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% v.m.a.
Exportaciones	1.193.609,2	1.328.985,3	1.324.153,4	1.415.250,9	1.491.714,8	1.503.654,0	4,7
Importaciones	77.041,0	63.281,1	70.245,7	82.733,1	96.231,8	107.499,5	6,9
Saldo comercial	1.116.568,2	1.265.704,2	1.253.907,8	1.332.517,8	1.395.483,0	1.396.154,5	
Tasa de cobertura	1.549,3	2.100,1	1.885,0	1.710,6	1.550,1	1.398,8	

Nota: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Tabla 9.
Exportaciones e importaciones de vino (litros). 2000-2005

Partidas	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% v.m.a.
Exportaciones	864.190.032,6	1.004.209.284,5	982.667.316,3	1.228.289.024,1	1.413.278.609,8	1.374.384.870,3	9,7
Importaciones	54.179.805,6	20.801.815,8	21.407.374,5	24.999.175,5	25.505.668,4	33.095.951,7	-9,4
Saldo comercial	810.010.227,0	983.407.468,7	961.259.941,7	1.203.289.848,6	1.387.772.941,4	1.341.288.918,6	
Tasa de cobertura	1.595,0	4.827,5	4.590,3	4.913,3	5.541,0	4.152,7	

Nota: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Desde el punto de vista de la especialización, no se puede aseverar que nuestro país se concentre en la exportación de vinos a granel, pues las cuotas de participación en el total exportaciones así lo confirman. En concreto, en el trienio 2000-2002, ha existido un cierto equilibrio entre las exportaciones a granel y las de vino embotellado. No obstante, desde 2003 esta situación se rompe a favor de los vinos a granel, cuya cuota de participación en litros estuvo comprendida en un rango de dispersión de entre un 54,2 y un 59,1% (véase cuadro 10).

Tabla 10. Cuotas de participación de las exportaciones de vino en términos monetarios y en volumen. 2000-2005

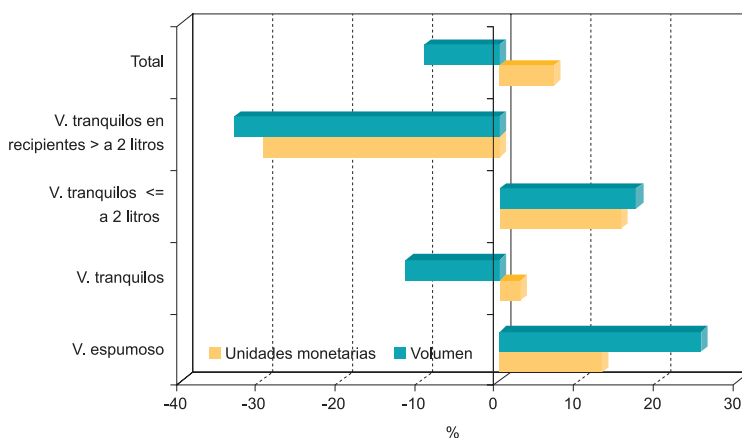
Tipo de vino	Cuotas de participación en miles de euros					
	2000	2001	2002	2003	2004	% v.m.a.
Vino espumoso	16,0	17,3	16,7	16,8	16,1	16,9
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	66,9	67,7	70,2	65,5	63,8	65,7
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	17,1	15,0	13,2	17,7	20,1	17,4
Tipo de vino	Cuotas de participación en litros					
	2000	2001	2002	2003	2004	% v.m.a.
Vino espumoso	16,0	17,3	16,7	16,8	16,1	16,9
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	66,9	67,7	70,2	65,5	63,8	65,7
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	17,1	15,0	13,2	17,7	20,1	17,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Por otro lado, si analizamos los datos de exportaciones en términos monetarios, las exportaciones de vinos embotellados -que aportan un mayor valor añadido-, han registrado un crecimiento sostenido a lo largo del periodo analizado, a diferencia de los vinos a granel cuya tendencia ha sido inestable (véase anexo, tabla 22), comprendida en un rango de entre 174,2 y 299,4 millones de euros. Considerando las cuotas de participación a lo largo del periodo 2000-2005, los vinos embotellados vienen mostrando una asignación de entre un 63,8 y un 70,2%, mientras aquellos otros a granel han registrado una participación media de un 16,8%.

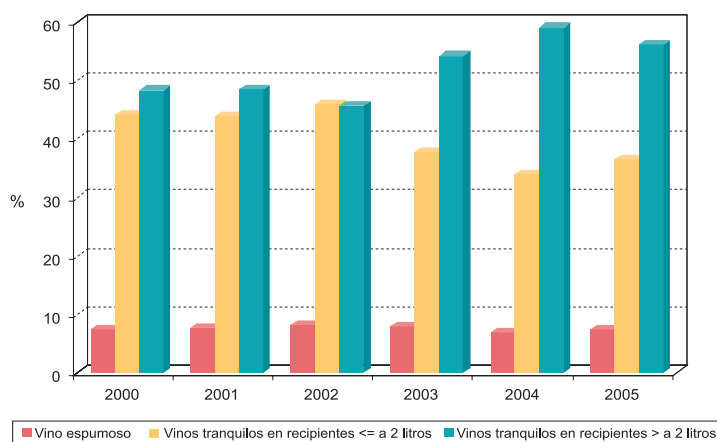
En lo que respecta a la evolución del precio medio por litro durante el periodo analizado, ambos tipos de vinos han registrado un descenso, si bien, en el caso de los vinos a granel éste ha sido bastante más pronunciado, contabilizando una variación media anual de un -7,1%. Esto significa que si en 2000 el precio por litro exportado fue de 0,49 euros, en 2005 paso a ser de 0,34 euros. Por su parte, el precio de los vinos embotellados ha computado un descenso medio de un -1,3%, hasta situarse en 1,97 euros/litro.

Gráfico 5. Variación media anual de las exportaciones e importaciones de vino en volumen por tipología. 2000-2005



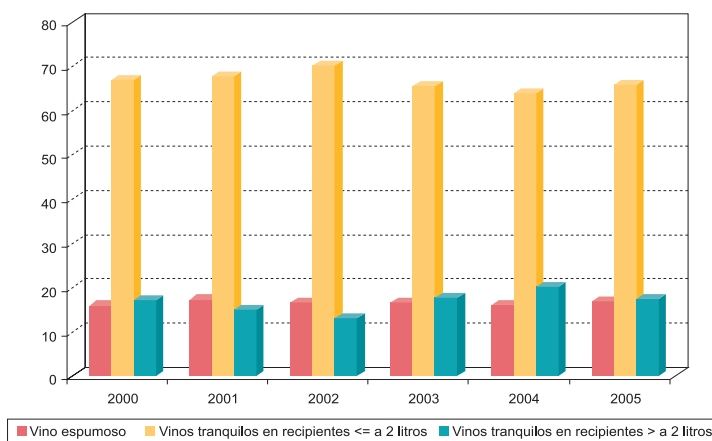
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Gráfico 6. Evolución de la cuota de participación de la exportación de vinos por tipos en volumen. 2000-2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Gráfico 7. Evolución de la cuota de participación de la exportación de vinos por tipos en precio. 2000-2005



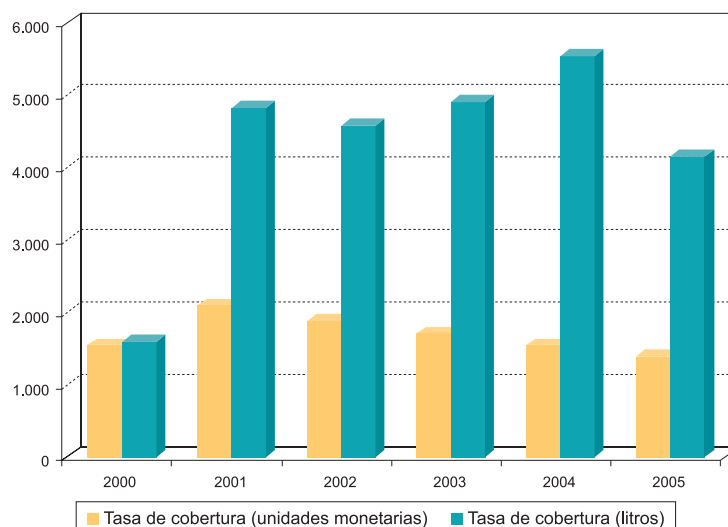
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

En este contexto, la tasa de cobertura ha mostrado un progresivo y leve deterioro hasta alcanzar en 2005 un registro de 1.398,8%, es decir, por cada unidad monetaria importada se exportaron casi catorce. Sin embargo, desde el punto de vista del volumen, tras el repunte registrado en 2001, se ha mantenido una tendencia alcista del saldo comercial, aunque mostrando en 2005 una desaceleración como consecuencia del crecimiento de las importaciones.

Analizando la composición de las exportaciones por destinos, cabe destacar la concentración de las ventas en el continente europeo. Concretamente, en 2005, la UE-25 acaparó un 55,9%, destacando cuatro países sobre el resto -Reino Unido, Alemania, Francia y Países Bajos-. Fuera del ámbito comunitario, EEUU es el destino más importante.

En lo que respecta a la entrada de vino procedente del Nuevo Mundo, y en base a los datos elaborados para los años 1995, 2000 y 2005, se observa que tres países -Australia, Chile, EEUU y Sudáfrica- han ganado progresivamente cuota de mercado, aunque la participación que ostentan sobre el total de las importaciones españolas es muy reducida. En el ámbito de las exportaciones, las ventas a Australia y Chile han mostrado un estancamiento, mientras que en los casos de Argentina y Sudáfrica ha existido un deterioro hasta tal punto de ser muy poco significativas. Por el contrario, EEUU ha registrado una tendencia ascendente, hasta el punto de alcanzar una cuota de participación cercana al 10%.

Gráfico 8. Evolución de la tasa de cobertura del comercio exterior de vino en España. 2000-2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Tabla 11. Composición de las exportaciones de vino (miles de euros) por destinos. 2004 y 2005

Países	2004		2005	
	Exportación	Participación (%)	Exportación	Participación (%)
Reino Unido	219.251,2	14,7	215.300,1	14,3
Alemania	198.246,8	13,3	184.004,7	12,2
Estados Unidos	109.493,1	7,3	120.477,8	8,0
Francia	117.969,4	7,9	106.063,1	7,1
Países Bajos	69.176,8	4,6	68.517,2	4,6
Suiza	63.785,4	4,3	68.059,9	4,5
Suecia	47.691,4	3,2	44.899,2	3,0
Dinamarca	46.228,1	3,1	44.137,5	2,9
Portugal	55.196,6	3,7	42.330,1	2,8
Bélgica	26.961,7	1,8	29.612,4	2,0
Resto	537.714,5	36,0	580.251,9	38,6
Total	1.491.714,8	100,0	1.503.654,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de Datos DATACOMEX (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

Tabla 12. Cuotas de mercado de las exportaciones e importaciones de vino (miles de euros) con destino y origen del Nuevo Mundo. 1995, 2000 y 2005

Países	Cuotas de participación en miles de euros					
	1995		2000		2005	
	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación
Nuevo Mundo						
Argentina	0,05	24,77	0,08	1,12	ns	1,31
Australia	0,1	0,01	0,07	0,08	0,07	0,61
Chile	0,02	0,52	0,03	1,39	0,02	1,91
EEUU	4,46	0,42	6,61	1,23	9,63	1,35
Sudáfrica	0,02	ns	0,24	0,11	ns	0,22

Nota: cuotas de mercado obtenidas a partir de miles de euros considerando los vinos tranquilos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de datos DATACOMEX (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

Tabla 13. Exportaciones e importaciones de vino (litros) en la UE. 2000-2005

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	v.m.a. (%)
Exportaciones	10.675.334,1	10.950.965,9	11.461.408,1	11.711.353,6	11.639.895,0	11.880.717,7	2,2
Importaciones	8.135.016,1	8.655.722,7	8.885.742,9	8.848.684,6	9.391.851,1	9.201.986,0	2,5
Saldo comercial	2.540.317,9	2.295.243,2	2.575.665,2	2.862.669,0	2.248.044,0	2.678.731,7	
Tasa de cobertura	131,2	126,5	129,0	132,4	123,9	129,1	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de datos DATACOMEX (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

Considerando la evolución de las exportaciones e importaciones de vino en la UE a lo largo del periodo 2000-2005, se observa que las primeras han mostrado en términos monetarios una variación media ligeramente inferior a las importaciones, es decir, un 2,2% frente a un 2,5%. Esta tendencia se ha reflejado del mismo modo en la tasa de cobertura, y sólo en los años 2001 y 2003 se ha superado la cifra de un 131%.

Realizando una valoración desde el punto de vista de los países del Nuevo Mundo, todos ellos han contabilizado un avance en la cuota de participación sobre el total importaciones, si bien, Chile ha computado un ritmo de crecimiento más acelerado (392,8%), aunque en térmi-

Tabla 14. Cuotas de mercado de las exportaciones e importaciones de vino con destino y origen del Nuevo Mundo en la UE. 1995, 2000 y 2005

Países	Cuotas de participación en miles de euros					
	1995		2000		2005	
	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación
Nuevo Mundo						
Argentina	0,10	0,57	0,07	0,92	0,01	1,14
Australia	0,41	2,90	0,43	7,23	0,49	9,21
Chile	0,01	0,95	0,01	3,85	0,01	4,66
EEUU	10,96	1,50	16,24	4,22	16,49	3,92
Sudáfrica	0,04	1,19	0,08	3,12	0,07	4,67

Nota: cuotas de mercado obtenidas a partir de miles de euros considerando los vinos tranquilos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de datos DATACOMEX (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

nos absolutos Australia aglutinó en 2005 la mayor cuota de participación, un 19,2%, mostrando así pues un avance de 16,3 puntos porcentuales respecto a 1995. Asimismo, esta progresión no se ha reflejado en las importaciones y sólo en tres países -Australia, EEUU y Sudáfrica- las ventas

exteriores de vino europeo han ganado cuota de mercado, aunque cabe destacar el ritmo considerablemente más acelerado registrado en el caso de EEUU, con la particularidad de haber mostrado durante el sexenio 2000-2005 un estancamiento.

6. SISTEMA DE PROTECCIÓN DEL ORIGEN Y LA CALIDAD DE LOS VINOS

El sistema de protección del origen y de la calidad de los vinos está regulado en la Ley de 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino. Este sistema tiene como principales objetivos los siguientes:

- Asegurar la calidad y mantener la diversidad de los vinos.
- Proporcionar a los operadores condiciones de competencia leal.

- Garantizar la protección de los consumidores y el cumplimiento del principio general de veracidad y demostrabilidad de la información que figure en el etiquetado.

De acuerdo con esta Ley, los vinos elaborados en España podrán ser denominados de la siguiente manera, dependiendo de su origen y calidad:

- Vinos de mesa: se trata de una tipología catalogada en un nivel inferior a los vinos de calidad producidos en una región determinada (v.c.p.r.d.). Los vinos de mesa podrán incluir la mención tradicional vino de la tierra⁹, que deberá ir acompañada de una indicación geográfica, siempre y cuando cumpla el requisito de que el territorio vitivinícola del que procede, haya sido delimitado en base

9 Vid. Real Decreto 1126/2003, de 5 de septiembre, por el que se establecen las reglas generales de utilización de las indicaciones geográficas y de la mención tradicional "vino de la tierra" en la designación de los vinos.

a unas determinadas condiciones ambientales y de cultivo que puedan conferir a los vinos características especiales.

- Vinos de calidad producidos en una región determinada (v.c.p.r.d.), que a su vez pueden acogerse progresivamente a cuatro niveles diferentes: vino de calidad con indicación geográfica, vino con denominación de origen, vino con denominación de origen calificada y vinos de pago.

A tales efectos, se define vino de calidad con indicación geográfica al producido y elaborado en una región, comarca, localidad o lugar determinado con uvas procedentes de los mismos, cuya calidad, reputación o características se deban al medio geográfico, al factor humano o a ambos, en lo que se refiere a la producción de uva, a la elaboración del vino o a su envejecimiento.

En un nivel superior a los vinos de calidad con indicación geográfica se posicionan los vinos con denominación de origen (D.O.), los cuales incorporarán el nombre de una región, comarca, localidad o lugar determinado que haya sido reconocido administrativamente para designarlos como tales siempre y cuando cumplan las siguientes características:

- Previamente haya sido reconocido como vino de calidad con indicación geográfica, con una antelación de al menos cinco años.
- Sean elaborados en una región, comarca, localidad o lugar determinados con uvas procedentes de los mismos.

- Disfruten de un elevado prestigio en el ámbito comercial en relación a su origen.
- Su calidad y características se deban fundamentalmente o exclusivamente al medio geográfico, incluyendo los factores naturales y humanos.

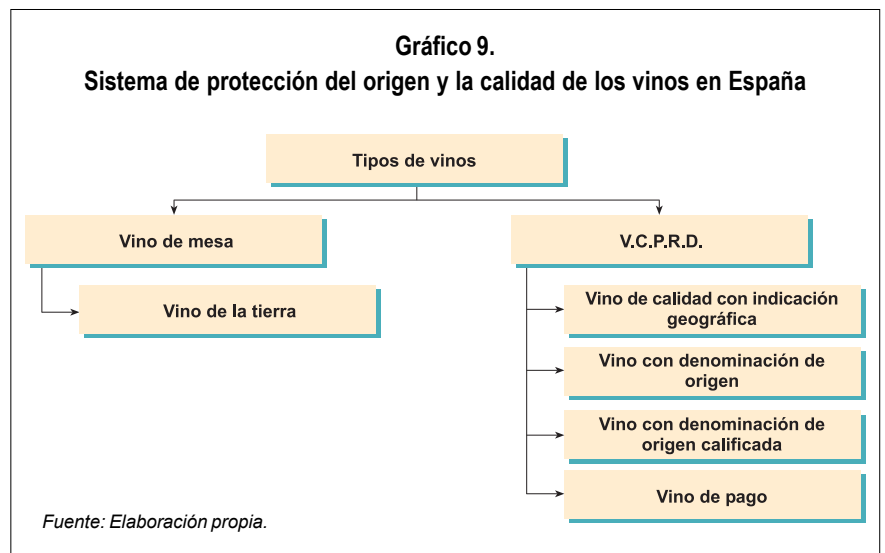
Por su parte, los vinos con denominación de origen calificada¹⁰, además de las condiciones expuestas para los vinos de D.O. deberán cumplir un conjunto de requisitos adicionales, entre los que caben ser mencionados los siguientes:

- Que hayan transcurrido al menos diez años desde su reconocimiento como denominación de origen.
- Que los terrenos considerados aptos para la producción de este tipo de vinos estén limitados cartográficamente por término municipal.

- Que los productos comercializados sean embotellados en bodegas inscritas y ubicadas en la zona geográfica delimitada.

En lo que respecta a los vinos de pago, se les concederá dicha categoría siempre y cuando sean vinos de D.O. y el paraje o sitio rural en el que se cultive la vid incorpore características edáficas y de microclima que lo diferencie de otros de su entorno, vinculado de manera tradicional y notoria al cultivo de los viñedos de los que se obtienen vinos con rasgos y cualidades peculiares¹¹. Además, para tal catalogación, la D.O. ha de contar con un periodo mínimo de vigencia de cinco años.

A su vez, los vinos de D.O. calificada podrán denominarse vino de pago calificado si cumplen los requisitos exigidos a los vinos de denominación de origen calificada y la totalidad del pago¹² se encuentra incluida en el ámbito territorial de ésta.



10 Por ejemplo, en España, la única D.O. calificada es Rioja.

11 Por ejemplo, en España, el único tipo de Vino de pago es Guijoso, en Albacete.

12 Paraje o sitio rural con características edáficas y de microclima propias que lo diferencian y lo distinguen de otros de su entorno.

> NÚMERO Y LOCALIZACIÓN DE LAS MENCIONES ESPECÍFICAS RELATIVAS A LOS VINOS DE MESA Y A LOS VINOS DE CALIDAD PRODUCIDOS EN UNA REGIÓN DETERMINADA (V.C.P.R.D.)¹³

En España existen 40 menciones específicas de Vino de la tierra repartidas en 14 CCAA, siendo Andalucía la región que dispone de un mayor número, seguida de Aragón e Islas Baleares. Las primeras menciones autorizadas son relativamente recientes, remontándose éstas a finales de los años ochenta y principios de los noventa. Concretamente, las denominaciones de vino de la tierra de: Valle del Miño-Ourense, Gomera y Sierra de Alcaraz consiguieron su catalogación en 1987, 1994 y 1995, respectivamente.

De los vinos catalogados con el distintivo v.c.p.r.d, el 89,9% son D.O., algunas de las cuales abarcan municipios de varias provincias, como es el caso de: Cataluña, Cava¹⁴, Cigales, Jumilla, La Mancha, Manchuela Penedés, Ribera del Duero, Ribera del Guadiana, Ribeira de Sacra, Rioja, Rueda y Toro. El número total de D.O. en España es de 62.

Como caso particular, merece destacar la D.O. Dominio de Valdepeña (Toledo), que se convirtió en 2003 en la primera bodega de España en conseguir una D.O. propia. En estos casos, el reglamento indica que las vides han de estar en la misma propiedad y que los vinos han de ser embotellados y envejecidos dentro de los límites de ésta.

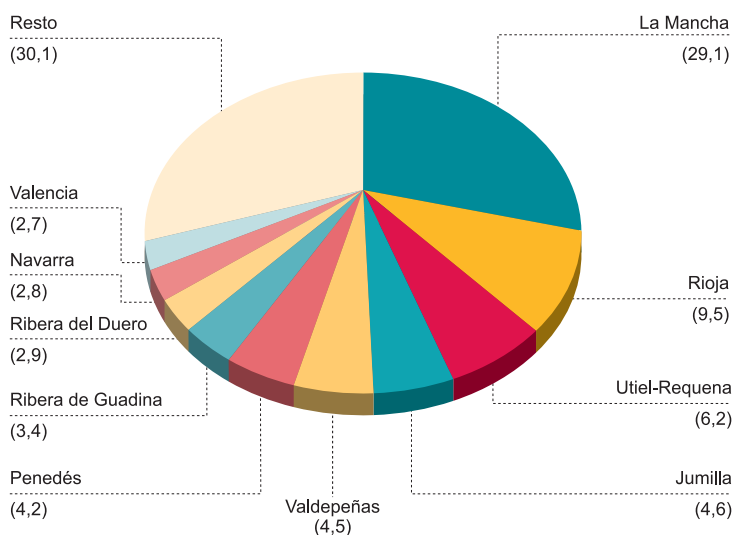
Por lo que respecta a la antigüedad de las D.O., Jérez-Xéres-Sherry, Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

y Málaga, todas ellas localizadas en Andalucía datan de la segunda mitad de los años treinta. Mientras que las D.O. Montilla-Moriles (Córdoba), Rioja y Tarragona se remontan a 1945, la primera, y a 1947, las otras dos.

Asimismo, las autorizaciones más recientes, todas ellas con el indicativo Vino de calidad con indicación geográfica, es decir, en un nivel inferior a la D.O., fueron: Arlanza, Arribes, Tierra del Vino de Zamora, Valles de Benavente y Tierra de León, localizadas en Castilla y León. De forma conjunta, solicitaron disponer de este distintivo de calidad, el cual les fue concedido en 2005.

A pesar de existir un total de 68 v.c.p.r.d.¹⁵ en el segmento de vinos tranquilos, habría que destacar la elevada concentración de la superficie en diez D.O. cuya cuota de participación conjunta alcanzó en la campaña 2004/2005 un 69,9%¹⁶. Sin duda, estas es una de las principales características del sector, ya que el 30% restante se reparte entre 52 D.O. de tamaño muy reducido. De entre todas, la más importante en superficie es La Mancha, que representa el 29,1% del total, seguida de la D.O. La Rioja con el 9,5% de la superficie. Otro rasgo importante de las D.O. en España es la gran diversidad de las D.O. vitivinícolas existentes.

Gráfico 10. Porcentaje de participación de la superficie de viña para los V.C.P.R.D. 2004/2005



Nota: Para el cálculo de estos porcentajes no se ha incluido la superficie de la D.O. de Ribera de Duero, cuyo dato no ha sido facilitado por el Consejo Regulador. Asimismo, no se ha incluido la D.O. Cava.

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

¹³ Ver anexo.

¹⁴ Vinos espumosos catalogados bajo la D.O. Cava.

¹⁵ Sin incluir la D.O. Cava.

¹⁶ No se incluye la D.O. Cava.

A fin de obtener conclusiones más precisas habría que realizar una valoración desde el punto de vista del volumen total comercializado en hectolitros. A la vista de los resultados obtenidos¹⁷, estamos hablando de un sector muy heterogéneo, en el que existe una gran concentración en las diez primeras D.O. La Rioja es la que ocupa el liderazgo con un 24,3% del valor comercializado, siguiéndole continuación La Mancha y Jerez-Manzanilla San Lúcar, con sendas cuotas del 10,0 y 6,0%. En un segundo grupo, se posicionan otras siete D.O. con menos participación, que son: Valdepeñas, Valencia, Navarra, Tarragona, Cariñena, Cataluña y Utiel-Requena. En lo que relativo al mercado nacional, aparecen entre las diez D.O. las del Penedés, Ribera del Duero y Montilla-Moriles.

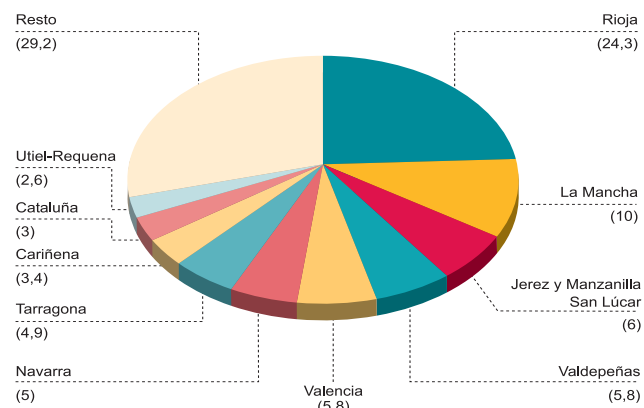
A modo de resumen, se puede concluir afirmando que el sector goza de buena salud, pues aunque el consumo interno está mostrando una desaceleración, las exportaciones que son una pieza clave en la supervivencia del sector, crecen a un ritmo más acelerado que las importaciones. Concretamente, a lo largo del periodo 2000-2005, lo hicieron a un ritmo 4,7 y un 9,7%, en términos monetarios y de volumen respectivamente, frente a un 6,9 y -9,4% de las importaciones. Asimismo, las ventas exteriores de vino embotellado, que generan un mayor valor añadido, muestran un crecimiento sostenido frente al comportamiento más inestable de las exportaciones de vino a granel. Y por otro lado, la tasa de cobertura presenta un saldo muy favorable, situándose en términos de volumen en 4.152,7%, es decir, por cada litro importado logramos exportar 41 litros.

Finalmente, un motivo de reflexión es el relativo al elevado número de D.O. existentes¹⁸. En base a los resultados obtenidos, nos encontramos en un mercado muy concentrado en unas pocas D.O., las cuales tienen una presencia más que notable en el canal de comercialización, frente a otras cuya cuota de mercado es muy reducida. Así pues, el futuro incremento de nuevas D.O. o la inclusión de otros vinos en la categoría de v.c.p.r.d. podría aumentar las amplias diferencias ya existentes. Además, hay que tener en cuenta que aquellas que

están posicionadas en los primeros puestos del ranking cuentan con una imagen de marca muy consolidada y algunas remontan su actividad a más de cuarenta años, por lo que acortar estas diferencias resultará realmente complicado.

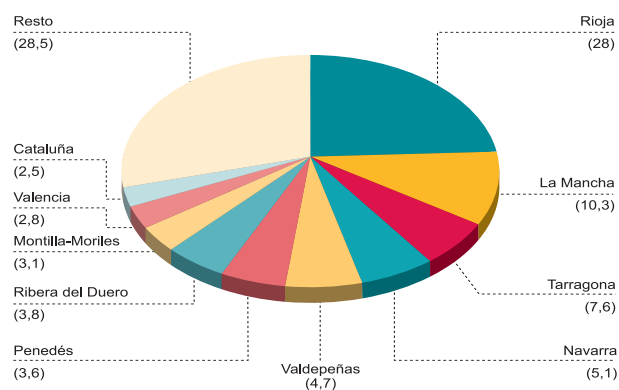
En 2005, el Instituto de Comercio Exterior lanzó un Plan de promoción para los vinos españoles agrupados bajo un único paraguas - Wines of Spain-, como estrategia global para tratar de unificar la oferta de vinos españoles.

Gráfico 11. Porcentaje del volumen de participación comercializado de V.C.P.R.D. 2004/2005



*Nota: Porcentajes obtenidos en hectolitros. No se incluye la D.O. Cava.
Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).*

Gráfico 12. Porcentaje del volumen de participación comercializado en el mercado interior de V.C.P.R.D. 2004/2005



*Nota: Porcentajes obtenidos en hectolitros. No se incluye la D.O. Cava.
Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).*

¹⁷ En el cálculo de las cuotas de mercado en términos de volumen comercializado no se ha incluido la D.O. Cava.

¹⁸ Ver Anexo.

7. EL SECTOR VITIVINÍCOLA EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA

> Evolución de la actividad

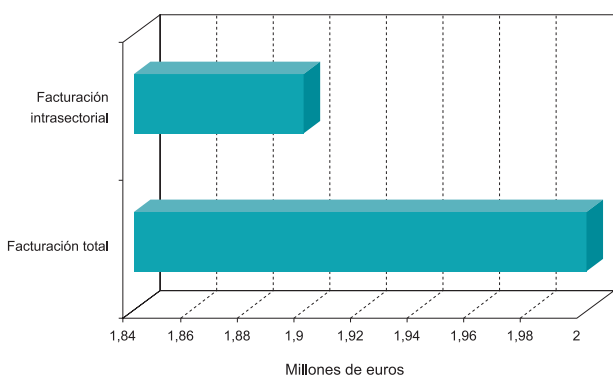
Al cierre del ejercicio 2005, la facturación total del sector vitivinícola en la provincia de Almería ascendió a dos millones de euros. De esta cifra de negocio un 5% es extrasectorial¹⁹, limitándose ésta a actividades relacionadas con el cultivo de otros productos agrícolas, principalmente oliva y almendra.

Atendiendo a la tipología de la actividad intrasectorial, un 75% de las bodegas se dedican al cultivo, transformación y embotellado, mientras que el 25% restante se limita exclusivamente a la transformación y embotellado de la uva no disponiendo de superficie propia de cultivo.

En cuanto a la distribución societaria de las empresas del sec-

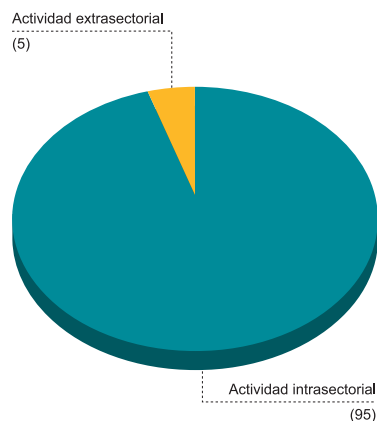
tor, existe un predominio de las sociedades anónimas y limitadas. En el grupo de los tres operadores dedicados a la elaboración y transformación de uva para vinificación, dos (66,7%) son S.L., mientras que uno lo hace bajo el régimen de S.A. Asimismo, cabe destacar la escasa participación de las sociedades cooperativas acaparando un 11,1% en el segmento de cultivo, transformación

Gráfico 13. Facturación total e intrasectorial del sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005



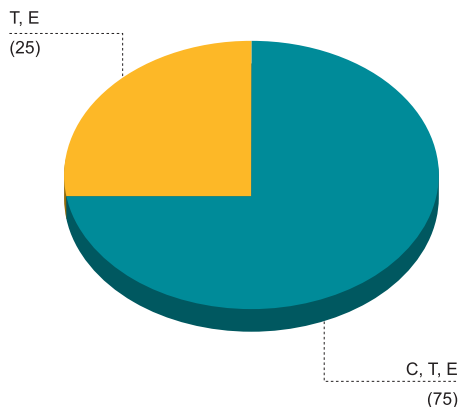
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 14. Porcentaje de participación de la facturación total del sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005



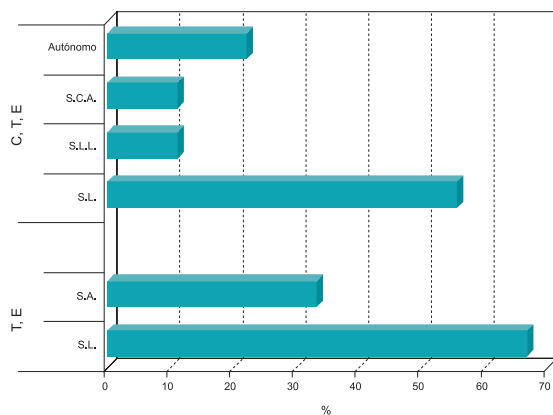
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 15. Tipo de actividad realizada (%) por las empresas del sector vitivinícola en Almería. 2005



Nota: cultivo, transformación y elaboración (C, T, E); transformación y elaboración (T, E).
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 16. Distribución societaria de las empresas del sector vitivinícola en la provincia de Almería por tipo de actividad. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

y elaboración. Sin embargo, las S.L. alcanzaron una cuota de un 55,6%, situándose a continuación el régimen de Autónomo. La causa de esta reducida presencia de cooperativas se debe a la existencia de una cierta desvinculación entre producción y elaboración.

Por segmentos de actividad, la práctica totalidad de la cifra de negocio correspondió a los vinos tranquilos, entre los cuales representan una cuota meramente residual los vinos especiales, concretamente los

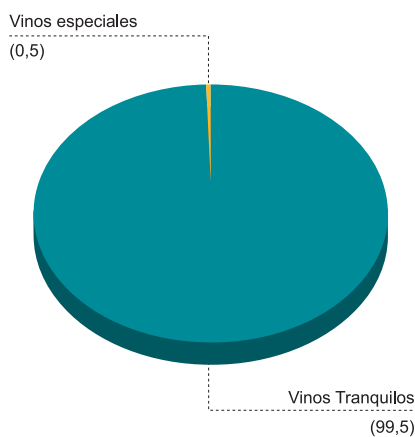
espumosos. Dentro de los caldos tranquilos, el mayor porcentaje de facturación correspondió a los vinos tintos (52,5%), seguidos de los blancos (34,4%) y los rosados (13,1%).

En lo que respecta a la distribución de la facturación por mercados geográficos, la práctica totalidad de la cifra de negocio tuvo como destino el mercado nacional, representando las exportaciones sólo el 2,4% del total comercializado.

En cuanto a la distribución de la facturación en el mercado nacional, destaca la elevada participación de las ventas en la provincia de Almería, que representa el 91,6% del total. El resto de las provincias andaluzas absorben el 3,8% de la facturación, destinándose al resto de España el 4,6% del total.

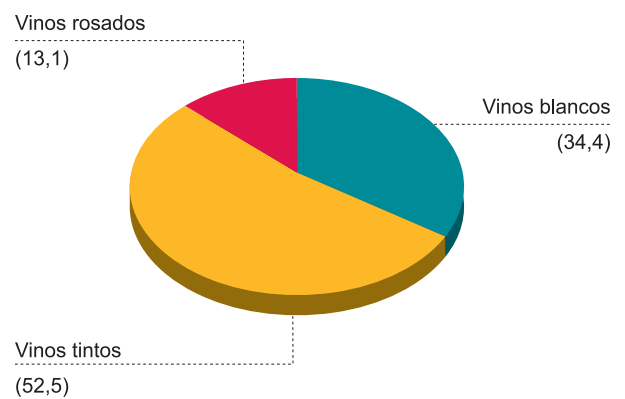
En el ámbito del comercio exterior, las ventas a mercados foráneos son meramente residuales, alcanzando en 2005 un montante de 50.000 euros. Por su parte, las importacio-

Gráfico 17. Distribución de la facturación intrasectorial (%) del sector vitivinícola en la provincia de Almería por tipos de vinos. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 18. Porcentaje de participación de la facturación de vinos tranquilos por tipos en el sector vitivinícola de la provincia de Almería. 2005



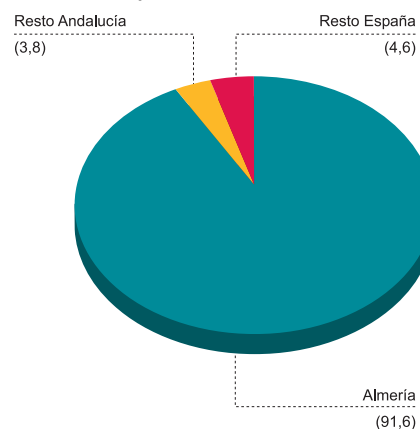
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 19. Porcentaje de participación de la facturación intrasectorial del sector vitivinícola en la provincia de Almería por destinos. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 20. Distribución de la facturación intrasectorial (%) por destinos en el mercado nacional correspondiente al sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

19 La actividad extrasectorial es aquella que no está incluida en el objeto de análisis del estudio, es decir, no está relacionada con el cultivo y transformación de la vid, así como con la elaboración de vino. Por ejemplo, si una empresa que produce vino, además se dedica al cultivo de olivos, esta última actividad es extrasectorial.

nes se situaron ligeramente por encima, lo que motivó que la tasa de cobertura se quedara en un 98,5%. Ello refleja un posicionamiento muy distinto al que presenta el conjunto nacional, en el que la fortaleza de las exportaciones hace que la tasa de cobertura sea muy superior.

Por último, cabe mencionar la importante representatividad del cliente minorista en la cifra de negocio, que representa el 24,8% del total de ventas.

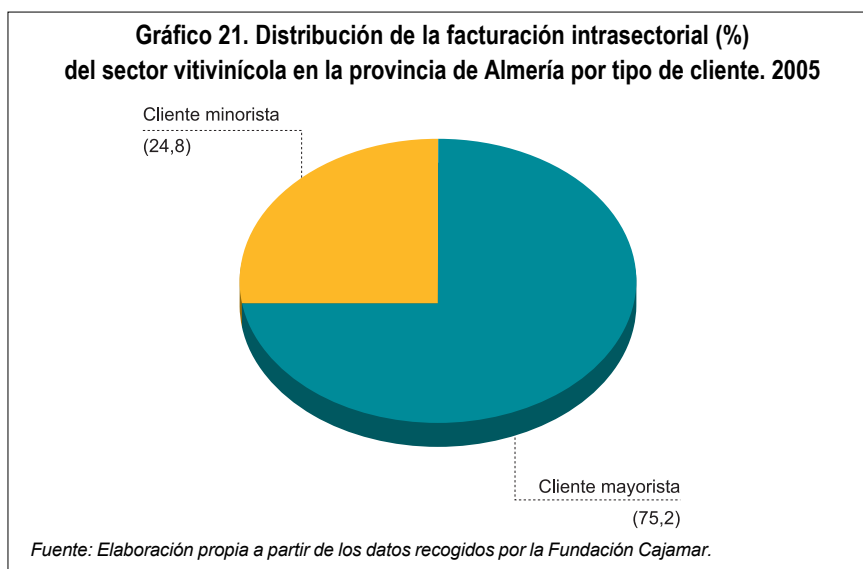


Tabla 15. Exportaciones e importaciones de vino (euros) en Almería. 2000-2005

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Saldo comercial 2005	Tasa de cobertura 2005 (%)
Exportaciones	-	219.600	88.900	967.100	107.800	45.600	-700,0	98,5
Importaciones	-	-	31.000	12.500	36.200	46.300	-700,0	98,5

Nota: datos referidos a las partidas 220421 (Vino de uvas frescas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros) y 220429 (Vino de uvas frescas en recipientes con capacidad superior a dos litros).

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de Datos de Comercio Exterior del Consejo Superior de Cámaras.

> Análisis de la oferta

El sector vitivinícola en la provincia de Almería está formado por 12 bodegas localizadas mayoritariamente en la comarca de la Alpujarrá, donde se concentra el 75,1% de la actividad. El resto de comarcas productoras: los Vélez, Alto y Medio Almanzora y Poniente, tienen una cuota individual en torno al 8%. Por municipios, el grueso de la producción vitivinícola almeriense se concentra en las localidades de Alcolea, Alboloduy, Énix, Fondón, Laujar del Andarax y Padules.

La industria bodeguera almeriense está caracterizada por las importantes diferencias existentes entre los

operadores, tanto en lo que respecta a la cifra de negocio, como en términos de capacidad tecnológica y productiva. Estos aspectos tienen un fiel reflejo en las cuotas de mercado, pues existe una elevada concentración de la actividad en torno a tres empresas que aglutinan, en conjunto, el 82% del sector. En este grupo, hay una empresa líder que representa el 53,9% del volumen de negocio, mientras que los otros dos operadores alcanzaron cuotas del 17,5% y del 10,4%.

Por lo que respecta al tamaño de las empresas por número de empleados, destaca la reducida dimen-

sión de los operadores, pues un 66,7% disponen de entre uno a tres trabajadores fijos, mientras que las cuatro empresas restantes, que representan el 33,3% del sector, tienen una plantilla media fija de entre 4 a 6 trabajadores. Analizando el grado de temporalidad del sector, nos encontramos con una elevada tasa de temporalidad, pues de cada 100 empleos generados, un 73,6% tuvo carácter temporal. Este elevado registro está condicionado por la periodicidad de las tareas de poda y recolección.

En base a la valoración obtenida por los directivos de las empresas

del sector, las profesiones más demandadas por orden de importancia son: los enólogos, los técnicos de planta y los recolectores de uva.

Realizando una valoración de la incorporación de las nuevas tecno-

logías, un número reducido de bodegas dispone de página web propia, concretamente cuatro. Los contenidos que se ofrecen son principalmente el catálogo de vinos, la localización geográfica y el proceso de elaboración del vino; en algunos ca-

sos, como el de la Bodega Fuente Victoria y el de Selección de Vinos de Fondón, también se pueden realizar compras a través de Internet.

Mapa 3. Localización geográfica de las bodegas existentes en Almería. 2005

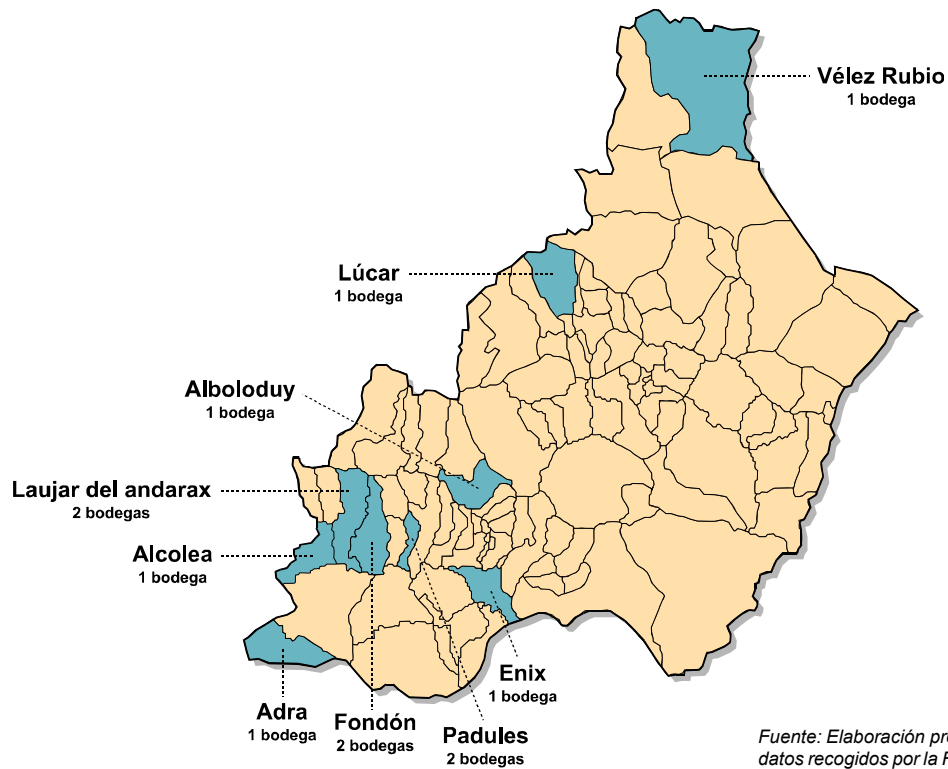


Gráfico 22. Cuotas de mercado del sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005

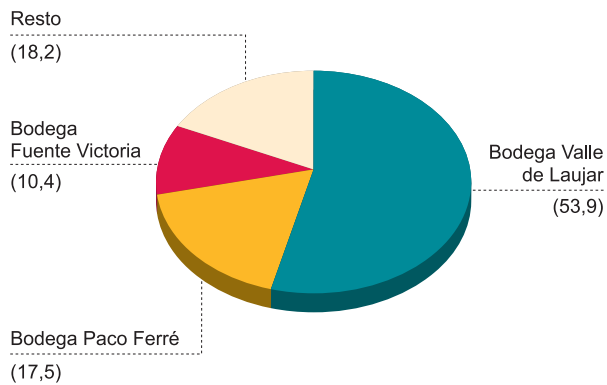


Gráfico 23. Distribución de las empresas (%) del sector vitivinícola en la provincia de Almería por número de empleados. 2005

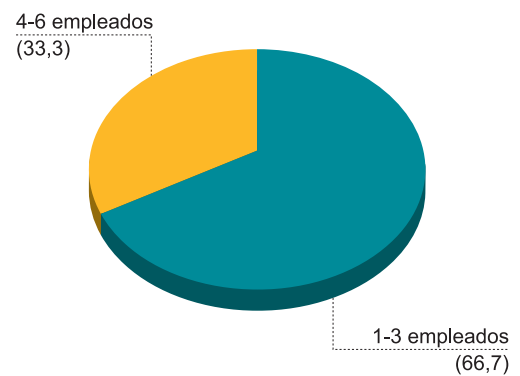
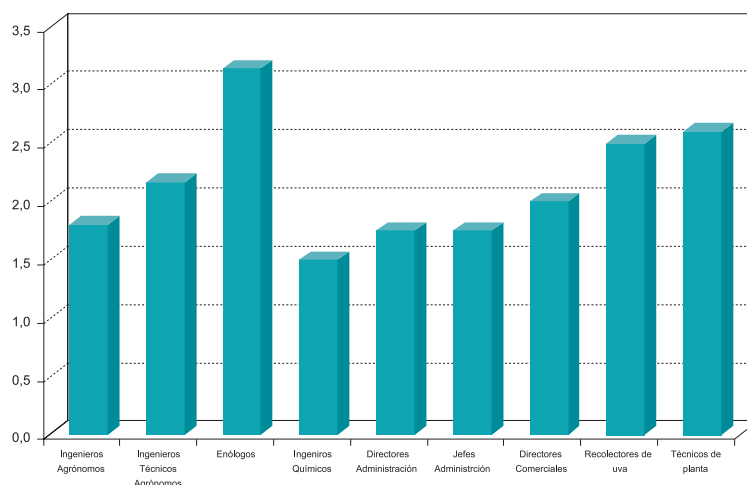
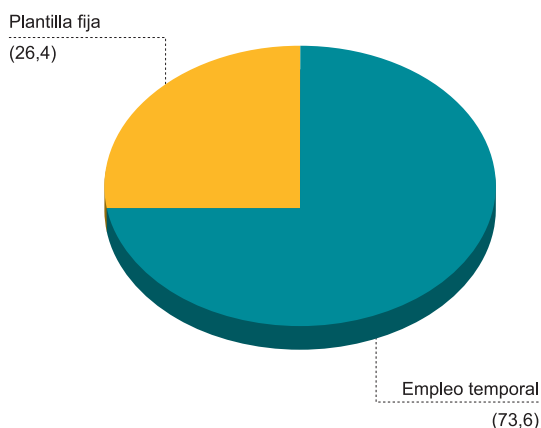


Gráfico 24. Profesiones y titulaciones más demandadas en el sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005



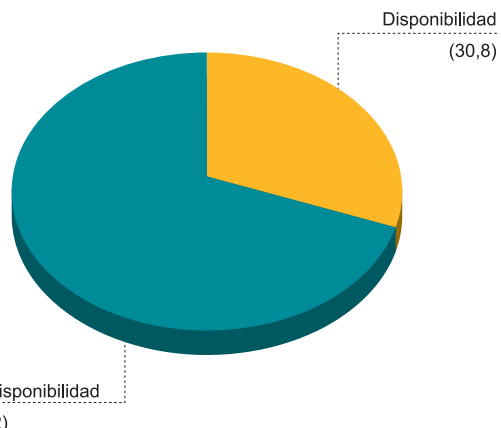
Valoración: 1 y 2 (nada o poco necesitados); 3 (muy necesitados); 4 (bastante necesitados).
 Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 25. Nivel de empleo temporal (%) del sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

Gráfico 26. Disponibilidad de página web (%) por parte del sector vitivinícola en la provincia de Almería. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Fundación Cajamar.

> Análisis DAFO

La producción de vino en Almería representa una cuota de mercado meramente residual en el conjunto del territorio nacional, habiendo alcanzado en 2003 una participación del 0,1%. Asimismo, la industria bodeguera provincial se encuentra enmarcada en un contexto nacional caracterizado por:

- Una gran producción nacional de vino, que hace de España uno de los principales países productores de vino.
- Una notable atomización de la oferta.
- La fuerte tradición y especialización vitivinícola de determinadas CCAA como: La Rioja, Castilla-León y Castilla La Mancha.
- El elevado número de D.O. existentes en España.
- La amplia gama de vinos existentes en el mercado nacional.

Todos estos aspectos generan un marco muy competitivo en nuestro país.

En un mercado globalizado, no debemos olvidar la competencia, aunque aún incipiente, de los denominados vinos del "Nuevo Mundo", procedentes principalmente de Australia, Chile y Sudáfrica, que están captando nuevos consumidores y desarrollando diferentes patrones de consumo. Estos países, bajo campañas muy directas, etiquetas novedosas y atractivas, ofrecen vinos frescos y jóvenes, homogéneos, con aromas frutales donde no se premia el tiempo de envejecimiento, y todo ello a precios muy asequibles.

Precisamente, estos factores, junto con el escaso conocimiento de los vinos almerienses; la percepción que se tiene de no ser un producto de suficiente calidad; tratarse de una actividad muy incipiente y poco madura, representan conjuntamente las principales amenazas y debilidades del sector en la provincia. A ello habría que unir la existencia de canales de distribución poco desarrollados, así como la escasa presencia de los vinos de Almería en el canal HORECA. Otro factor que dificulta la comercialización de los vinos de Almería es su elevado precio, respecto a los vinos tradicionales del resto de España.

Por su parte, desde la Administración provincial ha existido una incorrecta orientación de las ayudas en la asignación de derechos de plantación para desarrollar la actividad vitivinícola.

Desde el punto de vista de la oferta, merecen destacarse las diferencias tecnológicas y productivas existentes entre los distintos operadores, aspectos que favorecen el mejor

posicionamiento competitivo de algunas empresas. A su vez, determinadas bodegas disponen de escasa capacidad para invertir en promoción, aspecto que dificulta su operatividad en el mercado.

En el ámbito de las fortalezas, cabe mencionarse el reconocimiento de Vino de la Tierra con el que cuentan seis bodegas de Almería agrupadas bajo las insignias: Laujar-Alpujarra y Ribera del Andarax. Esta catalogación constituye una positiva estrategia de comercialización que garantiza una homogeneidad en la imagen de marca.

Dado el gran número de denominaciones de Vinos de la Tierra existentes en España, concretamente 40, sería positivo aunar esfuerzos entre la asociación que representa a estas bodegas (Avimes) y las Administraciones, Central y Autonómica. El objeto sería desarrollar una marca conjunta para potenciar el conocimiento de esta tipología de vinos, creando una identificación intermedia entre los vinos de mesa comunes y las D.O.

En este sentido, destaca el Plan de Promoción iniciado en 2005 por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) tendente a integrar la comercialización de los vinos españoles en los mercados internacionales bajo un único paraguas: Wines of Spain. Este Plan prevé invertir en los próximos cinco años 50 millones de euros, que probablemente serán canalizados en favor de las D.O., debido al peso que sus Consejos Reguladores tienen en el Instituto de Comercio Exterior.

A modo de corolario, se puede terminar concluyendo que la industria bodeguera almeriense es una actividad muy incipiente en la provin-

cia. El sector, a escala nacional, está extremadamente atomizado, pero existen determinadas regiones con una tradición y experiencia vitivinícola considerable, cuyos vinos gozan de un alto reconocimiento en el contexto nacional e internacional. Es precisamente este factor una de las principales amenazas para la supervivencia del sector en la provincia. En este sentido, hay que prestar una atención preferente a los aspectos relativos a la comercialización del producto, abarcando nuevos nichos de mercado que no demanden un vino de elevado precio, pero que a su vez se ajuste a unos parámetros de calidad óptimos, como es el caso de los vinos almerienses. No queremos terminar este comentario sin aludir expresamente a los Vinos Ben-Zuaitte y Testa de la Sacristana, elaborados por Selección de Vinos de Fondón, los cuales recibieron la Medalla de Oro en la pasada edición del Salón Internacional del Vino de Madrid y la Medalla de Plata en el Concurso Internacional Bacchus 2006, organizado por la Unión de Catadores de España.

Por último, realizando una valoración sobre el futuro del sector en la provincia, podemos afirmar que existe un alto número de bodegas con importantes diferencias productivas y tecnológicas, aspecto que se refleja en las cuotas de mercado, pues tres empresas aglutinaron en 2005 un 81,8% del volumen de ingresos del sector. Estas empresas son las que tienen un mayor potencial de crecimiento. Hay que tener en cuenta que, a nivel nacional, nos encontramos con un sector dominado por diez grandes D.O., lo que hace pronosticar un futuro difícil para las empresas de la provincia, especialmente para vender sus vinos fuera del ámbito local.

Tabla 16. Puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas del sector vitivinícola en España

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte implantación del sector agroalimentario en la provincia, que posibilita el aprovechamiento de sinergias. • Buenas condiciones climáticas para el cultivo de la vid. • Homogeneidad en la imagen de marca: existencia de dos menciones agrupadas bajo la denominación "Vino de la tierra". • Amplia variedad de vid cultivadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desorientación institucional en las ayudas destinadas al sector. • Reducido tamaño y escasa capacidad tecnológica de algunas bodegas. • El escaso reconocimiento exterior de la buena calidad de los vinos almerienses. • Canales de distribución poco desarrollados. • Escasa presencia en el canal HORECA. • Bajo nivel de diversificación extrasectorial. • Sector muy incipiente y poco maduro. • Baja relación calidad-precio de los vinos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La buena percepción de los vinos españoles en el contexto internacional. • Integración de los vinos almerienses en la marca calidad certificada de Andalucía. • Incremento de la cultura gastronómica y su estrecha relación con el consumo de vino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte atomización del sector. • Mayor tradición vitivinícola de otras regiones españolas. • Existencia de un elevado número de menciones específicas de Vinos de la tierra. • Fuerte competencia con los vinos de D.O. • Ralentización del consumo de vino. • Creciente competencia de los vinos procedentes del Nuevo Mundo: Australia Chile y Sudáfrica.

Fuente: Fundación Cajamar.



ANEXO
Tabla 16. Evolución de la superficie de viñedo en Ha para vinificación en España por provincias. 1996-2003

Provincias	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	% participación 2003	% v.m.a.
Ciudad Real	212.741	212.611	212.843	212.618	212.179	211.135	185.127	16,2	-2,2
Toledo	161.860	170.244	164.331	162.761	161.745	146.742	143.238	12,5	-1,7
Albacete	110.327	112.475	113.825	120.449	121.637	121.627	120.263	10,5	1,9
Cuenca	95.680	95.680	100.550	101.651	101.651	101.456	115.335	10,1	2,7
Badajoz	71.381	71.231	80.800	81.033	81.033	82.033	84.608	7,4	1,9
Valencia	51.204	51.118	52.923	57.280	55.874	55.712	56.191	4,9	1,1
Murcia	43.469	41.994	40.830	43.914	42.187	45.535	45.524	4,0	2,1
La Rioja	36.969	37.243	38.849	39.850	42.000	42.855	43.662	3,8	2,7
Zaragoza	41.546	41.284	41.268	40.818	40.804	33.504	33.662	2,9	-3,1
Tarragona	32.394	32.078	31.819	32.844	32.092	32.668	33.229	2,9	0,2
Navarra	19.080	19.532	20.460	22.395	23.712	24.416	24.863	2,2	4,4
Barcelona	24.599	25.084	25.417	25.285	24.883	24.740	24.588	2,2	-0,1
Madrid	19.993	19.028	18.525	18.588	18.628	18.455	18.526	1,6	2,0
Alicante	16.529	16.226	16.244	16.768	17.609	17.609	17.616	1,5	-0,5
Burgos	12.894	13.286	13.370	13.744	14.953	15.795	16.160	1,4	3,5
Valladolid	13.589	13.737	14.250	14.207	14.439	15.401	16.124	1,4	2,7
Pontevedra	11.641	12.429	14.700	15.716	15.733	15.747	15.741	1,4	3,4
S.C. de Tenerife	10.015	9.970	9.964	10.077	15.417	15.418	15.412	1,3	7,3
Zamora	13.700	13.475	13.388	14.060	12.786	12.766	13.176	1,2	-0,6
Alava	11.183	11.470	11.681	12.113	12.458	12.847	12.782	1,1	2,0
Ourense	11.987	12.011	12.011	12.011	11.974	11.941	11.797	1,0	-0,3
León	15.701	15.622	15.626	15.713	15.854	15.909	11.450	1,0	-4,3
Cádiz	10.291	10.891	10.768	10.768	10.935	10.935	10.936	1,0	-2,0
Córdoba	11.026	10.651	10.511	10.304	10.002	9.796	9.710	0,8	-2,5
Huelva	8.810	6.691	6.954	6.954	6.954	6.954	6.678	0,6	-4,2
Huesca	2.982	3.051	3.634	4.427	4.644	5.025	5.733	0,5	9,1
Granada	5.350	5.200	5.200	5.213	5.213	5.213	5.213	0,5	-0,2
Lleida	4.467	4.467	4.563	4.550	4.848	4.959	5.067	0,4	1,8
Cáceres	4.155	4.456	4.460	4.465	4.600	4.680	4.500	0,4	0,7
Teruel	3.257	3.776	3.799	3.913	3.939	3.761	3.712	0,3	0,2
Ávila	6.428	5.838	5.476	4.665	4.162	4.149	3.592	0,3	-8,7
Las Palmas	2.490	2.545	2.545	2.563	3.408	3.408	3.419	0,3	4,5
A Coruña	1.790	1.790	1.790	2.400	2.480	3.036	2.992	0,3	7,6
Guadalajara	2.755	2.706	2.712	2.683	2.654	2.625	2.624	0,2	-1,1
Salamanca	3.652	3.646	3.646	3.619	3.614	2.631	2.590	0,2	-4,8
Lugo	2.420	2.330	2.330	2.330	2.779	2.602	2.560	0,2	1,3
Girona	3.029	2.777	2.788	2.752	2.495	2.509	2.530	0,2	-0,8
Baleares	1.508	1.501	1.697	1.789	1.890	1.890	1.890	0,2	3,1
Segovia	1.811	1.815	1.826	1.863	1.863	1.686	1.679	0,1	-1,1
Málaga	2.167	2.167	2.163	2.479	2.658	2.658	1.500	0,1	-6,4
Soria	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.568	1.365	0,1	1,9
Almería	967	1.052	1.122	1.172	1.155	1.147	1.165	0,1	-0,7
Castellón	1.019	1.229	1.223	1.156	1.175	1.150	1.133	0,1	1,5
Sevilla	900	800	825	825	1.023	1.025	1.019	0,1	-2,4
Jaén	1.089	744	657	740	743	711	580	0,1	-9,1
Palencia	726	726	717	636	615	611	573	0,1	-3,3
Vizcaya	64	82	120	140	170	190	195	0,02	17,3
Guipúzcoa	85	96	100	147	177	177	177	0,02	12,0
Asturias	95	85	80	96	99	110	120	0,01	3,4
Cantabria	42	42	42	42	42	42	42	ns	0,7
España	1.122.957	1.130.082	1.146.522	1.167.686	1.175.085	1.159.559	1.142.368	100,0	0,2

Ns: no significativo.

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 17. Producción de vino de mesa (hectolitros) en España por provincias. 1996-2003

Provincias	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	% participación 2003
Lugo	169.523	151.030	43.728	50.016	-	58.157	104.961	-	-
Pontevedra	689.570	567.891	405.246	644.966	58.073	-	-	-	-
Asturias	2.250	-	-	-	-	-	-	-	-
Cantabria	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Álava	200	200	350	-	-	-	-	-	-
Guipúzcoa	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Burgos	76.810	29.924	67.780	95.483	110.685	59.582	84.237	-	-
Palencia	2.500	2.604	-	-	-	-	-	-	-
Soria	4.081	2.029	3.549	5.320	-	-	-	-	-
Córdoba	3.617	230.489	59.116	107.555	111.441	172.803	-	-	-
Ciudad Real	3.730.774	5.148.075	4.567.812	4.699.585	7.406.378	4.899.989	4.714.872	6.050.528	22,2
Toledo	3.200.427	4.573.827	3.738.737	5.044.173	6.235.057	3.409.062	4.449.876	5.113.956	18,8
Badajoz	1.547.247	1.349.903	1.424.144	2.771.665	3.396.221	2.464.873	2.554.757	4.233.430	15,6
Cuenca	2.319.188	2.313.136	2.220.918	2.605.883	3.161.593	1.924.549	2.512.779	3.148.178	11,6
Albacete	1.625.529	2.127.009	2.225.108	1.947.528	2.228.098	1.845.273	2.370.544	2.979.830	11,0
Valencia	818.071	854.392	831.869	698.525	931.771	848.226	1.121.524	1.765.804	6,5
Madrid	212.602	284.822	150.370	231.066	298.404	190.768	415.449	500.896	1,8
Zaragoza	391.818	420.649	368.606	382.552	396.953	77.800	79.679	405.547	1,5
R. Murcia	553.622	398.820	338.624	417.712	373.491	427.636	467.151	392.022	1,4
Huelva	255.946	318.276	282.595	291.035	203.405	233.706	248.949	313.186	1,2
León	271.661	130.656	108.306	145.431	346.491	402.827	224.434	233.579	0,9
La Rioja	64.087	-	-	-	487.628	223.146	65.795	192.722	0,7
La Coruña	89.270	83.230	57.170	80.160	58.362	109.616	109.616	176.542	0,6
Orense	291.800	195.640	107.550	130.000	-	32.627	108.560	162.000	0,6
Alicante	100.214	130.646	120.719	160.727	138.169	120.477	134.049	144.467	0,5
Tarragona	172.599	200.214	134.950	156.240	142.985	134.605	131.500	139.147	0,5
Cáceres	75.803	37.493	67.800	90.000	98.000	80.000	97.600	124.347	0,5
Zamora	180.118	93.814	104.666	130.389	139.000	124.817	179.206	121.726	0,4
S. C. de Tenerife	19.587	50.900	22.735	85.650	117.705	129.710	102.311	121.062	0,4
Valladolid	52.428	48.500	72.800	90.680	91.500	82.607	76.860	96.320	0,4
Granada	56.900	48.800	31.700	38.500	49.800	29.165	131.819	93.756	0,3
Teruel	52.350	88.800	55.128	75.840	74.584	33.918	83.910	82.373	0,3
Barcelona	146.170	135.412	73.261	85.340	60.362	57.500	63.623	73.586	0,3
Guadalajara	67.442	25.031	53.376	65.091	74.679	66.072	35.990	64.775	0,2
Huesca	18.495	-	20.984	-	5.843	30.780	37.027	60.471	0,2
Cádiz	3.768	95.805	54.157	55.500	55.500	55.452	51.048	50.326	0,2
Sevilla	31.935	38.062	28.087	51.688	32.818	30.191	40.011	46.065	0,2
Lérida	21.910	18.476	9.470	9.910	29.000	5.576	10.078	45.165	0,2
Navarra	21.887	35.373	38.625	15.815	106.347	54.882	29.157	42.540	0,2
Ávila	36.731	58.881	56.279	65.715	60.500	38.445	-	34.140	0,1
Salamanca	80.097	37.635	37.709	45.911	38.392	36.470	30.600	32.592	0,1
Almería	25.452	32.448	27.300	32.944	37.836	45.535	30.112	31.584	0,1
Málaga	909	1.063	1.063	909	30.076	27.400	62.000	27.431	0,1
Baleares	28.155	17.595	16.654	16.654	13.542	11.780	-	22.577	0,1
Segovia	23.548	8.645	4.514	12.250	19.999	30.461	21.401	20.109	0,1
Gerona	11.710	15.377	8.965	9.100	7.024	17.800	18.244	20.068	0,1
Jaén	17.269	15.870	8.831	15.305	19.508	14.555	21.091	17.741	0,1
Castellón	15.450	15.477	20.621	17.043	17.255	14.061	12.677	12.183	0,04
Las Palmas	-	19.172	5.600	4.000	8.850	4.155	12.192	6.035	0,02
Vizcaya	-	-	-	-	-	500	450	273	ns
España	17.581.520	20.452.091	18.077.572	21.679.856	27.273.325	18.657.554	21.046.139	27.199.078	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 18. Producción de v.c.p.r.d. tranquilos (hectolitros) en España por provincias. 1996-2003

Provincias	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	% participación 2003
La Coruña	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asturias	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cantabria	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Teruel	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ávila	-	-	-	-	-	-	41.834	-	-
Salamanca	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Castellón	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Badajoz	-	-	-	-	-	218.833	683.789	-	-
Cáceres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Almería	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Granada	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jaén	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Rioja	1.699.477	1.731.652	1.888.073	1.504.540	2.134.349	1.634.015	1.353.479	2.042.755	15,1
Tarragona	1.169.334	1.192.670	1.067.236	1.246.002	1.327.023	1.310.315	1.293.280	1.368.470	10,1
Barcelona	1.386.896	1.369.011	1.117.546	1.301.798	1.098.593	891.965	1.157.935	1.339.271	9,9
Valencia	1.098.294	877.148	1.037.129	1.006.749	912.248	984.181	1.129.574	984.683	7,3
Navarra	768.391	679.345	653.635	616.400	960.569	764.517	652.006	876.582	6,5
Ciudad Real	927.154	975.395	854.588	847.748	1.040.612	883.221	935.715	860.588	6,4
Álava	558.138	582.158	597.250	439.725	657.415	572.985	390.151	608.268	4,5
Cuenca	56.690	80.540	74.600	85.870	128.907	95.295	143.242	585.268	4,3
Zaragoza	397.166	490.801	414.901	471.054	428.429	514.060	526.951	501.908	3,7
Cádiz	545.649	787.808	616.572	450.750	450.750	495.836	485.319	478.451	3,5
Valladolid	256.846	158.316	245.564	292.000	350.400	378.290	339.700	425.950	3,1
R. de Murcia	84.182	229.063	246.908	237.882	214.167	196.493	290.385	392.022	2,9
Orense	343.750	230.470	252.740	307.880	358.850	366.681	246.632	378.408	2,8
Burgos	189.590	74.290	168.272	237.050	276.215	152.118	215.063	375.898	2,8
Córdoba	633.649	439.588	290.396	395.730	489.966	299.487	314.996	368.456	2,7
Albacete	145.299	152.137	202.736	331.220	337.063	200.458	272.638	257.109	1,9
Lérida	118.515	99.944	121.932	137.376	215.913	110.039	293.405	206.414	1,5
Zamora	57.936	41.168	61.908	93.618	112.000	37.968	76.196	162.649	1,2
Alicante	157.412	152.720	134.851	137.935	136.615	170.518	156.543	160.750	1,2
Toledo	262.586	146.698	126.044	210.840	204.315	132.502	163.344	157.497	1,2
Madrid	135.292	37.805	61.103	74.493	69.615	53.806	117.178	141.278	1,0
Huesca	78.847	108.000	81.436	78.200	102.949	67.242	103.464	140.625	1,0
Lugo	-	-	29.153	33.344	-	38.771	70.032	123.446	0,9
Huelva	110.063	64.927	93.751	71.031	94.056	82.323	100.158	120.285	0,9
Pontevedra	68.600	54.598	23.433	84.077	-	112.112	88.690	107.856	0,8
León	68.339	64.432	58.797	104.723	126.804	85.662	64.166	84.192	0,6
Gerona	71.645	57.257	51.610	64.744	50.300	61.747	62.671	69.003	0,5
S.C. de Tenerife	214.155	54.510	27.305	57.100	82.745	41.870	32.067	55.283	0,4
Málaga	36.262	30.086	30.086	60.703	29.525	23.768	26.109	27.237	0,2
Soria	8.239	6.441	11.235	17.220	18.511	12.369	18.928	26.320	0,2
Sevilla	14.685	15.884	13.913	27.832	17.672	16.257	21.544	24.804	0,2
Baleares	7.082	9.097	11.387	11.966	16.918	25.342	22.577	22.577	0,2
Segovia	22.328	9.072	21.000	36.050	59.997	25.168	17.645	14.702	0,1
Las Palmas	32.000	-	22.000	19.000	23.400	7.729	7.222	12.849	0,1
Guadalajara	-	7.401	4.100	4.350	5.850	4.388	2.524	12.184	0,1
Guipúzcoa	4.844	5.410	6.000	7.125	9.350	7.435	8.975	11.000	0,1
Vizcaya	3.500	2.960	2.980	4.100	4.750	5.300	5.350	6.878	0,1
Palencia	1.575	1.540	2.310	2.464	2.818	2.349	2.464	3.260	0,02
ESPAÑA	11.734.410	11.020.342	10.724.480	11.110.689	12.549.659	11.083.415	11.933.941	13.535.176	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 19. V.C.P.R.D. existentes en España. 2006

V.C.P.R.D.	Tipología v.c.p.r.d.	Año del Reglamento inicial	Provincias
Abona	D.O.	1996	Santa Cruz de Tenerife
Alella	D.O.	1955	Barcelona
Alicante	D.O.	1957	Alicante
Almansa	D.O.	1966	Albacete
Ampurdán-Costa Brava	D.O.	1975	Gerona
Arlanza	Vino de calidad con indicación geográfica	2005	Burgos y Palencia
Arribes	Vino de calidad con indicación geográfica	2005	Salamanca y Zamora
Bierzo	D.O.	1989	León
Binissalem-Mallorca	D.O.	1991	Mallorca
Bullas	D.O.	1994	Murcia
Calatayud	D.O.	1990	Zaragoza
Campo de Borja	D.O.	1980	Zaragoza
Cariñena	D.O.	1960	Zaragoza
Cataluña	D.O.	2001	Barcelona, Gerona, Lérida y Tarragona
Cava	D.O.	1986	Barcelona, Gerona, Lérida, Tarragona, La Rioja, Navarra, Zaragoza, Cáceres y Zaragoza
Chacolí de Álava	Vino de calidad con indicación geográfica	2002	Álava
Chacolí de Bizkaia	D.O.	1994	Vizcaya
Chacolí de Getaria	D.O.	1990	Guipúzcoa
Cigales	D.O.	1991	Palencia y Valladolid
Conca de Barberá	D.O.	1989	Tarragona
Condado de Huelva	D.O.	1963	Huelva
Costers del Segre	D.O.	1988	Lérida
Dominio de Valdepeña	D.O.	2003	Toledo
El Hierro	D.O.	1995	Santa Cruz de Tenerife
Guijoso	Vino de pago	2005	Albacete
Jerez-Xéres-Sherry	D.O.	1935	Cádiz
Jumilla	D.O.	1966	Albacete y Murcia
La Mancha	D.O.	1966	Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo
La Palma	D.O.	1994	Santa Cruz de Tenerife
Lanzarote	D.O.	1994	Las Palmas
Málaga	D.O.	1937	Málaga
Manchuela	D.O.	2004	Albacete y Cuenca
Manzanilla Sanlúcar de Barrameda	D.O.	1935	Cádiz
Méntrida	D.O.	1966	Toledo
Mondéjar	D.O.	1997	Guadalajara
Monterrei	D.O.	1996	Orense
Montilla-Moriles	D.O.	1945	Córdoba
Montsant	D.O.	2002	Tarragona
Navarra	D.O.	1967	Navarra
Penedés	D.O.	1960	Barcelona y Tarragona
Pla de Bages	D.O.	1997	Barcelona
Pla i Llevant	D.O.	2001	Mallorca
Priorato	D.O.	1954	Tarragona
Rías Baixas	D.O.	1988	Pontevedra
Ribeira de Sacra	D.O.	1997	Lugo y Orense
Ribeiro	D.O.	1957	Orense
Ribera del Duero	D.O.	1982	Burgos, Segovia, Soria y Valladolid
Ribera del Guadiana	D.O.	1999	Badajoz y Cáceres
Ribera del Júcar	D.O.	2003	Cuenca
Rioja	D.O. calificada	1947	Álava, La Rioja y Navarra
Rueda	D.O.	1980	Ávila, Segovia y Valladolid
Sierras de Málaga	D.O.	2001	Málaga
Somontano	D.O.	1985	Huesca
Taraconte-Acentejo	D.O.	1992	Santa Cruz de Tenerife
Tarragona	D.O.	1947	Tarragona
Terra Alta	D.O.	1985	Tarragona
Tierra de León	Vino de calidad con indicación geográfica	2005	León y Valladolid
Tierra del Vino de Zamora	Vino de calidad con indicación geográfica	2005	Zamora
Toro	D.O.	1987	Valladolid y Zamora
Utiel-Requena	D.O.	1957	Valencia
Valdeorras	D.O.	1957	Orense
Valdepeñas	D.O.	1968	Ciudad Real
Valencia	D.O.	1957	Valencia
Valle de Güímar	D.O.	1996	Santa Cruz de Tenerife
Valle de la Oratava	D.O.	1995	Santa Cruz de Tenerife
Valles de Benavente	Vino de calidad con indicación geográfica	2005	Zamora
Vinos de Madrid	D.O.	1990	Madrid
Ycoden-Daute-Isora	D.O.	1994	Santa Cruz de Tenerife
Yecla	D.O.	1975	Murcia

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 20. Superficie de cultivo inscrita de V.C.P.R.D. 2004/2005

V.C.P.R.D.	Tipología v.c.p.r.d.	Año del Reglamento inicial	Provincias
Abona	D.O.	1.157	0,2
Alella	D.O.	314	0,05
Alicante	D.O.	14.795	2,1
Almansa	D.O.	7.118	1,0
Ampurdán-Costa Brava	D.O.	1.856	0,3
Arlanza	Vino de calidad con indicación geográfica	na	-
Arribes	Vino de calidad con indicación geográfica	na	-
Bierzo	D.O.	4.237	0,6
Binissalem-Mallorca	D.O.	597	0,1
Bullas	D.O.	2.500	0,4
Calatayud	D.O.	5.351	0,8
Campo de Borja	D.O.	7.280	1,0
Cariñena	D.O.	16.676	2,4
Cataluña	D.O.	16.823	2,4
Cava	D.O.	32.000	4,6
Chacolí de Álava	Vino de calidad con indicación geográfica	76	0,01
Chacolí de Bizkaia	D.O.	230	0,03
Chacolí de Getaria	D.O.	220	0,03
Cigales	D.O.	2.758	0,4
Conca de Barberá	D.O.	5.888	0,8
Condado de Huelva	D.O.	4.431	0,6
Costers del Segre	D.O.	4.869	0,7
Dominio de Valdepusa	D.O.	42	0,01
El Hierro	D.O.	194	0,03
Guijoso	Vino de pago	na	-
Jerez-Xéres-Sherry y Manzanilla San Lúcar (a)	D.O.	10.241	1,5
Jumilla	D.O.	30.740	4,4
La Mancha	D.O.	192.416	27,7
La Palma	D.O.	848	0,1
Lanzarote	D.O.	2.126	0,3
Málaga y Sierras de Málaga (a)	D.O.	1.215	0,2
Manchuela	D.O.	4.150	0,6
Méntrida	D.O.	10.211	1,5
Mondéjar (b)	D.O.	1.030	0,1
Monterrei	D.O.	647	0,1
Montilla-Moriles	D.O.	8.156	1,2
Montsant	D.O.	2.025	0,3
Navarra	D.O.	18.810	2,7
Penedés	D.O.	27.702	4,0
Pla de Bages	D.O.	550	0,1
Pla i Llevant	D.O.	318	0,05
Priorato	D.O.	1.620	0,2
Rías Baixas	D.O.	3.022	0,4
Ribeira de Sacra	D.O.	1.220	0,2
Ribeiro	D.O.	2.667	0,4
Ribera del Duero	D.O.	19.105	2,8
Ribera del Guadiana (b)	D.O.	22.508	3,2
Ribera del Júcar (c)	D.O.	-	-
Rioja	D.O. calificada	63.199	9,1
Rueda	D.O.	7.767	1,1
Somontano	D.O.	4.369	0,6
Taraconte-Acentejo	D.O.	1.661	0,2
Tarragona	D.O.	7.572	1,1
Terra Alta	D.O.	7.997	1,2
Tierra de León	Vino de calidad con indicación geográfica	na	-
Tierra del Vino de Zamora	Vino de calidad con indicación geográfica	na	-
Toro	D.O.	5.625	0,8
Utiel-Requena	D.O.	40.954	5,9
Valdeorras	D.O.	1.359	0,2
Valdepeñas	D.O.	29.844	4,3
Valencia	D.O.	18.047	2,6
Valle de Gúímar	D.O.	633	0,1
Valle de la Oratava	D.O.	679	0,1
Valles de Benavente	Vino de calidad con indicación geográfica	na	-
Vinos de Madrid	D.O.	7.686	1,1
Ycoden-Daute-Isora	D.O.	376	0,1
Yecla	D.O.	5.600	0,8

Na: no aplicable.

Nota: los datos de producción correspondientes a las D.O. de Mondéjar y Ribera del Guadiana corresponden a la campaña 2003/2004.

(a) Corresponden a dos D.O. cuyos datos de superficie se facilitan de forma conjunta.

(b) Dato de superficie correspondiente a la campaña 2003/2004.

(c) Dato de superficie no facilitado por el Consejo Regulador. D.O. concedida en 2003.

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Tabla 21. Exportaciones de vino (litros) por tipos. 2000-2005

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% v.m.a.
Vino espumoso	64.535.045,3	76.802.536,5	80.769.528,9	97.048.056,3	98.556.667,9	100.409.473,8	9,2
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	381.311.594,0	440.152.856,6	452.556.180,9	464.932.906,9	479.007.340,6	502.264.383,4	5,7
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	418.343.393,3	487.253.891,4	449.341.606,5	666.308.060,9	835.714.601,3	771.711.013,1	13,0
Total	864.190.032,6	1.004.209.284,5	982.667.316,3	1.228.289.024,1	1.413.278.609,8	1.374.384.870,3	9,7

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Tabla 22. Exportaciones de vino (miles de euros) y precio medio/litro. 2000-2005

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% v.m.a.
Vino espumoso	190.440,8	230.363,7	220.735,5	237.079,3	240.444,0	254.431,8	6,0
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	798.756,1	899.656,0	929.173,4	927.231,4	951.900,0	987.908,0	4,3
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	204.412,3	198.965,5	174.244,6	250.940,2	299.370,7	261.314,2	5,0
Total	1.193.609,2	1.328.985,3	1.324.153,4	1.415.250,9	1.491.714,8	1.503.654,0	4,7
PRECIO MEDIO/LITRO (EUROS)							
Vino espumoso	3,0	3,0	2,7	2,4	2,4	2,5	-3,0
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	2,1	2,0	2,1	2,0	2,0	2,0	-1,3
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	-7,1
Total	1,4	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	-4,6

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Tabla 23. Importaciones de vino (litros) por tipos. 2000-2005

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% v.m.a.
Vino espumoso	1.587.987,0	1.646.499,7	1.755.041,9	2.030.111,1	1.990.315,1	4.932.176,2	25,4
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	10.225.478,8	9.609.950,7	14.192.279,4	19.227.819,0	18.597.256,2	22.590.271,4	17,2
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	42.366.339,8	9.545.365,5	5.460.053,3	3.741.245,4	4.918.097,1	5.573.504,1	-33,3
Total	54.179.805,6	20.801.815,8	21.407.374,5	24.999.175,5	25.505.668,4	33.095.951,7	-9,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.

Tabla 24. Importaciones de vino (miles de euros) y precio medio/litro. 2000-2005

Tipo de vino	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% v.m.a.
Vino espumoso	28.678,7	26.383,5	30.902,7	37.465,8	37.208,6	52.600,7	12,9
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	24.993,6	29.531,4	34.444,4	41.997,9	46.511,3	50.862,8	15,3
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	23.368,8	7.366,2	4.898,7	3.269,4	12.511,8	4.036,0	-29,6
Total	77.041,0	63.281,1	70.245,7	82.733,1	96.231,8	107.499,5	6,9
PRECIO MEDIO/LITRO (EUROS)							
Vino espumoso	18,06	16,02	17,61	18,46	18,69	10,66	-10,0
Vinos tranquilos en recipientes <= a 2 litros	2,44	3,07	2,43	2,18	2,50	2,25	-1,6
Vinos tranquilos en recipientes > a 2 litros	0,55	0,77	0,90	0,87	2,54	0,72	5,6
Total	1,42	3,04	3,28	3,31	3,77	3,25	18,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la Secretaría General de Comercio Exterior.