

Análisis del sistema productivo agroalimentario de Aragón

2. El sector vitivinícola



Servicio de Planificación y Análisis
Junio de 2010

Metodología del estudio

Los datos manejados en la elaboración de este trabajo se han extraído del Anuario Estadístico Agrario de Aragón, del Registro Vitícola actualizado en 2009, de los Consejos Reguladores y de encuestas realizadas a profesionales del vino. Algunos de estos datos son precisos, como la superficie de cultivo, el número de botellas de cada D.O. comercializadas en el mercado interior y exterior, la evolución de las exportaciones, etc. sin embargo los datos que conciernen al valor de las uvas y del vino obedecen a una estimación calculada a partir de las encuestas, y del precio en hectogrado del mercado de vino a granel.

Introducción

El sector del vino es el más claro ejemplo de verticalización de la agricultura porque la uva, que se podría considerar el producto final del agricultor, en la mayoría de los casos, como miembro de alguna cooperativa, también es empresario del vino. Como en todos los casos, al transformar las materias primas agrarias se añade nuevo valor económico a la producción, y las uvas aragonesas lo multiplican por 2,8 al convertirse en vino. La exportación es uno de los elementos clave del desarrollo vitivinícola aragonés.

La vid en Aragón, con 41.811 hectáreas en 2008, ocupa el 3,5 % de la superficie cultivada y genera el 4,5 % del valor de la producción agrícola con 44,66 millones de € en 2009. En cambio, esta actividad la realiza el 17 % de las explotaciones, según la encuesta de explotaciones agrarias de 2007, lo que indica su papel social en el medio rural por su alta participación en la ocupación de la población agraria.

Pero las uvas, al transformarse en vino, en el año 2009 generaron 126,6 millones de €, que equivalen aproximadamente al 5 % del valor de la producción de la industria agroalimentaria aragonesa. Como se ve, la elaboración y comercialización del vino multiplica por 2,84 el valor de las uvas.

El sector vitivinícola ha sido uno de los más dinámicos de los últimos años, con unas inversiones de las bodegas en el periodo 2000 - 2008, acogidas a las ayudas previstas en la PAC, de 245 millones de €. Los viticultores por su parte, han invertido más de 15 millones de € en la reestructuración de los viñedos.

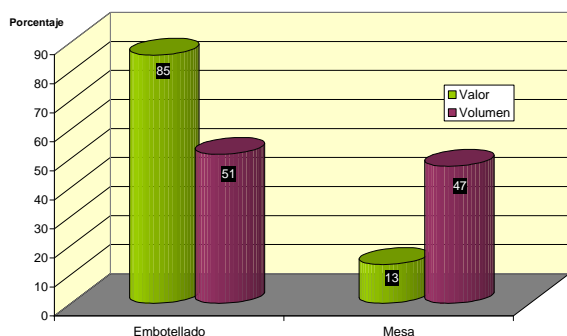
Este dinamismo ha sido fruto de la necesidad de obtener un valor añadido en la producción de uvas, ya que desde finales de los años 50 del siglo pasado los viticultores, para sobrevivir, tuvieron que hacerse productores de vino mediante la agrupación en cooperativas, debido a que el mercado tradicional de la uva se había hecho insostenible para los productores. Después, en los años 80 y 90, tuvieron que volver a afrontar una fuerte renovación para adaptarse a los nuevos mercados cada vez más complejos y exigentes. A principios de la última década el sector del vino alcanzó el punto álgido del último diente de sierra de su historia, coincidiendo con un periodo boyante del sector inmobiliario que favoreció la creación de nuevas bodegas ajenas hasta ese momento al sector del vino.

Con la crisis financiera de 2007 y la posterior crisis económica, el sector del vino, como no podía ser de otro modo, también se ha visto afectado por este fenómeno, pero salvo casos puntuales objeto de una mala gestión o planteamientos diseñados para situaciones boyantes,

probablemente en términos generales el sector vitivinícola sea el que mejor está resistiendo la actual crisis económica. En 2009 las bodegas aragonesas exportaron el 65 % de todo el vino con Denominación de Origen embotellado y las perspectivas continúan siendo muy esperanzadoras, siempre y cuando, como es obvio, se aplique una gestión acorde con las exigencias de los tiempos.

La superficie vitícola aragonesa ha ido descendiendo paulatinamente desde las 100.000 hectáreas de finales de los años setenta, a las 41.800 de 2008, debido a las crisis periódicas a las que se ha visto sometida la agricultura en general y el vino en particular. En algunas zonas con posibilidades de alternativa abandonaron la vid y cambiaron de cultivo o emigraron y, donde esto no fue posible, resistieron a base de adaptarse a las nuevas corrientes comerciales. El resultado de este fenómeno ha sido evidente: la superficie de cultivo ha descendido y el valor de la

Graf. 1 Valor y volumen del vino según tipologías 2009



Fuentes: Servicio de Planificación y Análisis

producción ha aumentado, quedando en evidencia una vez más que para generar valor no siempre es necesario aumentar la producción. El 51 % del volumen producido que se comercializó embotellado en 2009, generó el 85 % de los ingresos, mientras que el 47 % del volumen comercializado a granel, tan solo aportó el 13 % del valor total. El resto del vino fue a destilación en las condiciones previstas por la Política Agrícola Común.

No obstante, como cualquier actividad empresarial, el cultivo de la vid y la producción de vino exigen cada vez más, una gran especialización para abordar los constantes cambios que se producen en un mercado global y sofisticado. Las cifras que se acaban de exponer corresponden a la media de Aragón, pero mientras algunas bodegas liquidan las uvas a una media en torno a los 40 céntimos el kilo, otras lo hacen a 15 céntimos y, a veces, ni se pagan por falta de liquidez.

1. Consumo per capita de vino (l/año)

Países	Años		
	1995	2000	2006
Francia	65,0	57,0	53,8
Italia	62,8	54,7	46,5
Dinamarca	30,2	33,7	31,7
España	37,5	36,4	30,8
Alemania	22,9	23,7	24,5
Argentina	37,5	33,9	22,4
Países Bajos	15,3	19,5	21,4
Reino Unido	12,5	15,5	20,9
Suecia	11,9	13,3	16,1
Chile	13,0	14,7	14,5
EE.UU.	7,6	7,8	8,6

Fuentes: OIV

Estas diferencias obedecen, en gran medida, al modelo de gestión empresarial aplicado que está propiciando en los casos más negativos el abandono de viñedos. En los últimos años una superficie destacada de viñedos se ha quedado sin vendimiarse por exceso de producción o porque los precios de las uvas no compensaban el trabajo de la recolección.

Pero el vino lleva implícito también otros valores intangibles debido a que afecta a la imagen de los territorios de producción. El prestigio del vino de un determinado lugar, se transmite a toda la zona y se convierte en eje aglutinador de otros valores culturales y paisajísticos que contribuyen al desarrollo turístico.

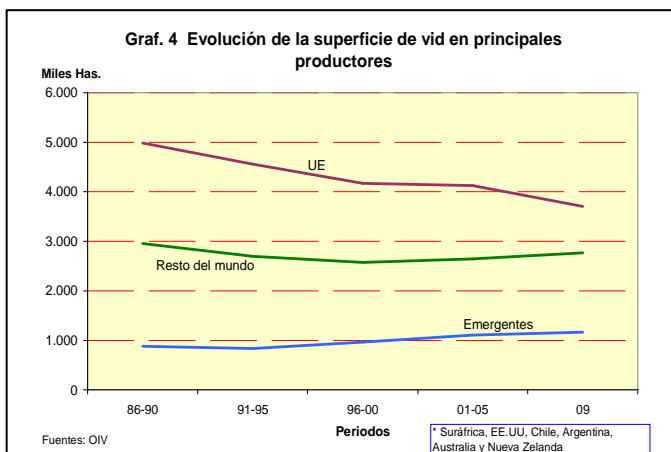
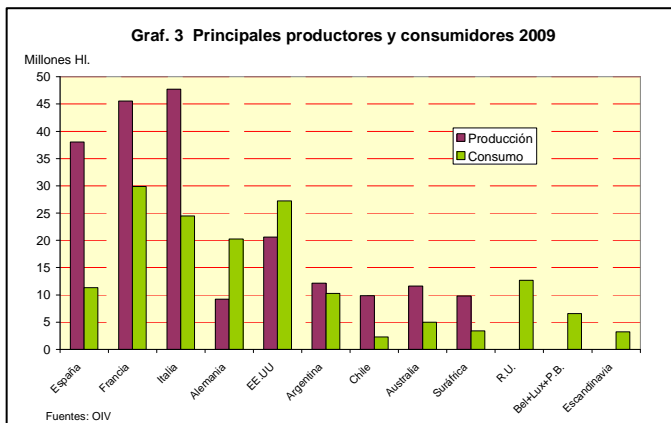
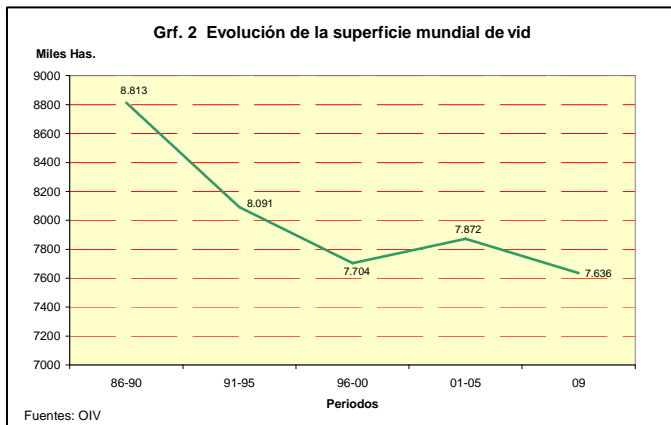
Contexto de la producción vitivinícola

La producción vitivinícola necesariamente debe ser contemplada en el contexto mundial, donde la superficie ha disminuido de forma considerable por una serie de factores que nos afectan a todos. Los cambios sociales producidos desde mediados del siglo pasado, han hecho que el vino dejara de ser un producto habitual de primera necesidad en los países productores, y se convirtiera en un producto relacionado con el hedonismo y las celebraciones, lo que ha motivado el

descenso cuantitativo del consumo pero, a cambio, ha aumentado la calidad y valor: ahora se bebe menos pero se paga más.

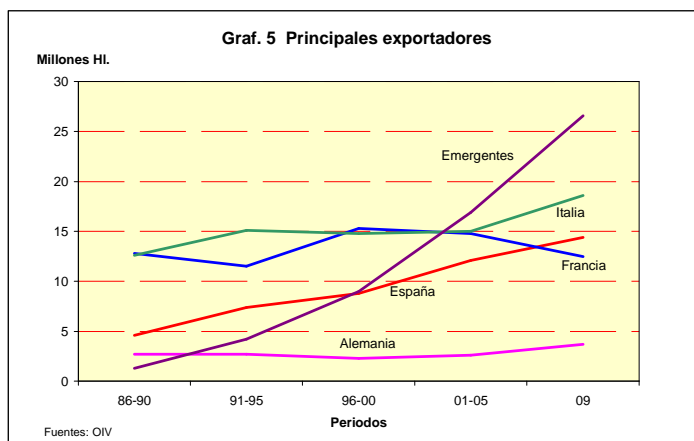
En contrapartida, fruto de los cambios sociales que se comentan, países sin tradición vitivinícola han incorporado últimamente esta bebida a sus hábitos, aunque sea de forma ocasional. Sin embargo, el balance resulta negativo y la superficie vitícola necesariamente tiene que disminuir. En el gráfico 3 se observa la producción y consumo de los principales países, observándose el bajo consumo de España, por debajo de Alemania, Reino Unido y Estados Unidos con muchísima menos tradición que nosotros respecto el consumo de vino. En el cuadro 1 se puede observar la evolución del consumo *per capita* de algunos países.

Otro fenómeno importante ha sido la aparición de nuevos países vitícolas, denominados hace 20 años “emergentes”, con un concepto más productivista y menos rural que, poco a poco, han ido restando espacio comercial al monopolio europeo. Además, la irrupción de estos países en los mercados internacionales, marcaron en la producción y comercio nuevas tendencias que arrastraron a los países tradicionales incapaces de



reaccionar actualizando su propio modelo.

Fruto de la incorporación de nuevos países consumidores, en los últimos 20 años casi se han duplicado las exportaciones en el mundo, pasando de 49,5 millones de Hl. a 86,1. España, por ejemplo, ha triplicado el volumen de ventas en el exterior entre el periodo 86-90 y el 2009, Francia se mantiene e Italia ha subido ligeramente, aunque Francia ocupa el primer lugar destacado en cuanto al valor de las ventas. En el gráfico 5 se aprecia la evolución de las exportaciones sobresaliendo el grupo de emergentes (Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile, Argentina y EE.UU), cuyas ventas conjuntas en 2009 representaron el 30,8 % del total exportado, frente al 3,1 % del periodo 86-90. Los cinco principales países productores de Europa en este periodo dominaban el mercado con el 78,8 % de las exportaciones y en 2009 habían bajado al 60 %, según datos de la OIV.



Las nuevas tendencias en la producción de vino que anteriormente se comenta, ha provocado un fenómeno previsto por los expertos que puede resultar beneficioso para los vinos de Aragón en su conjunto. A mediados de los años 80 del siglo pasado se difundió una corriente de opinión que relacionaba un número reducido de variedades de vid, con la idea de

modernidad e innovación en el vino. Con la ayuda de la teleserie Falcon Crest, variedades como Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay y otras, se convirtieron en panacea del futuro del sector vitivinícola en crisis, en detrimento de las variedades tradicionales que habían llegado a este estatus porque eran las mejor adaptadas al medio geográfico. En el cuadro 4 se puede observar la evolución de las variedades en Aragón por la influencia de esta idea.

En todo el mundo se empezó a plantar estas variedades cuyos nombres, además, servían para identificar a los vinos. La Estación de Viticultura y Enología de Aragón, actualmente integrada en el Centro de Transferencia Agroalimentaria del Departamento de Agricultura y Alimentación, siempre consideró que esta ideología productiva podría generar nuevos problemas cuando el vino de todo el mundo se hubiera unificado y hubiera que competir con el resto de países. Mientras tanto, este centro siguió trabajando con la variedad Garnacha, identificada con Aragón, y con otras autóctonas, con el objetivo de encontrar el modo de extraerles todo su potencial cualitativo.

Si bien hace 20 años representaba una oportunidad tener vino de estas variedades internacionales, con el tiempo, sobre todo en los mercados

exteriores, esto llegó a convertirse en criterio de uniformidad y, a comienzo de este siglo, Campo de Borja empezó a diferenciarse con la variedad Garnacha y con su perfecta simbiosis con el medio geográfico de su Denominación de Origen. En Somontano y Calatayud también sacaron vinos emblemáticos de esta variedad, hasta que el crítico influyente en todo el mundo, Robert Parker, la conoció y le dio una alta puntuación. Incluso, en una cata organizada en la Rioja en 2009 manifestó que en Aragón era donde la Garnacha conseguía la máxima expresión.

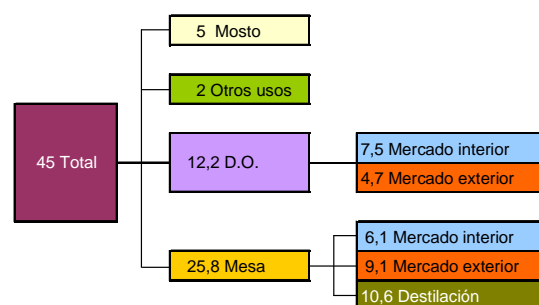
En la actualidad, algunos mercados están saturados de vinos de Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, etc, hasta el punto que algunas bodegas de Aragón han manifestado que no merece la pena salir al exterior con ellos por la fuerte competencia que ejercen otros países con costes de producción ínfimos. Australia, que en los últimos años se ha tomado como ejemplo de modernidad y referencia en la producción de vino, se está viendo abocada a dejar buena parte de la producción de uva sin vendimiar por falta de rentabilidad.

Frente a la competencia, los países “emergentes” han empezado a innovar a partir del modelo productivo tradicional europeo, basado en el vínculo del vino con el territorio de producción, conocido por la terminología vitivinícola como *terroir*. Este modelo, utilizado ya por los romanos, tiene un gran efecto de diferenciación comercial porque se trata de que la calidad del vino esté relacionado con el *terroir*; ya que como éste es único e irrepetible, el interés comercial no radica en la variedad que puede ser cultivada en cualquier parte del mundo, sino en el entorno geográfico donde se ha desarrollado la vid.

Ahora bien, para que este sistema tenga credibilidad necesita aplicar conocimientos geográficos en la producción vitícola, y acudir a una comunicación especializada capaz de transmitir estos valores.

En los años 80 y 90 la Unión Europea estimuló el abandono de viñedos para adecuar la oferta a la demanda. A finales de siglo el mercado de vino alcanzó un periodo álgido y la nueva OCM incorporó medidas de apoyo a la reestructuración de los viñedos, con concesión de cuotas de nuevas plantaciones. Pero de la euforia se pasó a la depresión y, de nuevo, se ha vuelto a aplicar estímulos para arrancar en la UE 150.000 has. de viñedos, de las cuales casi la mitad corresponden a España.

Destino de la producción vinícola española 2005 (Mill. Hl.)



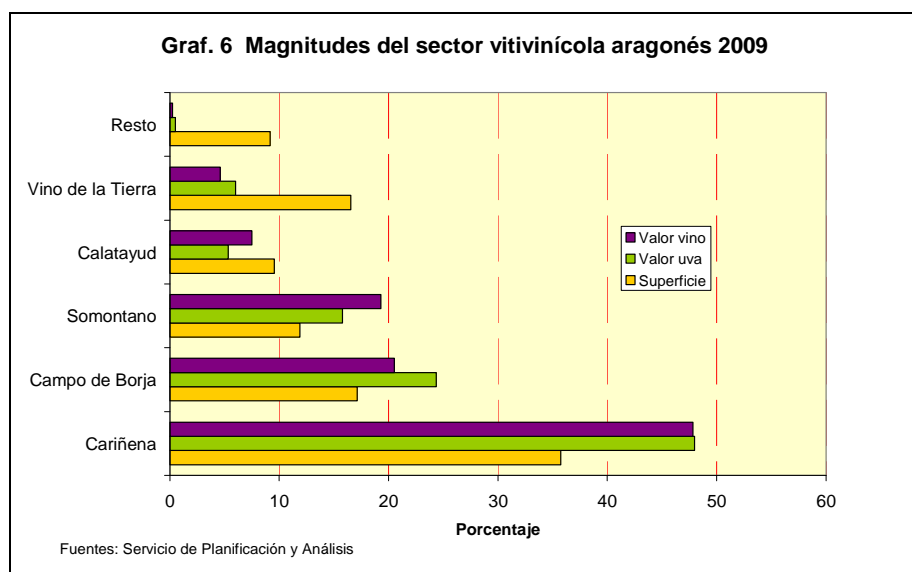
Fuentes: MARM. Estrategia vino 2010

Tipología de la producción

Frente a otras producciones agroalimentarias, el vino tiene la particularidad de ser un producto ligado al hedonismo que le permite usar, en muchos casos, criterios emocionales ajenos a la economía de escala propia del consumo de masas. En Aragón el 75 % de la superficie está amparada por alguna de las cuatro Denominaciones de Origen que producen el 95,7 % del valor del vino, prueba evidente de que la supervivencia del viñedo ha estado relacionado con la aplicación de políticas empresariales acordes con los mercados, que en este caso ha consistido en abandonar paulatinamente la producción destinada al comercio a granel, por la producción embotellada basada en la calidad. Las inversiones para la modernización anteriormente aludidas, mayoritariamente se han producido también en estas zonas.

El 16 % de la superficie vitícola corresponde a algunas de las Indicaciones Geográficas Protegidas reconocidas con la mención “Vino de la Tierra”, y tan sólo el 9 % de los viñedos permanece sin ningún indicativo geográfico porque se trata de cultivos marginales o para autoconsumo cuyas producciones no siempre se declaran. Dentro de los vinos de la tierra han surgido en los últimos años pequeñas bodegas con espíritu emprendedor que, aunque tengan pequeña incidencia en el conjunto de la producción aragonesa, permiten consolidar el asentamiento de familias en zonas con dificultades estructurales.

En el gráfico 6 se observa la participación en la superficie, valor de las uvas y valor del vino de cada una de las tipologías, sobre el total de Aragón.



El sector vitícola

Anteriormente se comenta el claro descenso de la superficie vitícola desde finales de la década de los años setenta del siglo pasado, pero este fenómeno está relacionado con la organización empresarial de las bodegas, de tal modo que mientras en las zonas más dinámicas la superficie se ha mantenido o ha aumentado, en las que no han evolucionado la pérdida de viñedos ha sido considerable. Así, el Somontano ha duplicado la superficie vitícola en los últimos 15 años y Calatayud la ha reducido a la mitad, sin contabilizar los últimos arranques de la campaña 2009-2010 que la han dejado con menos de 4.000 Has.

Además, las zonas de mayor vocación vitícola han reestructurado los viñedos, modificando el mapa varietal e incorporando nuevas formas de cultivo con la introducción del regadío y el sistema de formación en espaldera. El regadío y la espaldera han favorecido el aumento del rendimiento del cultivo y la mecanización, pero esto también ha traído algunos impactos que serán analizados más adelante.

Salvo en Calatayud, cuya producción ha descendido en los últimos diez años cerca del 30 %, en Cariñena y Campo de Borja han aumentado el 40 y el 55 % respectivamente manteniendo aproximadamente la misma superficie, y en Somontano ha crecido el 87 % por el aumento de la superficie.

2. Evolución de la producción de uvas

Tipología	Producción media uvas (Mil.Tm)		
	1995-2000	07-08-09	% variación
Cariñena	59,49	82,38	38,49
Campo de Borja	20,91	32,46	55,20
Somontano	10,25	19,18	87,04
Calatayud	18,99	13,54	-28,69
Total DO	109,65	147,56	34,58

Fuentes: Consejos Reguladores

En lo que respecta al rendimiento es necesario aclarar la aparente contradicción que aparece en Somontano. Se observa que el 27 % de la superficie es regadío y, a pesar de disponer de una climatología de las más favorables de la región, el rendimiento por hectárea es inferior a Cariñena y Campo de Borja. Esto se debe a que los datos que se manejan son los de las uvas transformadas en vino según declaraciones de las bodegas, pero no se contabiliza la producción que se quedó en los viñedos sin recolectar. También es de destacar que las bodegas aplican una política de calidad que prima la restricción en el rendimiento debido

a que, desde el punto de vista enológico, la productividad de las viñas y la calidad del vino suelen guardar una relación inversa.

3. Características del sector vitícola aragonés 2009

Tipología	Superficie (Has.)	Regadío (%)	Espaldera (%)	Rendto.uva (Tm/Ha)
Cariñena	14.486,01	25,58	43,60	5,43
Campo de Borja	6.937,58	30,50	51,54	4,23
Somontano	4.814,88	27,28	72,65	3,92
Calatayud	3.863,00	9,27	17,92	3,50
Total DO	30.101,47	25,29	47,90	4,90
Vino de la Tierra	6.704,28	19,91	26,70	2,51
Resto	3.721,98			0,39
Total Aragón	40.527,74	23,72	40,00	3,97

Fuentes: Registro Vitícola de Aragón

Los planes de reestructuración previstos en las OCM del vino tenían como principal objetivo adaptar la oferta a la demanda y, dado que en los últimos años parte del mercado del vino se ha guiado por una serie de variedades internacionales, la modernización de los viñedos ha llevado implícito la sustitución de variedades tradicionales por otras de más renombre internacional.

En los dos cuadros adjuntos se observa la importancia de las variedades en las cuatro Denominaciones de Origen. En el cuadro 4 se aprecia la evolución del porcentaje de producción, tomando como referencia la media de las declaraciones de las bodegas en dos cortos periodos de tiempo (1995-2000 y 2007-08-09). En el cuadro 5 se muestra la superficie de cada variedad según el Registro vitícola. La diferencias en cuanto al porcentaje se debe a las diferencias de rendimiento motivado por factores agronómicos y de las propias variedades.

4. Producción varietal, media por periodos en %

Variedad	Cariñena		Campo de Borja		Somontano		Calatayud	
	95-00	07-09	95-00	07-09	95-00	07-09	95-00	07-09
Macabeo	14,80	12,56	9,68	3,91	12,01	2,50	22,37	10,26
Chardonnay					9,05	11,87		
Gewurztraminer					1,82	4,18		
Garnacha t.	32,95	29,41	78,67	56,90	3,83	2,04	61,99	44,91
Tempranillo	25,65	27,54	9,79	14,60	26,03	13,45	4,75	27,57
Mazuela	4,82	5,83		0,53				
Cabernet S.	10,37	10,22		9,26	23,84	31,82		2,02
Syrah	5,68	8,05		7,98		5,01		8,86
Merlot	4,31	4,49		6,08	9,90	25,86		1,19
Otras	0,55	1,90	1,86	0,75	13,51	3,27	10,89	5,18
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuentes: Consejos Reguladores

5. Superficie vitícola por Denominaciones de Origen 2008

Variedades	Cariñena		Campo de Borja		Somontano		Calatayud	
	Hectáreas	%	Hectáreas	%	Hectáreas	%	Hectáreas	%
Macabeo	2.017,05	13,92	217,76	3,14	156,67	3,25	353,46	6,88
Chardonnay	136,44	0,94	79,80	1,15	523,23	10,87	8,29	0,16
Gewurztraminer		0,00	20,55	0,30	186,32	3,87		
Garnacha tinta.	4.675,92	32,28	4.024,23	58,01	316,47	6,57	3.453,97	67,20
Tempranillo	3.795,33	26,20	954,97	13,77	681,20	14,15	787,59	15,32
Mazuela	699,49	4,83	30,28	0,44				
Cabernet Sauvignon	1.572,95	10,86	586,84	8,46	1.404,90	29,18	64,87	1,26
Syrah	844,48	5,83	593,89	8,56	219,79	4,57	328,45	6,39
Merlot	648,29	4,48	429,20	6,19	1.132,03	23,51	50,21	0,98
Otras	96,07	0,66		0,00	193,84	4,03	93,19	1,81
Total	14.486,01	100,00	6.937,52	100,00	4.814,44	100,00	5.140,03	100,00

Fuentes: Registro Vitícola de Aragón

El sector vinícola

A raíz de las últimas reestructuraciones, aunque se ha perdido superficie vitícola en Aragón, la producción de vino se ha mantenido estable en torno a 1,3 millones de Hl. Al hablar de la viticultura ya se ha comentado este fenómeno. A partir de las cosechas de uva y de las declaraciones de las bodegas hemos conocido la producción total de vino. Después, con la información de los Consejos Reguladores sobre el volumen con D.O. comercializado en botella, y el vino destilado, hemos deducido el excedente que se tiene que comercializar a granel o conservar almacenado ante posibles eventualidades en la cosecha siguiente.

Lo más relevante de esta información es el progresivo aumento de las ventas de vino embotellado gracias, principalmente, a la expansión en los mercados exteriores, donde los criterios comerciales relacionados con la calidad y el precio tienen más incidencia que en el mercado interior, que habitualmente tiene más en cuenta el grado de conocimiento y prestigio de los vinos.

6. Producción de vino con D.O.

D.O.	Tipo de vino	Volumen de vino (Miles de Hl)			
		1995-00	2007	2008	2009
Cariñena	Total vino	450,41	696,71	503,88	739,88
	D.O.Botella	112,44	276,66	323,00	384,49
	Mesa	337,98	420,05	180,88	355,39
	Destilación			76,30	77,25
	% embotellado	24,96	39,71	64,10	51,97
Campo de Borja	Total vino	122,01	296,07	207,53	226,72
	D.O.Botella	51,22	136,77	144,48	137,44
	Mesa	70,79	159,30	44,02	76,91
	Destilación			19,04	12,38
	% embotellado	41,98	46,20	69,62	60,62
Somontano	Total vino	82,06	176,20	123,10	132,22
	D.O.Botella	59,37	109,20	114,38	93,45
	Mesa	22,69	67,00	8,60	38,77
	Destilación			0,12	0,00
	% embotellado	72,35	61,97	92,91	70,68
Calatayud	Total vino	142,44	147,64	60,40	102,37
	D.O.Botella	39,49	40,46	35,69	42,92
	Mesa	102,95	107,17	6,33	41,06
	Destilación			13,66	18,38
	% embotellado	27,73	27,41	59,08	41,93

Fuentes: Consejos Reguladores

En Cariñena y Calatayud se aprecia un aumento de las ventas en 2009 con relación al año anterior, mientras que en Campo de Borja y Somontano descendieron ligeramente. En Calatayud curiosamente el aumento se ha debido a las ventas en el difícil mercado interior, cuando el resto de denominaciones han padecido los efectos de la crisis económica disminuyendo las cifras en este mercado. Somontano precisamente vendió en 2009 del orden de 2,5 millones de botellas menos que en el año anterior debido a que el 75 % de su mercado lo tiene en el segmento medio-alto de España.

Alemania y Reino Unido adquieren el 60 % de las exportaciones de Cariñena, Estados Unidos el 50 % de Campo de Borja y Calatayud, y Holanda y Bélgica cerca del 50 % de Somontano. En estos momentos el mercado de Estados Unidos es el más atractivo para los vinos de Garnacha por el valor que adquieren y porque este país marca tendencias en el mercado internacional.

7. Mercado del vino con D.O.

D.O.	Comercio del vino embotellado	Volumen de vino (Miles de HI)			
		1995-00	2007	2008	2009
Cariñena	Mercado interior	60,40	114,40	154,14	134,60
	Mercado exterior	52,04	162,26	168,86	249,88
	Total	112,44	276,66	323,00	384,49
	% Exterior	46,28	58,65	52,28	64,99
Campo de Borja	Mercado interior	27,76	50,07	51,01	44,62
	Mercado exterior	23,46	86,70	93,47	92,82
	Total	51,22	136,77	144,48	137,44
	% Exterior	45,80	63,39	64,69	67,54
Somontano	Mercado interior	41,50	83,48	88,12	69,53
	Mercado exterior	17,87	25,72	26,26	23,92
	Total	59,37	109,20	114,38	93,45
	% Exterior	30,11	23,55	22,96	25,60
Calatayud	Mercado interior	26,29	7,48	7,05	19,99
	Mercado exterior	13,20	32,98	28,63	22,94
	Total	39,49	40,46	35,69	42,92
	% Exterior	33,42	81,52	80,23	53,43

Fuentes: Consejos Reguladores

8. Principales países importadores de vinos de Aragón (En miles de HI)

Cariñena

Principales países	2007	2008	2009
Alemania	80,21	73,13	75,07
R.U.	15,44	24,60	73,56
Francia	19,55		
Canadá		11,79	
USA			15,20
Total parcial	115,20	109,51	163,82
Total exportado	162,26	168,86	249,88
% s/total exportado	70,99	64,85	65,56

Campo de Borja

Principales países	2007	2008	2009
Alemania	13,02	3,50	3,62
Holanda	15,95	15,33	16,31
R.U.	26,40	36,48	30,05
USA	18,40	17,07	18,46
Canada	5,65	11,43	10,26
Total parcial	79,42	83,80	78,71
Total exportado	86,70	93,47	92,82
% s/total exportado	91,60	89,66	84,80

Somontano

Principales países	2009
Holanda	6,04
Bélgica	5,16
Alemania	2,96
Suiza	2,04
México	1,56
Suecia	1,11
Total parcial	18,87
Total exportado	23,92
% s/total exportado	78,88

Calatayud

Principales países	2007	2008	2009
Alemania	3,24	3,02	3,36
R.U.	6,42	2,22	0,96
USA	12,93	15,52	12,88
Holanda	2,14	0,86	1,17
Bélgica	2,14	1,62	1,37
Total parcial	26,88	23,24	19,74
Total exportado	32,98	28,63	22,94
% s/total exportado	81,48	81,15	86,06

Fuentes: Consejos Reguladores

Valor económico de la producción

Salvo en Somontano, el mercado de uvas es prácticamente inexistente porque los propios viticultores son productores de vino, bien como bodegas individuales, bien asociados en cooperativas en cuyo caso sus ingresos económicos son, en función de las uvas entregadas, el resultante de la liquidación de las bodegas tras la venta del vino. Por ello, para calcular el valor de la producción de uvas nos hemos informado de los precios de liquidación de las bodegas y de los contratos de suministro establecidos entre viticultores y algunas bodegas del Somontano.

En esta prospección hemos encontrado dentro de la misma zona, bodegas que han liquidado las uvas a una media próxima a los 0,5 €/Kg. y otras a 0,15; incluso hay algún caso que no han hecho ninguna liquidación en los tres últimos años. Es también habitual que las mismas bodegas tengan un abanico amplio de precios de la uva, en función de parámetros de calidad relacionados con el precio del vino, lo cual estimula a los viticultores a integrarse en la política de calidad de las empresas. Así, un mismo viticultor puede recibir por unas partidas de uvas 1 €/Kg. y por otras partidas 0,15 ó 0,20 €.

Con estos cálculos, el resultado estimado del valor de las uvas producidas en Aragón en 2009 ha sido de 44,66 millones de €.

En el caso del valor del vino embotellado el cálculo ha sido más complejo porque existen numerosos factores que hacen fluctuar los precios. Incluso el mismo producto puede ser vendido a precios diferentes según el momento y la negociación con los clientes. Nos hemos encontrado también con informaciones incoherentes según procedían del vendedor o del comprador, pero a partir de datos reales sobre facturación y ventas de algunas bodegas, y de conversaciones con profesionales del mercado del vino, se ha podido cruzar la información disponible hasta llegar a valorar el vino de cada tipología.

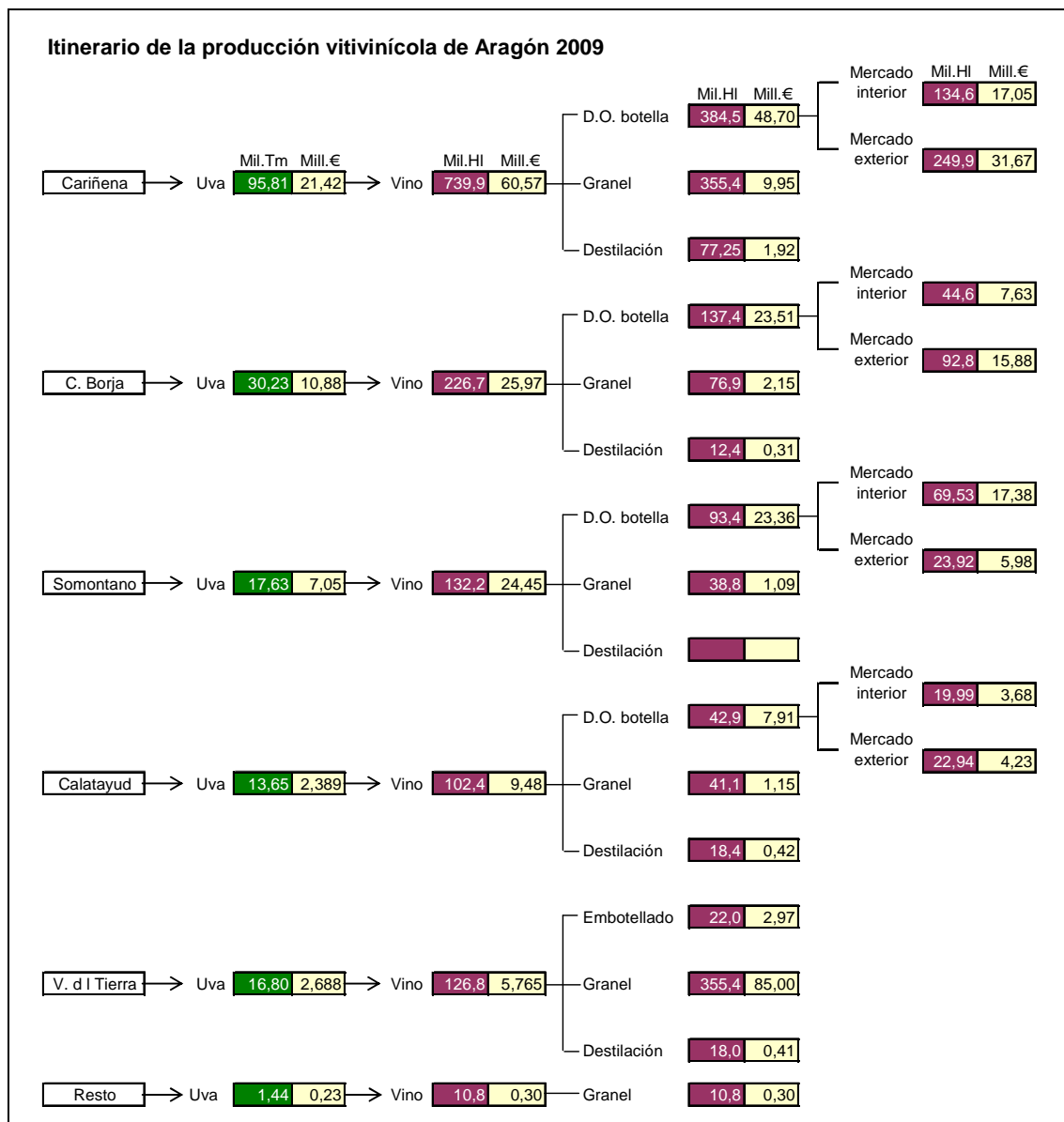
9. Datos económicos del sector vitivinícola aragonés 2009

Tipología	Superficie (Has.)	Valor produc. (Millo. €)		€/Ha (Uva)	€/Ha (Vino)
		Uva	Vino		
Cariñena	14.486,01	21,42	60,57	1.478,60	4.181,33
Campo de Borja	6.937,58	10,88	25,97	1.568,65	3.743,97
Somontano	4.814,88	7,05	24,45	1.464,55	5.077,55
Calatayud	3.863,00	2,39	9,48	618,63	2.454,52
Total DO	30.101,47	41,74	120,47	1.386,74	4.002,28
Vino de la Tierra	6.704,28	2,69	5,85	401,04	873,17
Resto	3.721,98	0,23	0,30	61,83	81,15
Total Aragón	40.527,74	44,66	126,63	1.102,01	3.124,54
% DO/ sobre total	74,27	93,46	95,14		

Fuentes: Elaboración propia

En cuanto al vino comercializado a granel el cálculo es más sencillo porque su precio en hectógrados lo marca el mercado. En 2009 este mercado se ha hundido estrepitosamente, lo que ha llevado a solicitar el arranque de viñedos y la destilación, para adecuar la oferta a la demanda. El precio medio ha estado en torno a 2 € el hectógrado, lo que significa que un litro de vino de 14 grados se ha pagado a 0,28 €.

El valor total del vino producido a la salida de las bodegas ha alcanzado en 2009 la cifra de 126,6 millones de €.



Análisis de la información

Las D.O. ocupan el 75 % de los viñedos de la región y producen el 93,5 % de los ingresos por la venta de las uvas y el 95,5 % del vino. El valor de estos productos y la superficie vitícola, nos indican la productividad económica de las hectáreas según el valor de las uvas y del vino. Esta información nos descubre que las viñas de Campo de Borja son las que más ingresos proporcionan desde el punto de vista del viticultor, y las de Somontano desde el de la comercialización del vino.

El cociente entre el valor de las uvas y el del vino indica el coste proporcional de la uva en el proceso productivo. Si se observa el cuadro 10 se ve que Campo de Borja, en el conjunto de la Denominación de Origen, destina el 42 % de la facturación de las bodegas a pagar las uvas, mientras que en Cariñena es el 35 % y en Somontano y Calatayud el 29 y 25 % respectivamente.

Estos datos, sin considerar aspectos de tipo especulativo porque ya se ha visto que el fin de las bodegas cooperativas es revertir el valor del vino a los socios a través del precio de las uvas, son poco informativos porque un porcentaje alto puede ser debido a que el valor del vino ha sido bajo, o que la gestión ha sido eficiente con pocas amortizaciones y bajos costes, con lo que las bodegas pueden destinar proporcionalmente una mayor cuantía a pagar las uvas.

En cambio, un porcentaje bajo puede ser causado por la comercialización del vino en segmentos de precios más altos, caso de Somontano, lo que conlleva también unos mayores costes de producción y, aun siendo el valor de las uvas alto, la distancia con el del vino es grande. También puede ocurrir que las bodegas tengan una gestión menos eficiente y los altos costes les dejen poco margen para liquidar las uvas, como ha ocurrido en Calatayud donde algo más de un tercio de la producción no se ha pagado a los viticultores.

El cociente inverso entre el valor del vino y el de la uva nos indica el valor añadido que se ha obtenido con la transformación las uvas en vino, pero como se ha explicado, desde el punto de vista del viticultor esta cifra no muestra aspectos de tipo cualitativo relacionados con el precio unitario de su producto. Para que esta cifra fuera un indicador del valor añadido que genera la producción de vino, habría que partir de un precio de la uva común para todas D.O.

Los ingresos de los viticultores están condicionados por el precio de la uva y por los rendimientos de las viñas, por eso, al relacionar los ingresos por hectárea con el rendimiento, nos da una cifra que tiene mucho que ver con la dinámica empresarial, puesto que indica el valor de la tonelada de uvas en función del precio percibido por los agricultores y del valor del vino vendido.

En el cuadro 10 se observa que de las cuatro D.O. desde el punto de vista proporcional Campo de Borja obtiene el menor valor añadido de las uvas (2,39), Somontano y Calatayud el mayor (3,47 y 3,97), y

Cariñena se sitúa en un punto intermedio (2,83). Pero si además del valor de las producciones se tiene en cuenta el rendimiento, se ve que en Campo de Borja y Somontano es donde mayor ha sido el precio medio de las uvas y en Calatayud donde ha sido más bajo a causa de los impagos de algunas bodegas; En cambio, los ingresos medios por hectárea de Cariñena son similares a los de Somontano por tener las viñas unos rendimientos más altos (cuadro 9). De estas cifras se deduce que, siempre que el vino se pueda vender, los ingresos pueden mejorar aumentando los rendimientos o aumentando el precio de venta manteniendo la producción.

10. Indicadores del sector vitivinícola de Aragón 2009

Tipología	Uva/vino (€)	Vino/uva (€)	Según Rendto. (en €/Tm)		Vino €/Hl.
			Uva	Vino	
Cariñena	0,35	2,83	272,30	770,04	102,67
Campo de Borja	0,42	2,39	370,84	885,10	118,01
Somontano	0,29	3,47	373,61	1.295,29	172,71
Calatayud	0,25	3,97	176,75	701,29	93,51
Total DO	0,35	2,89	283,01	816,79	108,91
Vino de la Tierra	0,46	2,18	159,78	347,88	46,38
Resto	0,76	1,31	158,53	208,07	27,74
Total Aragón	0,35	2,84	277,58	787,04	104,94

Fuentes: Elaboración propia

Otro indicador del sistema productivo es el rendimiento en €/Tm. de uvas considerando el valor del vino, porque expresa el precio medio al que se ha vendido éste (una Tm. de uva produce 750 litros de vino). Así, mientras en Cariñena el vino producido con una tonelada de uvas ha generado cerca de 780 €, en Borja han sido 885 €, en Somontano 1.295 €, y en Calatayud 701, aunque los ingresos de las hectáreas de Cariñena casi duplican a los de Calatayud por su mayor productividad y precio. Obsérvese también las destacadas diferencias entre las denominaciones de origen y el vino de mesa, incluido el Vino de la Tierra.

Se podría decir que desde el punto de vista del viticultor la eficiencia del sistema es igual en Campo de Borja que en Somontano, sin embargo no es así desde una perspectiva general de la economía, porque si bien es cierto que el fundamento de las bodegas cooperativas es liquidar las uvas a los viticultores al mayor precio posible, y el de las bodegas particulares con viñedos propios obtener los máximos beneficios empresariales del conjunto de la actividad, el valor añadido que se genera con procesos productivos y comerciales más complejos permite activar la economía en otros sectores convergentes. Las bodegas aragonesas ocupan a unos mil trabajadores

Se observa que en Cariñena el precio medio de las uvas ha sido de 0,27 €/Kg, pero mientras casi la mitad de la producción se ha liquidado a 0,15

€, dos grandes cooperativas que producen alrededor del 40 % las han pagado en torno a 0,40 €.

Visto el valor que perciben los agricultores por la uva, es necesario conocer los costes de producción para ver la rentabilidad del cultivo. Tomando como referencia el análisis económico de los sistemas de producción elaborado por el MARM, referido al cultivo de la vid en Aragón en 2008, se puede deducir el margen bruto y el beneficio empresarial, considerando los costes calculados a partir de encuestas y los rendimientos en €/Ha.

Si partimos de los ingresos medios de Cariñena en 2009 (Cuadro 9) - similares a los de Somontano- valorados en 1.699 €/Ha en concepto de uvas (1.478 €/Ha) y de subvenciones e indemnizaciones de 2008 (221 €/Ha), se deduce un margen bruto de 840 €/Ha y unas pérdidas globales de 280,5 €/Ha si se consideran los costes indirectos y las amortizaciones. Ahora bien, si tenemos en cuenta los casos en que las uvas se pagan a 0,15 €/Kg, el margen bruto se queda en 124,14 €/Ha y las pérdidas en 978, mientras que a 0,35 €/Kg el margen bruto es 1.182 €/Ha con un beneficio de 61,5 €/Ha. (Cuadro 11)

Estos mismos datos aplicados a Campo de Borja proporcionan un margen bruto medio de 930 €/Ha y unas pérdidas por hectárea de 190€; sin embargo, sobre todo en los viñedos viejos, no se suele contabilizar los costes indirectos (mano de obra familiar, renta de la tierra, etc.) ni las amortizaciones, y los costes directos suelen resultar inferiores a los indicados, por ello el margen bruto se toma como ingreso neto.

11. Economía de la vid 2009

Cariñena		Campo de Borja	
	€/Ha		€/Ha
Producto bruto (1)	1.700,54	Producto bruto (1)	1.790,59
Costes directos (2)	425,72	Costes directos (2)	425,72
Maquinaria+mano obra asal. (3)	434,08	Maquinaria+mano obra asal. (3)	434,08
Margen bruto (4)=(1)-(2)-(3)	840,74	Margen bruto (4)=(1)-(2)-(3)	930,79
Costes indirectos (5)	915,35	Costes indirectos (5)	915,35
Amortizaciones (6)	205,25	Amortizaciones (6)	205,25
Beneficio (7)=(4)-(5)-(6)	-279,86	Beneficio (7)=(4)-(5)-(6)	-189,81

Fuentes: Análisis de la Economía de los Sistemas de Producción, MARM

No obstante, las cifras medias sólo nos reflejan una realidad global de un determinado territorio. Las encuestas del MARM se han realizado en explotaciones con una superficie media de viñedo de 9,6 Has y un rendimiento de 4.513 Kg./Ha, pero hay parcelas que con doble rendimiento a 0,15 €/Kg. producen menos ingresos que algunas viñas con la mitad de uvas que se pagan a 1 €/Kg. con la particularidad que sus costes de producción son inferiores.

La peculiaridad del sistema vitícola radica, precisamente, en su diversidad, frente a otros sectores más estandarizados y cerrados sin posibilidad de recorrido. En los mercados podemos encontrarnos con vinos a 1-2 € la botella, y botellas a 10, 20, 30 y más euros, aunque el volumen consumido es muy superior en el segmento primero que en los siguientes, pero siempre existe la posibilidad de mejorar los ingresos haciendo productos de más valor, algo que es impensable con la leche, el maíz e incluso con el vino de mesa comercializado a granel.

En años anteriores, cuando la mayor parte del vino se vendía a granel con escasas posibilidades de salir del precio del mercado, la manera de mejorar los ingresos era aumentando los rendimientos de las viñas mediante el regadío. En cambio ahora, estos vinos se han convertido en una rémora de muchas bodegas, y sólo las empresas que se han adaptado a los nuevos mercados aplicando una gestión eficaz podrán sobrevivir.

Particularidades de las D.O.

Como se ha visto, las cuatro denominaciones de origen representan el 95 % del sector vitivinícola. En los vinos de la tierra sólo la zona del Cinca tiene cierta entidad por la existencia de una importante bodega. El resto de bodegas tienen un carácter familiar con escaso peso en la producción aragonesa, aunque a escala individual ejercen un papel considerable. Por ello únicamente vamos a ocuparnos de las denominaciones de origen.

Cariñena es la zona de mayor productividad y, como se ha comentado en referencia a Aragón, a pesar del rápido crecimiento del vino embotellado, el 48 % de su producción de 2009 aún se comercializa a granel proporcionando el 13 % de los ingresos. En los últimos 15 años se incrementaron las ventas embotelladas un 242 %, pero el vino a granel en 2009 fue similar a la media del periodo 1995-2000.

En conjunto los vinos embotellados se mueven en el segmento *Basic*, en torno a un € la botella e incluso inferior y, aunque algunas cooperativas liquidan las uvas por encima del 0,3 €/Kg., la mayor empresa, constituida por varias cooperativas y liderada por el Instituto Aragonés de Fomento, el precio que paga por las uvas es insostenible para los viticultores. Dos cooperativas que durante varios años estuvieron unidas, ahora se han disgregado y se espera que este año los agricultores no cobren las uvas.

El aumento de la producción por el rejuvenecimiento de los viñedos y la implantación del regadío, hace que la principal preocupación sea dar salida al gran volumen producido. En general Cariñena es conocida en España y tiene una imagen que no se vincula con los vinos de mayor prestigio.

Campo de Borja ha optado por la Garnacha y por el territorio como imagen, con buenos resultados. Junto con Somontano, las uvas las liquida al mejor precio medio de Aragón. En los últimos 15 años ha aumentado las ventas embotelladas un 168 %, y el 34 % de la producción de 2009 lo comercializa a granel proporcionando el 7 % de los ingresos totales. Las cooperativas están agrupadas en dos sociedades que aplican políticas de calidad, asumidas por los viticultores.

En Estados Unidos tiene grandes expectativas de crecimiento y las bodegas tienen claro que deben continuar con la Garnacha como idea-fuerza. Cerca del 9 % del vino embotellado se comercializa en el segmento *Premium* por encima de 6 €/botella.

Somontano ha estado en los últimos años en el grupo de las tres zonas de mayor prestigio de España. Esto actuó de reclamo de inversores y, en poco tiempo, ha pasado de tener media docena de bodegas a más de 30, con su correspondiente incremento de las plantaciones. Sin embargo, en algunas bodegas de gran dimensión recientemente constituidas ligadas a sectores ajenos al vino y sin una implantación consolidada en los mercados, la crisis les ha aparecido en el peor momento afectándoles más severamente.

El rápido crecimiento de la producción a causa del éxito de la D.O. Somontano, pone en evidencia la teoría sobre los rendimientos decrecientes. Últimamente ha perdido presencia en los medios por factores empresariales ajenos al vino y los medios especializados están empezando a cuestionar el dinamismo que le caracterizó. En el Dominical de El Periódico del 9 de mayo de 2010 se podía leer al crítico Quim Vila: “(...) una comarca que ha pasado del éxito fulgurante a una etapa de letargo y de indefinición”. Es posible también que la imagen construida a partir de las variedades internacionales se empiece a agotar. En cualquier caso debería enderezar el rumbo a partir de una imagen diferenciadora, más unida al territorio que a las variedades que cultivan en todo el mundo, para recuperar el éxito que le ha caracterizado.

Calatayud es una D.O. que desde su reconocimiento hace 20 años ha perdido casi el 70 % de la superficie vitícola, y las expectativas son poco optimistas. El principal problema ha sido la falta de liderazgo empresarial agravado por una población agraria muy envejecida. En 1997 se constituyó una sociedad a partir de la unión de tres cooperativas, varias entidades de ahorro y el IAF, con el objetivo de crear una empresa motor de la D.O. como ya se había hecho en Somontano, Campo de Borja y Cariñena. Esta sociedad padeció una nefasta gestión con la anuencia del consejo de administración que no detectó el hundimiento a que se veía abocada la empresa.

En la actualidad, las tres cooperativas asociadas han vuelto a la situación anterior a 1997 pero con mayores deudas, una de ellas, incluso, en concurso de acreedores, con lo cual los viticultores llevan varios años sin cobrar las uvas. Algo similar le ha ocurrido a otra cooperativa, y la única esperanza que le queda a un gran número de agricultores es abandonar las viñas.

En 2006 el Departamento de Agricultura y Alimentación encargó al CITA la elaboración de un Plan estratégico para la comercialización del vino de esta D.O. pero la situación interna de las empresas es tan precaria que imposibilita poner en marcha las acciones que harían posible alcanzar los objetivos.

No obstante, las condiciones para obtener vinos de alta calidad son óptimas, con predominio de la variedad Garnacha en plantaciones de más de 40 años, situadas a una altitud que garantiza una maduración lenta sin el impacto negativo de las altas temperaturas. Últimamente se ha iniciado un proyecto liderado por el principal importador en EE.UU de vinos españoles, pensado para obtener vinos de alta gama, pero la mayor parte de las cooperativas se encuentran en una mala situación, sin expectativas de futuro. El importador americano en el primer cuatrimestre del 2010 había superado las ventas totales del año anterior, y algo similar le ha ocurrido a una cooperativa, lo que pone en evidencia la potencialidad de la zona.

Dadas las posibilidades enológicas de la zona y la buena acogida de los vinos de Garnacha, el abandono de viñedos supone la pérdida de un

potencial de difícil recuperación. El empobrecimiento padecido en los últimos años y la incapacidad del propio sector para gestionar el desarrollo, posiblemente haga necesario, más que en ningún sitio, el apoyo de las instituciones públicas, pero no sólo en lo que se refiere a apoyo económico sino a técnico y de gestión, incidiendo especialmente en los aspectos formativos de la población.

Resumen

De la información obtenida en el estudio del Servicio de Planificación y Análisis, se deducen algunos aspectos que explican el estado actual del sector vitivinícola aragonés:

- La producción de uva carece de interés económico, si no va unida a la producción de vino con capacidad para crear valor añadido. En Aragón aproximadamente la mitad de la producción de vino se comercializa a granel, con escaso valor añadido. Este volumen sólo aporta el 13 % de los ingresos totales. Por tanto, la única fórmula para hacer sostenible el cultivo de la vid es entrar en el mercado del vino de calidad.
- El mercado es una cuestión de oferta-demanda con sus propias reglas que, casi siempre, pone en evidencia que a partir de un punto de inflexión en el crecimiento de la producción, la renta disminuye. Es lo que en Economía se conoce como ley de los rendimientos decrecientes. Este fenómeno ha podido ser una de las causas en la bajada de los precios del vino, tras los buenos precios alcanzados a final de la década anterior. España ha aumentado la producción en los últimos diez años cerca de 10 millones de Hl.
- El mercado del vino de mayor valor añadido es muy restrictivo y exige una gran especialización técnica y empresarial. En este caso lo más sencillo, aún sin serlo, es la producción, y lo más complejo la acción empresarial a partir de una política definida y consolidada.
- El modelo comercial implantado hace una treintena de años, basado en el protagonismo de una serie de variedades comunes en todas las partes, ha perdido interés en los mercados internacionales por la competencia existente. El precio de estos vinos a la salida de bodega suele alcanzar cifras inferiores a un euro la botella.
- En la actualidad se está produciendo un renacimiento del interés por el medio geográfico de la vid como elemento de diferenciación del vino, sobre todo en el de mayor valor añadido. Esto favorece a las zonas que han conservado sus valores autóctonos y cuentan con especialización técnica y empresarial.
- No se puede hablar de sistema productivo y comercial único porque cada bodega tiene sus propias particularidades. La principal preocupación de las grandes bodegas es dar salida a su alta producción, para lo cual tienen que acudir a mercados masivos con precios competitivos. Las pequeñas bodegas tienen mayor margen de

maniobra a la hora de abordar una producción de mayor valor añadido.

- El valor de los vinos obedece a factores medibles del producto, y a factores emocionales intangibles que conforman el precio que están dispuestos a pagar los consumidores. Y, lo mismo que la calidad analítica se construye desde la viña, los valores emocionales también se crean a través de la acción empresarial. El respeto al medio ambiente, los valores paisajístico y culturales de las zonas de viñedos, la trazabilidad, la vinculación del producto con la zona de producción, son algunos de los valores que conforman el “factor emocional” cuando van unidos a una presentación atractiva y a una política de comunicación clara y que, todavía, están poco explotados.
- Es posible que nos estemos acercando a una nueva revolución tras la última de los años 80 del siglo pasado, asentada en criterios “varietales” y en infraestructuras tecnológicas de la producción. La nueva revolución probablemente sea la del conocimiento y del terroir, para lo cual sería necesario crear los medios de investigación y formativos necesarios que permitieran a los profesionales adaptarse a las nuevas necesidades.

ANEXOS

