

# Producción y exportación de vino en España: El caso de Castilla y León

**JUAN JOSÉ JUSTE CARRIÓN**

*Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Avda. del Valle Esgueva, 6, 47011 Valladolid, España. E-mail: juste@eco.uva.es*

## RESUMEN

La industria agroalimentaria (IAA) constituye una de las principales ramas del sector manufacturero en Castilla y León y en España y una de las actividades que mejor comportamiento ha venido registrando en estos últimos años de dura crisis económica. Tales circunstancias confieren a este sector la condición de importante motor de desarrollo económico territorial. Dentro de la IAA, el subsector del vino ha experimentado un considerable dinamismo, hasta colocar a España como principal país exportador a nivel mundial. El objetivo fundamental del presente trabajo es reflejar la andadura del subsector vinícola en la región de Castilla y León, con particular referencia a su actividad exportadora. Para ello, se examinará la posición de la industria española del vino a escala mundial, su relevancia en el contexto agroalimentario nacional y su comportamiento en los últimos años. Después, se analizará el caso particular de esta rama manufacturera en Castilla y León, haciendo hincapié en sus potencialidades como vehículo de internacionalización, merced a la creciente exportación, y como elemento de desarrollo local/rural.

*Palabras clave:* Industria vinícola, exportaciones, industria agroalimentaria, territorio, desarrollo local/rural.

## Spains's Wine Production and Exports: The Case of Castile and Leon

### ABSTRACT

The agrofood industry (AFI) is one of the main branches of the manufacturing sector in Castile and Leon and Spain and one of the best performing activities in recent years of severe economic crisis. In these circumstances this industry appears as an important factor for territorial economic development. Within the AFI, the wine subsector has experienced considerable dynamism, placing Spain as the main exporting country worldwide in volume. The main objective of this work is to analyze the evolution of the wine subsector in the region of Castile and Leon, with particular reference to its export activity. In order to achieve this purpose, the position of the Spanish wine industry at the global level, its relevance in the national agrofood context and its performance in recent years are examined. After that, the particular case of this manufacturing sector in Castile and Leon will be analyzed, emphasizing its potential as a vehicle for both internationalization, thanks to the increasing export, and local/rural development.

*Keywords:* Wine Industry, Exports, Agrofood Industry, Territory, Local/Rural Development.

Clasificación JEL: L66, O18, R10, R50

---

Artículo recibido en octubre de 2016 y aceptado en diciembre de 2016

Artículo disponible en versión electrónica en la página [www.revista-eea.net](http://www.revista-eea.net), ref. e-35109

ISSN 1697-5731 (online) – ISSN 1133-3197 (print)

## 1. INTRODUCCIÓN

La industria agroalimentaria (IAA) constituye una de las principales ramas del tejido industrial español, tanto en términos de VAB y producción, como de empleo. Con todo, su relevancia resulta dispar en la geografía nacional, alcanzando una especial significación determinadas regiones, como Andalucía, Cataluña y también Castilla y León, en la cual el sector, a la vez que pilar básico de crecimiento manufacturero, aparece como inestimable elemento de desarrollo territorial, al sustentar múltiples procesos de desarrollo rural/local en curso.

Dentro de la IAA, un subsector estratégico por excelencia es, sin duda, el vinícola, cuyo notable dinamismo en los últimos años, a escala regional y nacional, ha situado a España a la cabeza del ranking de países exportadores. Algunas regiones, como Castilla-La Mancha, La Rioja, Cataluña, la Comunidad Valenciana, el País Vasco o Castilla y León vienen contribuyendo a ello de manera especialmente intensa, con una creciente orientación de sus ventas hacia el exterior.

El objetivo fundamental del presente trabajo es analizar el comportamiento reciente de dicho subsector en España y, sobre todo, en Castilla y León, con particular referencia a su actividad exportadora.

Para ello, en primer lugar, se mostrará como telón de fondo, la posición de la industria vinícola española en el contexto mundial. En segundo lugar, se examinará su situación actual en términos de producción, consumo y exportación, tomando como punto de partida su considerable peso dentro de la IAA nacional, avalado por la importancia económica y social de la vitivinicultura y su amplia dispersión geográfica, con presencia en numerosos núcleos de población rurales, algunos de los cuales configuran sistemas productivos locales (SPL), a menudo ligados a la producción de vinos de calidad con fuerte vinculación al territorio. En tercer lugar, se analizará el caso particular de esta rama manufacturera en Castilla y León, haciendo hincapié en su potencial como motor de internacionalización, merced a la creciente actividad exportadora, y como instrumento de desarrollo local/rural, con especial proyección en algunos sistemas productivos locales agroalimentarios (SPLA) de la región. El trabajo se cerrará con una serie de conclusiones y consideraciones finales relativas al futuro del sector.

La información estadística utilizada procede, esencialmente, del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV), del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) y de la *Encuesta Industrial de Empresas* del INE.

## 2. LA INDUSTRIA DEL VINO EN ESPAÑA

La tradición vitivinícola hunde sus raíces en el pasado más remoto de la Europa Mediterránea, convirtiendo al vino en parte integral de su cultura

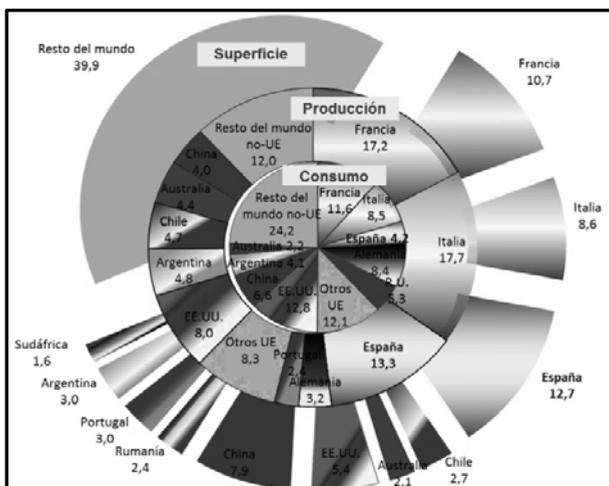
alimentaria (Unwin, 2001; Sánchez Hernández, 2014; Fernández y Pinilla, 2014). España, constituye desde hace mucho tiempo, junto a Francia e Italia, uno de los principales países productores de vino a escala mundial y, en los últimos años, uno de los mayores exportadores. En aras de mostrar la gran importancia económica de esta actividad, a continuación se muestra su posición general dentro del contexto internacional, así como su peso dentro del contexto de la IAA nacional, y se identifican sus principales rasgos en relación con variables como la producción, el consumo y la actividad exportadora.

### 2.1. La industria vitivinícola española en el contexto internacional

La industria vitivinícola española ocupa una privilegiada posición a escala mundial. Así queda reflejado en la Figura 1, de cuya observación cabe destacar, con datos de 2015, tres aspectos:

- La gran extensión de terreno dedicado al cultivo de la vid, como materia prima. No en vano, con cerca de un millón de hectáreas de cultivo, repartidas por toda la geografía nacional, España es el primer país del mundo en cuanto a superficie de viñedo, representando en torno al 13% del total mundial, seguida de Francia, Italia y China<sup>1</sup>.

**Figura 1**  
Principales países productores de vino, 2015  
(% sobre total mundial)

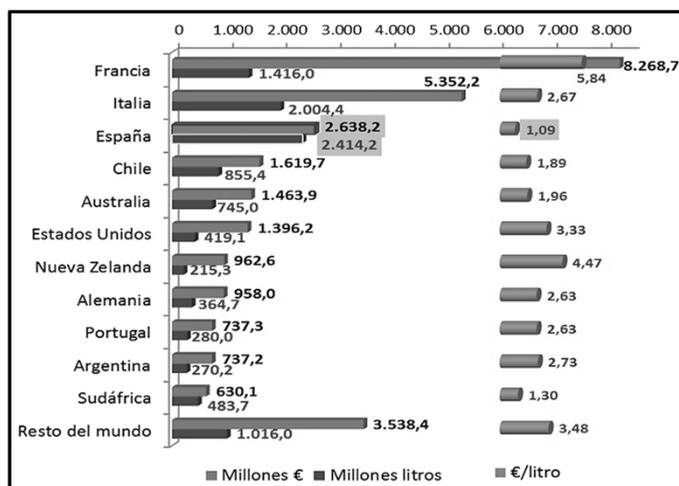


Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

<sup>1</sup> Desde los años 70, la superficie mundial de viñedo se ha reducido en unos 2 millones de hectáreas, afectando, sobre todo, al área de la UE (España ha perdido unas 700.000 hectáreas). Asia y América Latina han ido incrementando sus extensiones de cultivo de la vid, destacando China, que ha pasado de 200.000 hectáreas, en 2000, a 800.000, en 2015.

- El elevado volumen de producción. España figura entre los principales productores de vino a nivel internacional. Con alrededor de 37,5 millones de hectolitros obtenidos en 2015 (el 13% de la producción mundial), viene ocupando la tercera posición tras Italia y Francia, a notable distancia del siguiente país en el ranking: Estados Unidos.
- Un importante volumen de consumo interno. Sin embargo, respecto a esta variable, nuestro país se sitúa en séptima posición, concentrando tan sólo el 4,2% del consumo mundial de vino, en claro contraste con los porcentajes anteriores; una cifra, en todo caso, muy inferior a la de países como Estados Unidos (12,8%, dado su tamaño demográfico), Francia (11,6%), Italia (8,5%) e incluso Alemania, Reino Unido o China, y similar a la de Argentina. De hecho, el consumo per cápita español (17,25 litros anuales por persona en 2015: unas 23 botellas) dista notablemente de los niveles alcanzados en Italia (58 botellas), Francia (57), Portugal (56), Dinamarca (55), Bélgica (39), Alemania (34) e incluso Reino Unido (27).

**Figura 2**  
Principales países exportadores de vino, 2015



Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

Por lo que atañe a las exportaciones, como se recoge en la Figura 2, el creciente dinamismo exportador ha llevado a España a alcanzar, en 2015, el primer puesto en el ranking de países exportadores de vino, con más de 2.400 millones de litros, por delante de Italia y Francia. Esto supone el 23% de las exportaciones mundiales en volumen. Sin embargo, en términos de valor, la exportación española (casi 2.640 millones de euros), tan sólo supone el 9,3% del total mundial, muy inferior a la francesa (29,2%) e italiana (18,9%). Ello se

debe al bajo precio medio de exportación del vino nacional, 1,09 euros por litro -buena parte vendido aún a granel-, en contraste con los precios de países como Francia (sinónimo de calidad y prestigio en el mercado internacional ya desde el siglo XIX), Nueva Zelanda o Estados Unidos, entre otros.

## 2.2. La industria del vino dentro de la IAA española

Tal y como se aprecia en la Tabla 1, la IAA española presenta una notable concentración sectorial. Destaca singularmente el subsector *Industrias cárnicas*, que con 83.400 empleos y 20.000 millones de facturación (el 23,5% y el 21,5% del total del sector, respectivamente), lidera el conjunto de variables consideradas, a excepción del número de empresas. Otras ramas agroalimentarias importantes son: *Pan, pastelería, galletas y pastas alimenticias*, en cuanto a número de unidades productivas, empleo, gastos de personal y valor añadido; *Grasas y aceites*, en volumen de ventas y consumo de materias primas; y *Conservas vegetales*, en cuanto a empleo y ventas e inversión en activos materiales realizadas en 2014.

**Tabla 1**  
Principales indicadores de la IAA española por ramas, 2014

SUBSECTORES	Número de Empresas	Empleo	Ventas netas de Producto (millones €)	Consumo Mater. Primas (millones €)	Inversión Activos Mat. (millones €)	Valor Añadido (millones €)	Gastos de Personal (millones €)	Coste Lab./ Empleado (euros)	Valor Añad./ Empleado (euros)	Tamaño Medio de Empresas
Industrias Cárnicas	3.926	83.407	20.079	13.571	527	4.022	2.238	26.832	48.221	21,2
Transformación de Pescado	656	18.339	4.166	2.754	94	794	436	23.774	43.296	28,0
Conservas Vegetales	1.353	31.069	8.247	4.713	423	1.568	841	27.069	50.468	23,0
Grasas y Aceites	1.605	11.874	10.262	8.794	170	1.056	394	33.182	88.934	7,4
Industrias Lácteas	1.536	24.340	8.643	5.159	92	1.600	859	35.292	65.735	15,8
Productos de Molinería	492	5.900	2.932	2.180	43	471	227	38.475	79.831	12,0
Pan, Pastelería, Pastas aliment.	10.314	76.921	6.567	2.337	238	2.483	1.645	21.386	32.280	7,5
Azúcar, Chocolate y Confitería	714	14.524	3.455	1.728	50	856	518	35.665	58.937	20,3
Otros Productos Diversos	1.897	30.779	6.848	3.349	289	1.780	1.074	34.894	57.832	16,2
Prod. de Alimentación Animal	812	11.752	8.819	6.770	138	1.076	434	36.930	91.559	14,5
Vinos	4.047	24.793	5.844	2.732	371	1.674	759	30.613	67.519	6,1
Otras Bebidas Alcohólicas	701	9.317	3.737	881	303	1.331	566	60.749	142.857	13,3
Aguas y Bebidas Alcohólicas	319	10.949	3.796	2.129	62	1.012	514	46.945	92.429	34,3
<b>TOTAL IAA ESPAÑA</b>	<b>28.372</b>	<b>353.964</b>	<b>93.395</b>	<b>57.097</b>	<b>2.800</b>	<b>19.723</b>	<b>10.505</b>	<b>29.678</b>	<b>55.720</b>	<b>12,5</b>
<b>TOTAL INDUSTRIA ESPAÑA</b>	<b>99.483</b>	<b>1.931.972</b>	<b>454.966</b>	<b>216.712</b>	<b>15.677</b>	<b>127.547</b>	<b>69.659</b>	<b>36.056</b>	<b>66.019</b>	<b>9,7</b>

Fuente: Elaboración propia, a partir de INE: *Encuesta Industrial de Empresas*.

El subsector *Vinos* da empleo en ese año a casi 24.800 personas (el 7% de la ocupación total en la IAA nacional), distribuidas entre algo más de 4.000 empresas (14,3% del total), y genera unas ventas de más de 5.800 millones de euros, muy por encima de los otros dos subsectores de bebidas: alcohólicas y analcohólicas. Es una de las ramas de mayor valor añadido (8,5% del total), registrando asimismo ratios de coste laboral por empleado y productividad

mejores que la media de la IAA española; ello se traduce en un coste laboral unitario (0,45 €por euro producido) más favorable que en la mayoría de actividades agroalimentarias. Con todo, el tamaño medio de las empresas vinícolas -6,1 trabajadores- es significativamente reducido, inferior, de hecho, al del resto de subsectores de la IAA.

### **2.3. Rasgos fundamentales del subsector del vino a escala nacional**

A la hora de caracterizar el sector del vino en España, cabe señalar los siguientes aspectos:

- 1) La fuerte concentración regional del cultivo de la vid, destacando singularmente Castilla-La Mancha. Así, en 2014, con una superficie total de 442.829 hectáreas, dicha región representa nada menos que el 47,6% de la superficie nacional de viñedo de uva para vinificación. En segunda posición se sitúa Extremadura, con 81.405 hectáreas (8,7%). Otras regiones importantes son la Comunidad Valenciana (62.292), Cataluña (54.966) y La Rioja (45.991).
- 2) Las importantes variaciones de la producción entre añadas. Como muestra la Tabla 2, la producción vinícola nacional fluctúa notablemente de año en año, en función de las oscilaciones climáticas, que determinan la temperatura, humedad y nivel hídrico del suelo, con evidentes efectos en la cantidad y calidad de la uva recogida. Con todo, pese a la reducción de la superficie de cultivo, la producción media de vino y mosto permanece bastante estable. Por regiones, dicha evolución resulta dispar. En algunas, las fluctuaciones anuales a lo largo de los tres últimos lustros se saldan -tomando la media y la mediana para el periodo- con una tendencia netamente ascendente (Aragón, Baleares, Extremadura, País Vasco), o ligeramente creciente (Castilla y León); otras, en cambio, experimentan un rumbo general descendente: Madrid, Andalucía, Canarias, Galicia o Asturias.

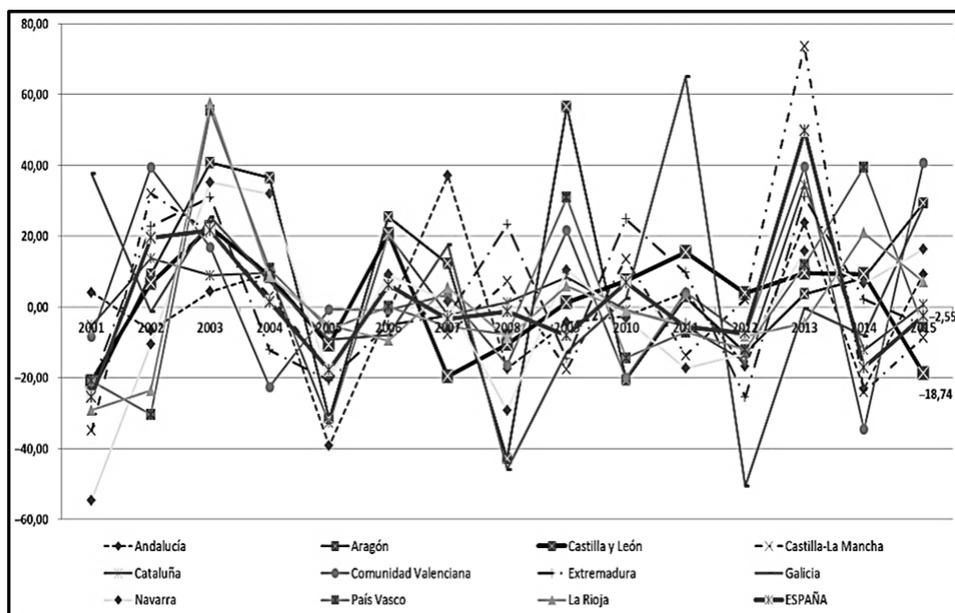
En cualquier caso, como se aprecia en la Figura 3, hay regiones con tasas de variación anual altamente volátiles, como Castilla-La Mancha, Galicia, Aragón, la Comunidad Valenciana (además de Canarias) y otras con mayor estabilidad, como Cataluña, La Rioja o Castilla y León. Un interrogante abierto en este ámbito, es el potencial impacto del cambio climático en la producción final de uva y en la calidad de los caldos a escala regional.

**Tabla 2**  
Evolución de la producción española de vino, por regiones: 2000-2015  
(miles de hectolitros) (mosto incluido)

REGIONES	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Andalucía	1.873	1.950	1.821	1.900	2.080	1.265	1.246	1.709	1.412	1.350	1.315	1.369	1.141	1.412	1.087	1.187
Aragón	1.029	777	848	1.193	1.629	1.115	1.400	1.571	898	1.406	1.117	1.148	1.000	1.037	1.123	1.452
Asturias	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	1	1	2	2
Baleares	28	38	31	53	42	44	46	45	36	43	46	35	41	46	49	58
Canarias	205	183	154	195	159	184	219	26	144	101	60	86	78	128	126	103
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
Castilla y León	1.668	1.317	1.405	1.721	1.870	1.671	2.014	1.621	1.452	1.471	1.581	1.825	1.896	2.078	2.268	1.843
Castilla-La Mancha	24.542	15.977	21.100	25.528	26.300	21.682	23.282	21.501	23.056	18.995	21.568	18.622	19.032	33.030	25.123	22.939
Cataluña	3.143	2.980	3.389	3.692	4.045	2.719	3.271	3.197	3.238	3.512	3.483	3.293	2.784	3.744	3.289	3.311
Comunidad Valenciana	2.347	2.150	2.996	3.500	2.711	2.692	2.671	2.761	2.310	2.810	2.249	2.341	2.151	3.004	1.965	2.763
Extremadura	3.684	2.873	3.528	4.621	4.058	3.214	3.048	2.973	3.664	3.127	3.903	4.282	3.191	4.181	4.272	4.051
Galicia	1.048	1.442	1.423	1.785	1.912	1.738	1.600	1.880	1.018	888	909	1.500	741	739	679	871
Madrid	330	444	533	642	277	268	431	234	325	143	180	122	90	178	134	122
Murcia	605	585	799	698	609	575	609	705	675	681	907	675	675	944	624	679
Navarra	1.700	772	690	933	1.232	981	1.071	1.087	769	850	822	680	591	684	730	849
País Vasco	744	589	410	637	706	661	662	626	577	756	647	601	528	591	825	780
Rioja (La)	2.622	1.857	1.419	2.236	2.427	2.304	2.085	2.200	2.007	2.125	2.101	2.003	1.836	1.753	2.120	2.271
ESPAÑA	45.572	33.937	40.549	49.339	50.062	41.119	43.659	42.141	41.583	38.259	40.892	38.583	35.778	53.550	44.415	43.281

FUENTE: Observatorio Español del Mercado del Vino.

**Figura 3**  
Variación anual de la producción vinícola en las principales regiones productoras (%)



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

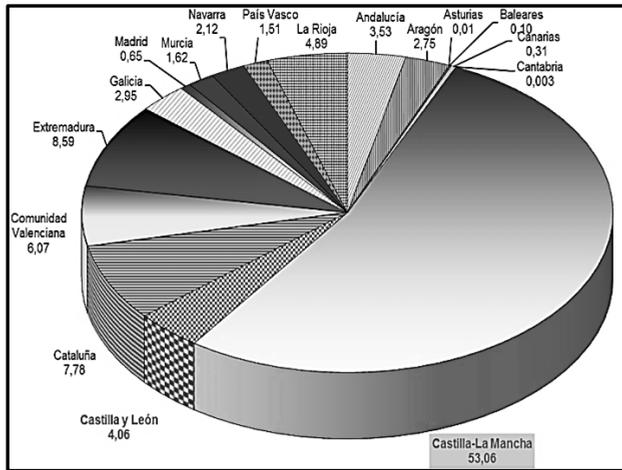
- 3) La gran concentración geográfica de la producción. En línea con lo señalado respecto a la superficie de cultivo, tan sólo Castilla-La Mancha, principal territorio, aglutina hasta un 53% del output total de vino y mosto, considerando la producción conjunta media del periodo 2000-2015 (Figura 4). Le siguen en importancia Extremadura, Cataluña y la Comunidad Valenciana. La entidad de dicho cuarteto (75,5% del total), contrasta claramente con la del formado por ambos archipiélagos, Asturias y Cantabria, cuyo peso relativo a escala nacional es residual. Castilla y León ocupa el sexto lugar, tras La Rioja, con un modesto 4%, si se tiene presente la gran extensión de la región. Por provincias, cabe destacar la gran relevancia de Ciudad Real (con una producción de 10,7 millones de hectolitros en 2015, lo que representa el 24,7% del total nacional), seguida de Toledo (11,75%), Badajoz (9,3%), Cuenca (8,8%) y Albacete (7,8%)<sup>2</sup>.
- 4) Una elevada atomización fabril. Con todo, cabe identificar, en medio de ese “minifundismo”, un variado mosaico de situaciones en la estructura empresarial. Así, como apuntan Langreo y Castillo (2014), desde hace ya años, hay que contemplar el creciente papel de un cada vez más nutrido grupo de empresas de tamaño medio, que, junto a las de mayor envergadura, están detrás del fuerte impulso experimentado por el sector en los últimos años<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Las siguientes cinco provincias en el ranking de producción de 2015 son: Valencia (con 2,5 millones de hectolitros), La Rioja (2,2), Barcelona (2,0), Zaragoza (1,3) y Tarragona (1,1). Con casi 1 millón de hectolitros figura, en undécima posición, la provincia de Valladolid. Las cinco provincias con más baja producción son, de mayor a menor, Castellón, Jaén, Asturias, Palencia y Cantabria (cuyos 960 hectolitros constituyen la menor cifra del conjunto provincial).

<sup>3</sup> De acuerdo con Langreo y Castillo (2014), la actual estructura empresarial del sector -marcada por el crecimiento de inicios del presente siglo y por el posterior impacto de la crisis sobre el crédito y el consumo, además de por los ajustes inherentes a la última reforma de la OCM del vino (2009)-, la componen los siguientes grupos: a) Bodegas cooperativas de variable dimensión, la mayoría PYMES, destacando algunas grandes de primer y segundo grado en Castilla-La Mancha, Cataluña y otras regiones, que vienen registrando un aumento en su número de socios y su producción. Protagonizan la mayor parte de la elaboración de vino. b) El conjunto de empresas líderes del sector, encabezado por las firmas del cava (Freixenet y Codorníu), las de capital multinacional (Domecq y ARCO UW), González Byass (en Jerez), Miguel Torres, empresas de vinos económicos como Félix Solís y J. García Carrión, y grandes bodegas riojanas expandidas hacia otras DOP (Faustino, Vivanco, Barón de Ley, Marqués de Riscal,...) c) Un grupo intermedio eficaz y diversificado (con ventas entre 10 y 50 millones de euros) en el que se hallan algunos grandes exportadores (manchegos y valencianos, sobre todo), firmas de vinos económicos como Familia Huertas o López Morenas, Bodegas Ontañón (interproveedor de Mercadona) y otras bodegas de varias zonas con clara vinculación territorial; entre ellas figuran Paternina, Osborne, Chivite, Borsao, Arnoya,..., junto con algunas de la Ribera del Duero (Vega-Sicilia, Protos, Tinto Pesquera, Matarromera) y de Rueda (Agrícola Castellana).

**Figura 4**  
Distribución regional de la producción de vino en España, media 2000-2015 (%)



*Fuente:* Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

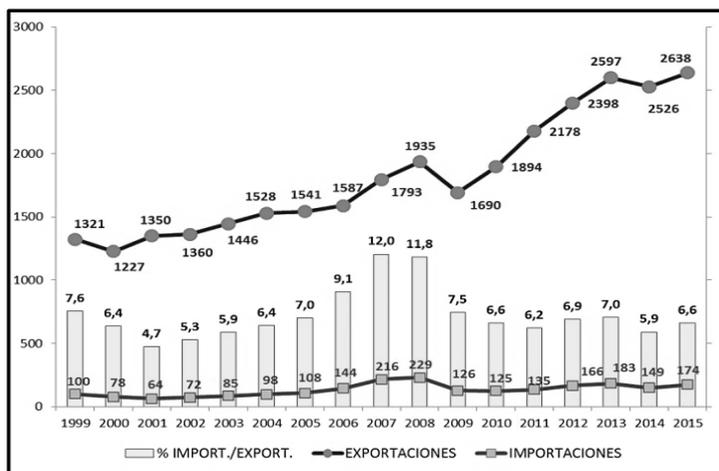
- 5) El débil nivel de consumo interno. Tal debilidad, favorecida desde hace tiempo por el auge de la cerveza, se ha agudizado con la crisis y su impacto sobre el consumo realizado en el hogar y a través del canal HORECA (hostelería, restauración y catering); y todo apunta a la continuidad de su caída el lustro venidero, que Lago Moneo (2016) cifra en torno a un 15%. De hecho, el gasto per cápita nacional (139 € en 2015) es de por sí muy inferior al de productores tradicionales como Italia (el triple), Portugal (2,8 veces mayor) y Francia (362 €), e incluso del nuevo mundo, como Australia (253 €) y Nueva Zelanda (323 €).
- 6) La senda hacia mayores cotas de innovación y calidad, como respuesta al débil consumo interior, al contexto de crisis y a la cada vez mayor competencia a nivel global, no sólo de los tradicionales competidores franceses e italianos, sino también de otros más recientes, provenientes de Argentina, Chile, California, Sudáfrica, Australia o Nueva Zelanda. La incorporación de enólogos y personal cualificado en un creciente número de bodegas, la orientación de parte de la producción -y del marketing- hacia segmentos de población como jóvenes, mujeres y ancianos, el enoturismo, la creación de nuevos envases y formas de presentación, constituyen claros síntomas de una decidida apuesta en esta línea.
- 7) El creciente peso de los vinos con Denominación de Calidad, más resistentes a la caída en el consumo que los tradicionales vinos de mesa. Al albur de esa apuesta por la calidad, y con la implicación de las autoridades regionales y locales, en las últimas décadas ha aumentado notablemente el

número de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP); presentes en todas las CC.AA, constituyen manifestaciones de áreas de especialización productiva potencialmente configuradoras de SPLA. De hecho, el patrón de localización industrial, estrechamente ligado a la materia prima, y la vinculación territorial vía Denominaciones de Calidad, facultan la natalidad empresarial en áreas rurales, convirtiendo a la rama vinícola en factor de desarrollo local.

#### 2.4. El dinamismo exportador de la industria vinícola nacional

Como ya se ha apuntado, España alcanzó, en 2015, el primer puesto en el ranking de países exportadores de vino, con unos 2.400 millones de litros, por delante de Italia y Francia, representando casi la cuarta parte de las exportaciones mundiales en volumen. Una proporción que contrasta con el más bajo porcentaje en términos de valor, 9,3%, inherente al bajo precio medio de exportación del vino nacional -en torno a 1,10 euros por litro-, resultante del predominio de la venta al exterior de vino a granel (casi 1.300 millones de litros).

**Figura 5**  
Evolución del comercio exterior de vino en España, 1999-2015



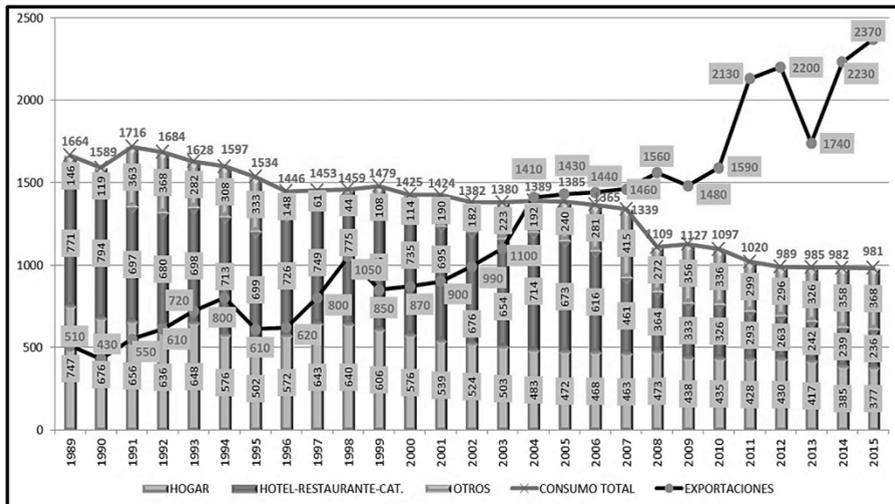
Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

No obstante, como se muestra en la Figura 5, entre 1999 y 2015, las exportaciones de vino se han duplicado en valor, pasando de 1.321 millones de euros a los actuales 2.638. La progresión exportadora es constante durante el periodo; aunque interrumpida en 2009 por la crisis, en 2010 retoma su senda ascendente hasta el máximo histórico actual. Las importaciones, aunque fueron en aumento hasta el bache de 2009, para después irse recuperando lentamente, alcanzan unos niveles muy bajos (174 millones de euros en 2015; sólo el 6,6%

del montante exportado); claro síntoma del gran peso del vino nacional en el consumo interno.

Conforme a los datos de la Figura 6, en 2015 el consumo nacional era tan sólo de 981 millones de litros, poco más de la mitad del nivel de hace 25 años (en 1991 se consumieron 1.716 millones, principalmente vía canal HORECA) y algo más de dos tercios del registrado a comienzos de siglo (1.424 millones, en 2001). Esta tendencia a la baja, presente también en productores tradicionales como Francia o Italia, contrasta con la creciente demanda de otros países como Japón, Canadá, los nórdicos (Suecia o Dinamarca), del este europeo (Rusia, Polonia o Hungría) y varios emergentes (China, Brasil, India, Sudáfrica o México), brindando oportunidades de exportación que contribuyan a compensar la caída del comercio interior agudizada por la recesión. En este sentido, desde 2004, el volumen de vino exportado supera al consumido en el país, ampliándose notablemente la brecha desde el inicio de la crisis. Los principales destinos del vino español son Francia, Alemania, Italia, Reino Unido y Portugal, lo que denota la importancia típica del factor proximidad, destacando en los últimos años el aumento de las ventas a Rusia (granel) y a China.

**Figura 6**  
Evolución del consumo y de las exportaciones de vino en España, 1989-2015  
(millones de litros)



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

Por regiones, la Tabla 3 recoge la evolución de las ventas al exterior en volumen (mosto incluido) de las diferentes Comunidades Autónomas, ordenadas de mayor a menor en función del dato correspondiente a 2015. Castilla-La Mancha figura en cabeza con el 44,3% del total acumulado entre 2000 y 2015

(sobre todo a granel), concentrando con las cuatro siguientes (Comunidad Valenciana, Extremadura, Cataluña y Murcia) el 81,7% de las exportaciones del periodo. Las mayores tasas de crecimiento anual compuesto -que modera la volatilidad de las cifras registradas de un ejercicio a otro- se dan en Castilla-La Mancha, Murcia y Castilla y León (7,3%), todas por encima de la media española (6,9%).

**Tabla 3**  
Evolución de las exportaciones de vino y mosto por regiones  
(miles de hectolitros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%s/E (00-15)	% TCAC
Castilla-La Mancha	2.821,6	3.692,7	3.910,1	5.482,7	7.197,2	6.293,2	6.853,2	7.837,1	8.612,9	7.499,6	9.437,1	12.616,4	10.869,8	9.680,0	13.842,3	14.320,0	44,26	11,44
Comunid. Valenciana	1.776,6	1.636,5	1.702,6	2.430,3	2.365,0	2.087,4	1.973,1	2.234,7	2.138,6	1.753,7	1.793,9	2.350,0	2.309,5	1.985,8	2.327,7	2.682,2	11,34	2,78
Extremadura	976,1	1.061,2	792,0	800,5	1.131,7	1.165,6	529,9	843,1	1.181,3	1.229,1	1.738,0	2.649,7	2.512,6	1.599,5	2.497,9	2.505,5	7,84	6,49
Cataluña	1.475,1	1.639,1	1.670,5	2.074,0	2.118,1	2.177,4	2.002,2	2.113,7	2.269,2	2.095,2	2.187,8	2.300,4	2.330,7	2.269,7	2.386,7	2.419,3	11,33	3,35
Murcia	513,9	601,5	734,4	858,3	877,2	1.114,1	1.267,8	1.235,4	1.383,6	1.188,3	1.759,6	2.129,0	1.873,9	1.713,0	1.684,9	1.552,6	6,92	7,65
La Rioja	471,6	634,7	702,0	659,3	697,1	833,9	900,0	910,1	936,6	833,3	899,1	944,8	1.042,2	1.144,4	1.168,3	1.218,2	4,73	6,53
Aragón	281,2	316,6	324,2	387,7	478,7	584,9	516,1	534,6	545,5	472,9	427,9	552,1	560,9	602,0	521,4	589,4	2,60	5,06
País Vasco	223,1	289,0	279,9	277,7	264,1	299,2	372,1	482,2	375,5	349,7	376,4	460,2	476,5	528,6	563,6	582,5	2,10	6,61
Andalucía	748,6	748,3	749,0	737,4	538,9	597,3	507,1	501,3	559,7	520,1	511,2	769,2	635,9	470,7	511,6	524,2	3,25	-2,35
Navarra	275,1	361,3	293,4	302,1	303,0	333,4	297,4	276,0	274,1	257,6	315,4	383,1	442,3	370,0	396,6	413,1	1,79	2,75
Castilla y León	109,4	134,7	167,4	162,5	172,5	210,8	238,6	245,1	271,8	269,4	252,7	275,5	326,8	292,4	328,6	314,9	1,27	7,30
Galicia	286,2	340,6	267,0	135,4	243,2	351,1	409,6	459,8	211,8	289,0	216,0	232,8	245,9	283,4	250,5	264,2	1,52	-0,53
Madrid	135,5	151,0	194,7	194,1	201,3	190,0	128,0	125,5	135,7	86,0	155,9	189,5	152,6	190,5	207,3	210,8	0,90	2,99
Baleares	13,4	0,5	0,8	1,6	0,9	0,7	1,7	2,3	2,0	3,5	4,1	4,2	4,4	6,4	7,3	8,6	0,02	-2,92
Canarias	61,1	40,9	3,6	2,8	0,1	0,3	3,5	3,8	1,9	2,2	3,1	3,7	4,4	3,3	4,4	4,3	0,05	-16,30
Asturias	2,4	5,8	3,0	1,2	1,5	1,5	3,0	6,0	8,5	8,2	8,2	9,9	6,4	6,0	5,0	3,3	0,03	2,22
Cantabria	0,3	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	1,9	0,0	0,3	1,7	1,8	0,3	0,1	0,6	0,5	0,0	0,00	-12,38
Sin regionalizar	4,6	2,9	3,8	5,2	3,5	4,5	21,9	1,7	2,8	2,3	6,6	23,6	20,5	18,8	32,6	15,6	0,06	8,52
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>10.176</b>	<b>11.657</b>	<b>11.798</b>	<b>14.513</b>	<b>16.594</b>	<b>16.245</b>	<b>16.027</b>	<b>17.812</b>	<b>18.912</b>	<b>16.862</b>	<b>20.095</b>	<b>25.894</b>	<b>23.815</b>	<b>21.165</b>	<b>26.737</b>	<b>27.629</b>	<b>100,00</b>	<b>6,89</b>

Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

En términos de valor, la Tabla 4 ofrece análogamente un ranking regional liderado también en 2015 por Castilla-La Mancha, con más de 680 millones de euros. No obstante, tomando el periodo 2000-2015 en su conjunto, es Cataluña la región con mayor presencia internacional, al aglutinar casi la cuarta parte de las ventas de vino y mosto realizadas al exterior. Dentro del quinteto de cabeza, que concentra ahora el 61,1% (veinte puntos menos que en volumen) de los ingresos por exportación, aparecen La Rioja y País Vasco, a costa de Murcia y Extremadura.

También Castilla y León asciende en el ranking, pasando del undécimo lugar al séptimo, con un 4,5% del total de ventas al exterior, frente al 1,3% de la tabla anterior. No en vano, dicha región registra una tasa de crecimiento anual compuesto del 8,2%, que, junto con las de Baleares, Asturias, Murcia y Castilla-La Mancha, rebasa ampliamente la media nacional (5,3%).

**Tabla 4**  
Evolución de las exportaciones de vino y mosto por regiones  
(miles de euros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Castilla-La Mancha	204.669	212.247	226.270	283.975	341.381	297.194	326.327	386.339	462.828
Comunid. Valenciana	135.580	134.887	124.969	158.315	149.433	129.799	124.068	148.028	153.609
Extremadura	41.609	40.250	25.746	28.003	40.284	38.101	22.683	33.359	49.098
Cataluña	359.125	416.705	389.769	409.122	424.529	455.039	447.398	543.021	610.147
Murcia	39.555	41.967	50.262	58.109	62.496	77.507	86.680	92.048	102.286
La Rioja	155.973	180.805	196.113	197.133	205.299	220.378	243.138	256.714	255.022
Aragón	48.480	49.267	52.078	56.401	64.202	74.544	70.278	72.024	79.182
Pais Vasco	88.734	100.611	103.254	100.330	96.483	103.787	120.105	147.249	124.707
Andalucía	153.630	175.558	173.411	158.128	144.623	130.933	126.912	122.471	110.762
Navarra	55.469	57.620	54.071	59.748	58.416	53.191	60.516	61.713	61.352
<b>Castilla y León</b>	<b>46.270</b>	<b>52.701</b>	<b>60.937</b>	<b>59.020</b>	<b>65.316</b>	<b>71.413</b>	<b>78.050</b>	<b>90.687</b>	<b>99.839</b>
Galicia	17.263	21.810	17.545	11.997	17.769	23.420	27.372	31.164	22.277
Madrid	14.933	15.025	20.663	21.297	19.390	16.471	16.556	18.708	19.766
Baleares	553	299	285	549	906	496	820	1.160	1.509
Canarias	2.062	1.236	278	277	42	148	299	498	1.139
Asturias	315	563	543	233	351	451	701	1.957	2.006
Cantabria	34	414	65	228	14	39	96	18	46
Sin regionalizar	2.093	979	1.077	1.880	1.730	2.123	3.346	420	993
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.366.347</b>	<b>1.502.943</b>	<b>1.497.335</b>	<b>1.604.744</b>	<b>1.692.663</b>	<b>1.695.033</b>	<b>1.755.346</b>	<b>2.007.578</b>	<b>2.156.566</b>

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%s/E (00-15)	% TCAC
Castilla-La Mancha	370.541	430.180	586.727	662.110	739.483	686.968	682.207	20,75	8,36
Comunid. Valenciana	130.313	138.868	174.022	212.092	222.366	215.907	224.919	7,75	3,43
Extremadura	45.974	58.651	102.354	117.839	102.777	101.286	98.998	2,85	5,95
Cataluña	488.803	532.817	554.305	608.199	648.577	603.083	648.028	24,48	4,01
Murcia	103.690	128.202	164.949	189.706	193.622	193.805	175.710	5,30	10,45
La Rioja	226.384	252.221	293.302	288.327	340.832	330.964	351.606	12,01	5,57
Aragón	79.543	81.073	93.035	96.517	113.130	100.976	112.948	3,74	5,80
Pais Vasco	121.038	129.022	150.304	160.211	181.131	196.258	203.477	6,40	5,69
Andalucía	104.700	104.098	108.702	116.148	109.950	120.165	119.824	6,26	-1,64
Navarra	55.092	61.067	70.170	76.471	68.599	74.247	78.772	3,03	2,37
<b>Castilla y León</b>	<b>96.757</b>	<b>100.370</b>	<b>110.535</b>	<b>133.240</b>	<b>135.405</b>	<b>144.813</b>	<b>150.620</b>	<b>4,50</b>	<b>8,19</b>
Galicia	24.532	27.469	30.496	37.540	45.681	40.152	42.561	1,32	6,20
Madrid	16.312	24.512	31.298	33.085	41.533	43.151	43.960	1,19	7,46
Baleares	1.746	2.958	3.399	3.726	5.326	5.824	5.957	0,11	17,18
Canarias	1.368	1.697	1.929	2.128	2.882	3.700	3.731	0,07	4,03
Asturias	1.403	1.775	1.378	1.328	1.442	1.168	1.413	0,05	10,54
Cantabria	247	227	194	112	95	108	15	0,01	-5,12
Sin regionalizar	729	2.080	9.273	9.124	7.716	10.500	9.023	0,19	10,23
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.869.173</b>	<b>2.077.286</b>	<b>2.486.373</b>	<b>2.747.902</b>	<b>2.960.546</b>	<b>2.873.076</b>	<b>2.953.772</b>	<b>100,00</b>	<b>5,27</b>

Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

Profundizando en el análisis territorial, y dada la creciente importancia de las Denominaciones de Calidad<sup>4</sup>, en la Tabla 5 se ofrecen datos correspondientes a

<sup>4</sup> En la campaña 1982-83, había en España una superficie de viñedo inscrita para la producción de vinos VCPRD (vinos de calidad producidos en una región determinada) de 489.472 hectáreas (el 29,9% de un total de 1.636.091). En 2000-2001, dicha superficie había aumentado a 641.617 (el 54,9% de un total de 1.167.700), distribuidas entre 56 DOP. En la campaña 2014-2015 han sido 574.038 hectáreas, una superficie menor, repartida entre un mayor número de DOP -resultante en buena parte de años de arranque masivo de viñedo- pero que alcanza ya el 61,7% del total.

las 20 mayores DOP (de las 90 existentes) por cantidad de hectáreas cultivadas, las cuales suponen el 96,7% de la extensión dedicada al viñedo DOP, el 72% del número de viticultores, el 68,5% del número de bodegas y más del 80% del comercio total de vinos DOP, tanto en volumen como en términos de valor.

**Tabla 5**  
Principales indicadores de las 20 mayores DOP por superficie de viñedo, 2015

DENOMINACIÓN DE ORIGEN	Superficie hectáreas	Número de viticultores	Número de bodegas	Volumen de vino calificado	Comercio total hectolitros	Exportación en volumen (%)	Comercio total euros	Exportación en valor (%)	Precio medio €/litro
LA MANCHA	163.167	15.802	252	680.270	509.593	29,4	156.336.509	19,7	3,1
RIOJA	64.539	16.035	797	2.947.913	2.803.147	38,2	456.231.568	n.d.	1,6
CATALUÑA	43.655	6.127	211	480.102	476.633	50,3	143.958.675	50,8	3,0
UTIEL-REQUENA	33.658	5.652	96	270.543	179.812	74,7	53.615.755	74,3	3,0
CAVA	33.325	6.350	402	1.908.965	1.816.598	63,0	721.770.762	47,8	4,0
RIBERA DEL GUADIANA	33.281	3.124	21	62.906	28.758	5,9	7.402.820	8,6	2,6
VALDEPEÑAS	22.461	2.559	34	415.646	572.851	38,4	113.549.242	39,7	2,0
<b>RIBERA DEL DUERO</b>	<b>21.964</b>	<b>8.254</b>	<b>307</b>	<b>827.615</b>	<b>671.579</b>	<b>12,5</b>	<b>364.895.424</b>	<b>19,5</b>	<b>5,4</b>
JUMILLA	21.620	1.959	43	390.354	218.080	49,5	46.454.779	46,6	2,1
PENEDÉS	17.894	2.815	178	143.173	131.782	30,6	87.152.593	35,2	6,6
CARIÑENA	14.459	1.587	34	568.765	375.547	70,6	62.692.195	74,3	1,7
VALENCIA	13.080	6.150	93	338.258	485.152	69,8	-	n.d.	-
<b>RUEDA</b>	<b>12.995</b>	<b>1.516</b>	<b>69</b>	<b>610.800</b>	<b>709.302</b>	<b>12,1</b>	<b>177.325.315</b>	<b>12,1</b>	<b>2,5</b>
NAVARRA	11.025	2.372	104	480.999	375.926	37,1	72.060.000	42,6	1,9
ALICANTE	9.986	1.645	45	109.629	134.333	22,9	-	n.d.	-
RIBERA DEL JÚCAR	9.050	895	10	38.178	3.607	42,3	1.009.764	52,6	2,8
VINOS DE MADRID	8.391	2.890	46	24.585	24.586	29,3	1.957.466	n.d.	0,8
ALMANSA	7.200	760	12	38.178	44.919	68,0	9.543.509	78,4	2,1
CAMPO DE BORJA	6.809	1.151	18	180.051	135.877	59,0	33.039.708	61,4	2,4
JEREZ-MANZANILLA SANLÚCAR	6.715	1.764	91	446.775	362.220	66,8	108.664.953	66,8	3,0
<b>TOTAL 20 PRIMERAS</b>	<b>555.274</b>	<b>89.407</b>	<b>2.863</b>	<b>10.963.705</b>	<b>10.060.302</b>	<b>43,9</b>	<b>2.617.661.037</b>	-	-
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>574.038</b>	<b>123.617</b>	<b>4.120</b>	<b>12.426.827</b>	<b>11.582.429</b>	<b>41,3</b>	<b>3.206.741.119</b>	-	-
<b>20 PRIMERAS / TOTAL ESPAÑA (%)</b>	<b>96,73</b>	<b>72,33</b>	<b>69,49</b>	<b>88,23</b>	<b>86,86</b>		<b>81,63</b>		

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del MAGRAMA.

Sobresale por su dimensión geográfica la DOP La Mancha, con un 28,4% de la superficie de referencia, que alcanza el 35,2% si se incorporan las otras manchegas de la muestra: Valdepeñas, Ribera del Júcar y Almansa. La Rioja prevalece en número de viticultores y de bodegas, volumen de vino calificado y comercio en volumen, seguida de los productores de cava, que lideran el comercio total en valor, y de la Ribera del Duero.

En 2015 se han exportado 4.779.090 hectolitros, un 4,85% menos que durante el año anterior<sup>5</sup>. Con todo, dicha cifra resulta muy superior a las registradas a comienzos de siglo (3.692.890 hectolitros en 2001) e incluso con anterioridad a la

<sup>5</sup> A falta de datos sobre exportaciones para DOP menores, como Alella, Granada y Valtinas. Para el comercio en valor hay más lagunas, al carecer de datos para DOP relevantes como Valencia, Alicante o Rioja (comercio interior).

crisis (4.678.844 en 2007), que apenas se ha dejado sentir en la comercialización exterior de este tipo de vinos (en 2009 se vendieron 4.412.228), con una tasa de crecimiento anual compuesto del 1,73%. En tal dinámica influye la resistencia del vino a granel, atractivo por su bajo precio para un importante segmento de consumidores foráneos y para numerosas bodegas extranjeras que los utilizan para enriquecer sus vinos.

El mayor grado de internacionalización lo presentan la DOP de Jerez (sin la DOP Manzanilla de Sanlúcar, con la que comparte superficie) y la de Utiel-Requena, ambas con más del 75% de sus ventas en volumen destinado al exterior; les siguen Valencia, Cariñena y Almansa, con más de dos tercios. En términos de valor, Almansa y Cariñena se suman al dúo anterior, destacando asimismo Campo de Borja; todas superan con creces la media nacional (41,3%). Con todo, las exportaciones más cuantiosas corresponden a la DOP plurirregional del Cava (con el 23,9% del volumen total de vino DOP exportado) y Rioja (22,4%), seguidas a mucha distancia de Valencia, Cariñena, Jerez-Manzanilla de Sanlúcar (5,1%) y Cataluña.

Las dos mayores DOP de Castilla y León, Ribera del Duero y Rueda, presentan (junto con Ribera del Guadiana) el más bajo peso de las exportaciones en sus ventas, con porcentajes muy similares en volumen, pero no así en valor, donde el 19,5% de Ribera del Duero resulta del elevado precio medio de sus vinos (5,4 euros por litro, el mayor de la muestra tras el Penedés). En dicho precio influyen las altas restricciones del Consejo Regulador en cuanto a rendimientos por hectárea (4.100 en promedio), que implican labores de poda y selección de la uva más intensas, y el marcado sesgo hacia crianzas y reservas. En todo caso, el peso de ambas zonas en la exportación nacional de vino DOP es muy reducido (1,76% y 1,80%, respectivamente, en volumen, y 4,87% y 1,47%, en valor).

Los principales países compradores del vino español con DOP son<sup>6</sup>: Reino Unido (21,2% de la exportación total en 2015), Alemania (17,1%), EE.UU. (9,6%), Bélgica (7,2%), Holanda (5,7%), China (4,3%), Suiza (3,9%), Francia (3,6%), Japón (3,18%) y Canadá (3,16%). La composición de estos 10 primeros destinos es la misma desde 2012, con EE.UU, Bélgica y China ganando peso, frente a Francia, Suiza y Holanda, y con Reino Unido líder a costa de Alemania. Los dos asiáticos y Canadá han desplazado de la lista a Suecia y Dinamarca. En

---

<sup>6</sup> En cuanto a los tipos de vino DOP exportado, se viene dando desde hace muchos años el mismo orden, con un claro predominio del tinto, que en la campaña 2014-2015 ha supuesto el 54,9% del volumen total. Le siguen el vino espumoso (24,1%) -que también ha ido ganando terreno- y el blanco (11,5%); a mucha distancia figuran el vino de licor (5,6%) y el rosado (3,7%). Por tipos de envase, hay una abrumadora y creciente superioridad del vino embotellado (el 96,5% del total) frente al vino DOP exportado a granel (actualmente con un exiguo 3,5%, cuando en 2001 alcanzaba el 17,9%). El Rioja es dominante en Reino Unido, Suecia, Suiza, Canadá y Rusia; el Cava destaca en Alemania, Bélgica, Francia, EE.UU. y Japón; el vino de Valencia en China y el Jerez-Xérès-Sherry en Holanda.

los últimos años se detecta una paulatina diversificación geográfica: si en 2015 dos tercios de las exportaciones han ido a la Unión Europea, esa cifra era del 75% en 2009, al inicio de la crisis; América Latina, Asia Oriental y, en menor medida, África han ido adquiriendo importancia. Un aspecto digno de análisis futuro en medio de este proceso de mayor internacionalización, es el impacto inherente al apoyo de los poderes públicos, del ICEX y los Consejos Reguladores.

Análogamente, la Tabla 6 recoge los datos referidos a las 20 principales Indicaciones Geográficas Protegidas (de un total de 41), que totalizan el 99,5% de la superficie de viñedo amparada por dicha figura, el 97% de los viticultores, el 91,2% de las bodegas y más del 98,6% del comercio total en volumen y en valor (que asciende a más del 99% en el caso del comercio exterior). De nuevo Castilla-La Mancha aparece en primer lugar, merced al peso de la IGP Vinos de la Tierra de Castilla. Las IGP de Castilla y León, Extremadura, Bajo Aragón y Cádiz completan el quinteto principal en las diferentes variables recogidas, seguidas de Mallorca, con un importante número de bodegas y un alto montante comercializado en valor, resultante de su elevado precio medio por litro (6,72 euros, el más elevado de la muestra, tras los 7,43 de Ibiza).

**Tabla 6**  
Principales indicadores de las 20 mayores IGP por superficie de viñedo, 2015

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	Superficie hectáreas	Número de viticultores	Número de bodegas	Volumen de vino calificado	Comercio total hectolitros	Exportación en volumen (%)	Comercio total euros	Exportación en valor (%)	Precio medio €/litro
CASTILLA	58.977	5.939	224	1.844.994	1.428.702	24,76	118.463.773	40,52	0,83
CASTILLA Y LEÓN	-	-	168	173.101	157.940	34,86	31.588.024	34,86	2,00
EXTREMADURA	9.012	1.907	86	535.448	245.747	24,23	16.232.773	25,49	0,66
BAJO ARAGÓN	1.09	194	14	25.903	18.643	9,12	2.628.441	15,45	1,41
CÁDIZ	1.007	642	18	50.389	45.176	10,34	13.572.994	12,12	3,00
MALLORCA	573	188	43	17.782	18.255	34,16	12.262.681	35,00	6,72
MURCIA	448	38	3	595	13.012	98,32	1.817.989	98,07	1,40
VALLE DEL CINCA	440	6	2	22.950	10.978	96,14	2.449.127	96,15	2,23
RIBERA DEL JILOCA	300	107	2	5.129	6.221	1,49	412.500	14,18	0,66
LAUJAR-ALPUJARRA	242	45	6	1.866	3.067	1,08	811.857	1,81	2,65
RIBERA GÁLLEGO-CINCO VILLAS	192	45	5	5.070	4.295	11,59	794.053	20,54	1,85
CASTELLÓ	166	99	12	3.622	3.832	3,68	788.450	7,28	2,06
VALDEJALÓN	137	1	1	1.568	319	28,21	52.348	76,78	1,64
VALLES DE SADACIA	129	9	2	2.015	1.113	27,04	348.460	25,89	3,13
ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA	123	17	10	2.140	1.158	0,43	409.730	0,91	3,54
CÓRDOBA	77	43	6	6.544	1.411	6,24	273.453	10,57	1,94
RIBERA DEL QUEILES	71	2	3	2.958	772	-	187.067	-	2,42
LADERAS DEL GENIL	69	18	4	1.236	972	6,28	476.391	6,27	4,90
CUMBRES DEL GUADALFEO	65	16	5	3.009	364	5,49	81.483	12,27	2,24
IBIZA	58	28	5	1.457	1.164	13,06	864.574	13,06	7,43
<b>TOTAL 20 PRIMERAS</b>	<b>73.183</b>	<b>9.344</b>	<b>619</b>	<b>2.707.776</b>	<b>1.963.141</b>	<b>25,76</b>	<b>204.516.168</b>	<b>36,30</b>	<b>1,04</b>
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>73.528</b>	<b>9.630</b>	<b>679</b>	<b>2.719.594</b>	<b>1.973.037</b>	<b>25,71</b>	<b>207.447.565</b>	<b>35,93</b>	<b>1,05</b>
<b>20 PRIMERAS / TOTAL ESPAÑA (%)</b>	<b>99,53</b>	<b>97,03</b>	<b>91,16</b>	<b>99,57</b>	<b>99,50</b>		<b>98,59</b>		

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del MAGRAMA.

Respecto a las exportaciones, a nivel intraterritorial, Murcia y Valle de Cinca

muestran la mayor proyección internacional: casi todas sus ventas en volumen y en valor van destinadas al exterior. Les siguen Mallorca y Castilla y León -con algo más de un tercio en ambos casos-, y Extremadura, Valles de Sadacia, Castilla y Valdejalón, con cerca de una cuarta parte (siendo el porcentaje en valor mucho mayor en estos dos últimos territorios). A escala interterritorial, la manchega IGP Castilla es, con diferencia, la de mayor entidad, con una participación en las exportaciones nacionales de este tipo de vinos del 64,4% en valor y del 69,7% en volumen; a mucha distancia figuran Castilla y León (14,8% y 10,8%), Extremadura y Mallorca; esta última e Ibiza registran el mayor precio por litro exportado (en torno a 7 euros), lo que no es ajeno a su carácter insular.

La evolución de las exportaciones, a la luz de los datos del MAGRAMA, resulta favorable: si bien en 2015 se constata una caída en volumen del 14,8% respecto a 2014 (507.195 hectolitros frente a 595.399), no ocurre lo mismo en valor (los 74,5 millones de euros de 2015 suponen un aumento del 6,6% respecto al año anterior y un máximo histórico). Además, dicho montante en volumen resulta muy superior al de los años anteriores, con una tasa de crecimiento anual compuesto del 7% desde la campaña 2008-2009. Los principales destinos de los vinos con IGP son: Alemania (21,2% del total exportado en 2015), China (11,4%), Francia (8,6%), Portugal (7,0%) y Polonia (6,5%), seguidos de EE.UU., Italia, Reino Unido, Rusia, Suecia y Holanda.

### 3. LA INDUSTRIA DEL VINO EN CASTILLA Y LEÓN

Siguiendo el hilo argumental utilizado para España, a continuación se analiza el peso de la rama vitivinícola dentro de la IAA de Castilla y León y se identifican algunos de sus principales rasgos, para después hacer referencia al ámbito de las exportaciones.

#### 3.1. La industria del vino en el contexto de la IAA regional

La alta concentración sectorial propia de la IAA nacional, se reproduce en su homónima castellana y leonesa con más intensidad. Así, aunque la IAA regional ofrece una muy variada gama de productos, destacan particularmente tres ramas (Tabla 7): *Industrias cárnicas*; *Pan, bollería, pastelería y galletas* e *Industrias lácteas*. En 2014, este trío aglutina el 66% de las empresas, el 63,2% del empleo y el 54,8% de la facturación del sector. Les siguen en importancia *Productos de alimentación animal* y *Vinos*<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Aparte de la fuerte concentración sectorial, otros rasgos de la IAA castellana y leonesa son: a) La entrada masiva de capital de grandes multinacionales. Ese capital foráneo suele ubicar sus fábricas en núcleos urbanos de la región con sólidas infraestructuras de transporte y comunicaciones, y sus sedes sociales en grandes centros de decisión, como Barcelona y Madrid; su presencia no es ajena a los avances en tecnología y productividad (inducidos por la innovación y el ajuste de plantillas) ni a la terciarización (animada por la gran distribución), experimentados por el sector. b) La

Las 555 empresas vinícolas de la región dan empleo a unos 3.700 trabajadores, con un volumen de ventas netas de 612 millones de euros; tales cifras suponen, con relación a la IAA regional, el 18,4%, el 10,5% y el 6,5% del total, respectivamente. En relación con su peso dentro de la industria nacional del vino, los porcentajes respectivos son 13,7%, 14,9% y 10,5%.

**Tabla 7**  
Principales indicadores de la IAA de Castilla y León, por ramas, 2014

SUBSECTOR	Número de Empresas	Empleo	Ventas netas de Producto (millones €)	Consumo Materias primas (millones €)	Inversión Activos Mat. (millones €)	Coste Laboral por empleado (euros)	Valor Añadido por empleado (miles €)	Ventas netas por empleado (miles €)	Tamaño Medio de Empresas
Industrias cárnicas	793	10.646	2.604	1.816	45,3	27.740	46	245,0	13,4
Transformación de pescado	14	480	170	130	4,8	30.667	59	354,0	34,3
Conservas de frutas y hortalizas	82	2.414	421	221	16,0	30.530	50	174,0	29,4
Grasas y aceites	22	193	39	26	1,6	25.000	25	204,0	8,8
Industrias lácteas	160	4.260	1.442	835	19,0	37.995	61	339,0	26,6
Productos de molinería	70	515	292	245	5,7	33.816	61	566,0	7,4
Pan, pastelería, pastas alimenticias	1.044	7.320	1.088	352	68,2	24.689	46	149,0	7,0
Azúcar, chocolate y confitería	55	1.332	591	323	26,3	53.225	78	444,0	24,2
Otros productos diversos	66	2.163	614	208	32,0	39.334	160	284,0	32,8
Productos de alimentación animal	96	1.773	1.348	1.036	24,0	36.931	86	790,0	18,5
Vinos	555	3.695	612	180	53,3	30.428	74	166,0	6,7
Otras bebidas alcohólicas	46	176	70	22	1,1	56.955	199	406,0	3,8
Aguas y bebidas alcohólicas	21	287	66	21	(-5,7)	33.672	72	229,0	13,7
Otros (Sin sectorializar)	-	275	13	5	1,6	-	-	-	-
<b>TOTAL IAA CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>3.024</b>	<b>35.529</b>	<b>9.370</b>	<b>5.420</b>	<b>298,9</b>	<b>30.702</b>	<b>62</b>	<b>264,0</b>	<b>11,7</b>
<b>TOTAL INDUSTRIA CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>11.844</b>	<b>119.752</b>	<b>30.237</b>	<b>17.418</b>	<b>1.035,0</b>	<b>34.538</b>	<b>68</b>	<b>253,0</b>	<b>10,1</b>

Fuente: Elaboración propia, a partir de INE: *Encuesta Industrial de Empresas*.

El tamaño empresarial medio, aunque algo superior a la media nacional, es también muy modesto (6,7 empleados); el más bajo de la IAA castellana y leonesa tras la rama *Otras bebidas alcohólicas*, y muy inferior a promedios de la IAA (11,7) y del conjunto de la industria de la región (10,1). El volumen de ventas por empleado (166.000 €) es asimismo reducido, en comparación con la gran mayoría de las ramas agroalimentarias y con su equivalente nacional (235.000 €). No obstante, la productividad (74.000 € por empleado) supera la media de la IAA (62.000) y de la industria (68.000) regionales, así como la registrada por la industria española del vino (67.500). Ello, junto con un más bajo coste laboral por empleado respecto al subsector nacional y a la mayoría de las

progresiva internacionalización comercial, impulsada desde el ingreso en la UE y acelerada desde los años 90, convirtiendo a la IAA en una de las actividades de la región con mayores exportaciones, tras la automoción. c) Una relativa polarización a escala provincial, con Burgos y Valladolid a la cabeza en empleo y producción, seguidas de Salamanca y León, que destacan en número de establecimientos. No obstante esa concentración, el sector se ajusta a un modelo de localización territorial esencialmente disperso -comparado con la IAA española y con los ámbitos industriales regional y nacional-, que lo convierte en potencial factor de desarrollo rural.

ramas de la IAA regional, se traduce en un reducido coste laboral unitario (CLU=0,41 €/por empleado), igualmente algo inferior al de la actividad vinícola española y al de casi todas las ramas recogidas en la Tabla 7, a excepción de *Otros productos diversos* (0,25) y *Otras bebidas alcohólicas* (0,29).

### 3.2. Caracterización general de la industria regional del vino

En el caso de la industria vitivinícola de Castilla y León, cabe apuntar como rasgos fundamentales, esencialmente coincidentes con el caso español (aunque con algunas particularidades dignas de mención), los siguientes:

- 1) Una importante extensión geográfica. Según el Anuario de Estadística Agraria del MAGRAMA, en el año 2014 la región ha dedicado 74.718 hectáreas (el 8,03% de la superficie vitícola nacional) a la producción de uva para vinificación, estando el 96% en régimen de secano. Sólo dos regiones, Castilla-La Mancha y Extremadura presentan una amplitud superior. Las áreas más extensas se hallan en las provincias de Valladolid (22.595 hectáreas) y Burgos (16.812), que concentran el 52,7% de la superficie regional total. Les siguen, a distancia, Zamora (12.655) y León (11.882), siendo Palencia la provincia con menor presencia de viñedo en su campiña, con tan sólo 548 hectáreas (en el sur y sureste, básicamente)<sup>8</sup>.
- 2) Una producción en aumento. Ya se ha comentado que la producción vinícola en Castilla y León representa aproximadamente el 4% del total nacional, tomando como base la producción conjunta (mosto incluido) del periodo 2000-2015. No obstante, desde una perspectiva de más largo plazo, remontando el análisis a niveles de hace 30 años, la Figura 7 refleja un perfil evolutivo general ascendente, más marcado que a escala nacional, aunque no tan intenso como en el País Vasco, Navarra y, sobre todo, La Rioja. Así, si en 1987 la producción de la región (1,3 millones de hectolitros) suponía tan sólo el 3,3% de la española, en 2015 (1,8 millones) el porcentaje es del 4,3%, con máximos en 2012 (5,3%) y 2014 (5,1%). Aunque oscilante por añadas, como ya se ha señalado, dicha producción viene mostrando una trayectoria más regular que en otras regiones.
- 3) Una fuerte polarización territorial de la producción. A semejanza del caso español, el examen a escala provincial permite constatar, en correlación con la superficie cultivada, una gran concentración de la producción en Valladolid (1,07 millones de hectolitros en 2014, el 61% vino blanco) y Burgos (0,65 millones, el 99,7% tinto y rosado); ambas reúnen conjuntamente el 75% de la producción total, lo que supone un más alto

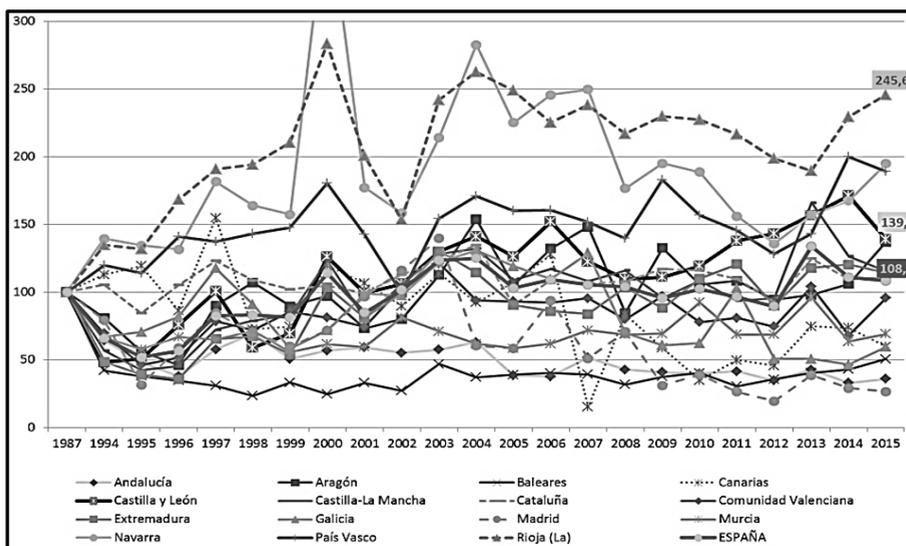
---

<sup>8</sup> Dada la gran extensión de Castilla y León, el cultivo de viñedo sólo representa el 0,8% de la superficie total regional, y el 2,1% de las tierras de labranza (donde predominan los cereales), en contraste con el caso manchego (5,5% y 12,2%, respectivamente), vasco (2% y 17,2%) y, sobre todo, riojano (9,1% y 29,3%).

rendimiento global por hectárea en comparación con el resto. Zamora (0,24 millones) y León (0,18 millones) ocupan el tercer y cuarto puesto, respectivamente. Los niveles de producción más bajos se dan en Salamanca (9.377 hectolitros) y Palencia (12.656).

**Figura 7**

Evolución de la producción vinícola en las principales regiones (1987-2015)



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

4) Un reducido nivel de consumo. Lago Moneo (2016) estima el consumo de vino en Castilla y León durante el año 2015 en 15,65 litros por habitante y año, frente a los 18,99 de 2010; cifras, ambas, muy por debajo de las relativas a España (17,25 y 20,98 respectivamente). El nivel de gasto per cápita en vino en la región es de 126,26 € (en 2010 era de 147,17 €), netamente inferior a los 139,11 € vigentes a escala nacional (23,5 € menos que en 2010)<sup>9</sup>.

5) El predominio de la empresa de pequeña dimensión, a menudo de carácter familiar. Ya se ha dicho que el tamaño medio de la empresa vinícola en la región, 6,7 trabajadores, aunque ligeramente superior a la media nacional,

<sup>9</sup> Lago Moneo (2016) señala una caída del consumo del 17,7% para Castilla y León, en litros por habitante y año entre 2015 y 2019; para España contempla una caída del 14,7%. Con arreglo a esas previsiones, el gasto por habitante en euros disminuiría un 15,4% en España y un 18,4% en la región, hasta llegar a un nivel de 103 € por persona. En todo caso, el nivel actual de consumo en la región resulta claramente inferior al de las regiones de mayor gasto per cápita en vino (Baleares, con 153,8 € y 19,1 litros, Cataluña, con 152,7 € y 18,9 litros, y la Comunidad Valenciana, con 149,5 € y 18,5 litros).

es muy reducido, lo que, a priori, constituye una debilidad del sector, agudizada por el envejecimiento de los viticultores, especialmente en las cooperativas, en muchas de las cuales impera una mentalidad tradicional proclive a las ventas en el mercado interno a niveles acordes con el precio medio de la uva. En cualquier caso, al igual que en España, un cada vez más numeroso grupo de empresas, en su inmensa mayoría con vinos DOP o IGP, vienen protagonizando el aumento de la producción apuntado y la creciente exportación, vital para compensar la caída del consumo interior.

- 6) La fortísima implantación de vinos con vinculación geográfica. Con datos de 2014, en torno al 92% de la producción vinícola de la región presenta dicha conexión, el 84% a través de DOP y el 8% vía IGP, siendo Valladolid, Burgos, Segovia, Soria y Zamora las provincias donde resulta más marcada, en contraste con Ávila (donde no hay producción con DOP) y Palencia (donde no hay producción con IGP).

**Tabla 8**  
Exportaciones recientes de vino de las regiones españolas (*mosto incluido*), 2014-2015

REGIONES	VALOR					VOLUMEN					PRECIO MEDIO	
	2014	2015	Var 14/15	(%) 2014	(%) 2015	2014	2015	Var 14/15	(%) 2014	(%) 2015	2014	2015
Andalucía	120.164.720	119.824.262	-0,28	4,18	4,06	51.161.971	52.415.094	2,45	1,91	1,90	2,35	2,29
Aragón	100.976.361	112.948.150	11,86	3,51	3,82	52.137.091	58.938.858	13,05	1,95	2,13	1,94	1,92
Asturias	1.168.170	1.413.495	21,00	0,04	0,05	500.932	328.529	-34,42	0,02	0,01	2,33	4,30
Baleares	5.823.977	5.957.118	2,29	0,20	0,20	734.104	858.333	16,92	0,03	0,03	7,93	6,94
Canarias	3.700.053	3.731.420	0,85	0,13	0,13	437.777	427.484	-2,35	0,02	0,02	8,45	8,73
Cantabria	107.954	15.269	-85,86	0,004	0,001	54.607	3.499	-93,59	0,002	0,000	1,98	4,36
Castilla y León	144.813.483	150.619.701	4,01	5,04	5,10	32.861.445	31.492.386	-4,17	1,23	1,14	4,41	4,78
Castilla-La Mancha	686.968.244	682.206.857	-0,69	23,91	23,10	1.384.232.161	1.432.004.495	3,45	51,77	51,83	0,50	0,48
Cataluña	603.082.576	648.028.305	7,45	20,99	21,94	238.672.304	241.931.229	1,37	8,93	8,76	2,53	2,68
Comunidad Valenciana	215.906.533	224.919.214	4,17	7,51	7,61	232.772.512	268.222.834	15,23	8,71	9,71	0,93	0,84
Extremadura	101.285.752	98.998.305	-2,26	3,53	3,35	249.786.761	250.554.253	0,31	9,34	9,07	0,41	0,40
Galicia	40.152.051	42.561.442	6,00	1,40	1,44	25.051.261	26.422.955	5,48	0,94	0,96	1,60	1,61
Madrid	43.151.160	43.959.986	1,87	1,50	1,49	20.727.643	21.076.011	1,68	0,78	0,76	2,08	2,09
Murcia	193.804.892	175.709.559	-9,34	6,75	5,95	168.490.018	155.259.049	-7,85	6,30	5,62	1,15	1,13
Navarra	74.246.917	78.772.389	6,10	2,58	2,67	39.664.555	41.312.671	4,16	1,48	1,50	1,87	1,91
País Vasco	196.258.178	203.477.295	3,68	6,83	6,89	56.358.498	58.250.237	3,36	2,11	2,11	3,48	3,49
Rioja (La)	330.964.332	351.605.853	6,24	11,52	11,90	116.825.914	121.822.312	4,28	4,37	4,41	2,83	2,89
Otros (sin regionalizar)	10.500.348	9.022.940	-14,07	0,37	0,31	3.262.975	1.557.857	-52,26	0,12	0,06	3,22	5,79
<b>EXPORT.TOTAL ESPAÑA</b>	<b>2.873.075.701</b>	<b>2.953.771.560</b>	<b>2,81</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>2.673.732.529</b>	<b>2.762.878.086</b>	<b>3,33</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>1,07</b>	<b>1,07</b>

Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

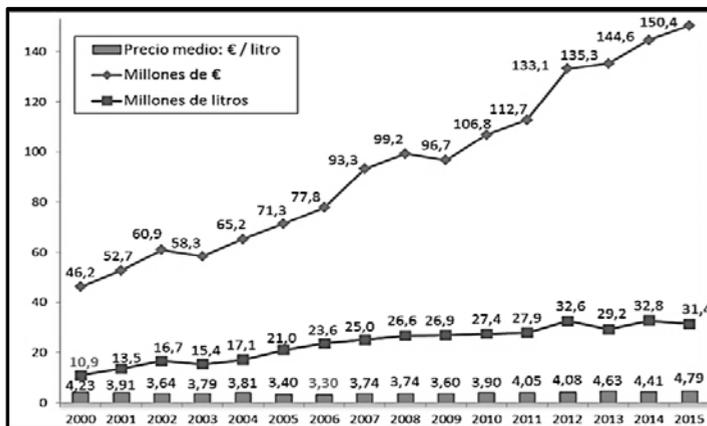
### 3.3. La proyección internacional de la industria vinícola castellana y leonesa

A las anteriores características cabe añadir una proyección internacional en rápido aumento, pero aún claramente insuficiente. Como se observa en la Tabla 8, las exportaciones en volumen de Castilla y León en 2015 (31,5 millones de litros, mosto y vinagre incluidos) representan tan sólo el 1,14% del conjunto nacional (el 1,23% en 2014). Gracias al elevado precio medio de venta al exterior, 4,78 €

-muy superior al 1,07 de España-, el porcentaje en términos de valor sobre el total para España asciende al 5,1%.

**Figura 8**

Evolución de las exportaciones de vino de Castilla y León (2000-2015)



Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

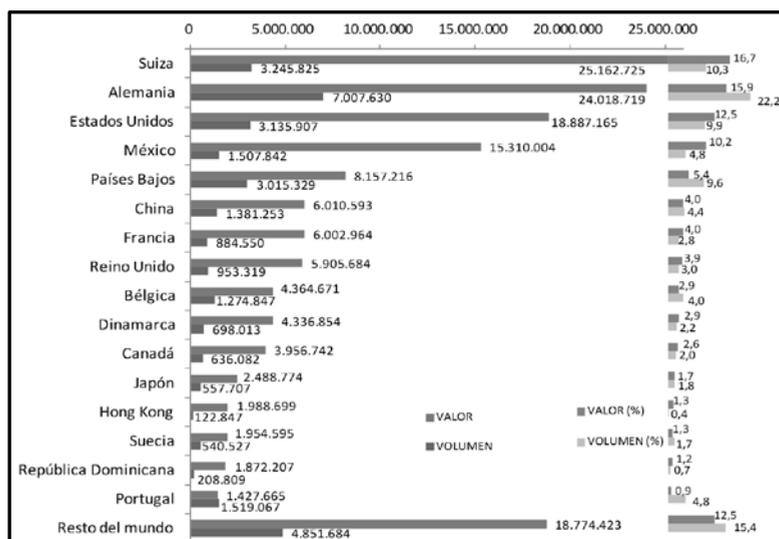
Con todo, los 150,4 millones de euros alcanzados en 2015<sup>10</sup> constituyen un record histórico en materia de exportación para Castilla y León, pese a la caída en volumen respecto al año anterior (-4,2%). Ello es fruto de una casi ininterrumpida y acelerada trayectoria ascendente (Figura 8), de la que cabe señalar al menos un par de detalles:

- En 2000, las ventas al exterior en volumen alcanzaban los 10,9 millones de litros. Ello suponía el 1,08% del total nacional, porcentaje muy similar al actual 1,14% (de hecho, la máxima participación se dio en 2006: 1,49%). Esa cifra se ha triplicado desde entonces, aumentando -incluso durante la crisis (salvo en 2013)- a una tasa de crecimiento anual compuesto del 7,3%, por encima de la media nacional del 6,9% y sólo superada por Castilla-La Mancha (11,4%) y Murcia (7,6%).
- Las exportaciones en valor, 46,2 millones de euros en 2000, se han multiplicado, a diciembre de 2015, por 3,25, lo que supone una expansión anual compuesta del 8,2%, con mayor diferencia sobre el promedio español (5,3%) y sólo inferior a las de Baleares (17,2%), Asturias (10,5%), Murcia (10,5%) y Castilla-La Mancha (8,4%). Esta progresión, que ha llevado a la región de representar el 3,39% del total nacional, en 2000, al

<sup>10</sup> Las exportaciones netas de vino, mosto y vinagre en volumen ascienden en 2015 a 31.433.680, 99.863 y 7.695 litros, respectivamente. En términos valor dichas cifras son: 150.426.921, 142.286 y 50.494 euros, respectivamente.

5,1% anteriormente indicado, obedece a una alineamiento en el segmento de los vinos de calidad, en detrimento de vinos de mesa y a granel (a diferencia de regiones como Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Extremadura), con un precio medio desde 2011 por encima de los 4 euros el litro y sólo superado por Baleares y Canarias<sup>11</sup>.

**Figura 9**  
Principales destinos de las exportaciones de vino de Castilla y León, 2015



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

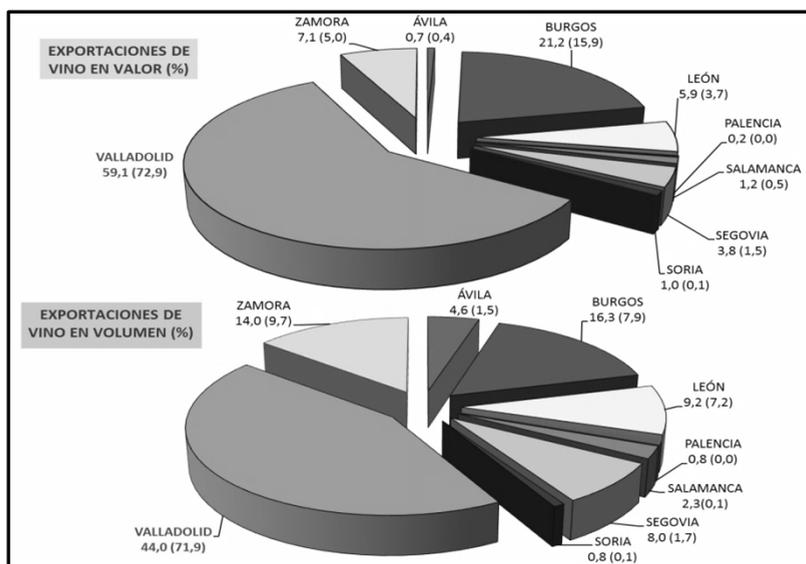
Como puede apreciarse en la Figura 9, la presencia del vino castellano y leonés abarca países de muy diferentes zonas geográficas, siendo actualmente los destinos principales Suiza -con 25,2 millones de euros (el máximo importe)- y Alemania (con más de 7 millones de litros y 24 millones de euros); ambos concentran en torno a un tercio de las exportaciones, tanto en términos de volumen como en valor. A continuación se sitúan Estados Unidos, Países Bajos, México (quinto en volumen), Portugal (quinto en valor) y una ascendente China. Los precios medios de exportación más elevados se dan en Hong-Kong (16,2 euros por litro), México (10,2) República Dominicana (9,0) y Suiza (7,7), en tanto que el mínimo se da en Portugal (0,9).

<sup>11</sup> Castilla y León se sitúa entre las regiones que han aumentado sus exportaciones, entre 2000 y 2015, tanto en volumen como en valor. Se trata del grupo más numeroso; de hecho todas ganan en valor, excepto Cantabria, con una tasa de decrecimiento anual compuesto del -5,1%. En volumen, registran descensos, además de Cantabria (-12,4%), Canarias (-16,4%), Baleares (-2,9%), Andalucía (-2,3%) y Galicia (-0,5%).

Por provincias, como se pone de relieve en la Figura 10, el grueso de las exportaciones de 2015 se concentra, en línea con lo señalado respecto a la producción, en Valladolid (44% en volumen y 59,1% en valor), seguida de Burgos. No obstante, cabe apuntar una mayor dispersión que hace años. De hecho, en 2000, Valladolid aglutinaba porcentajes respectivos del 71,9% y 72,9%, pero en los últimos años Burgos, Zamora, Segovia y León han ido experimentando importantes aumentos en sus exportaciones.

**Figura 10**

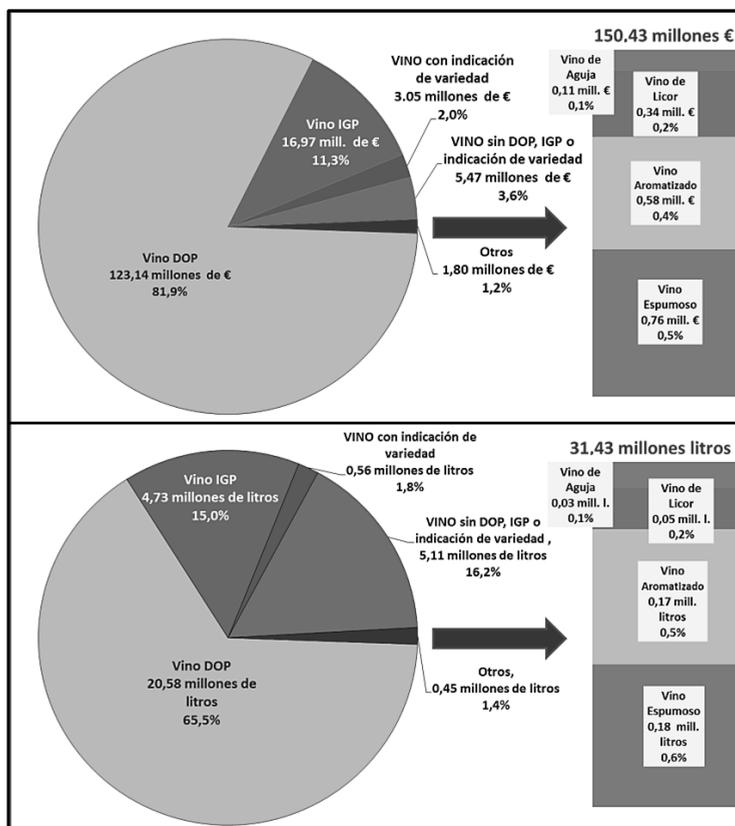
Distribución provincial de las exportaciones de vino de Castilla y León, 2015



*Fuente:* Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino. Las cifras entre paréntesis son los porcentajes correspondientes al año 2000.

Por tipos de vino, la Figura 11 refleja un indiscutible protagonismo de los vinos con Denominación de Origen, que representan el 81,9% de la exportación total en valor y el 65,5% en volumen; porcentajes que ascienden al 93,2% y al 80%, respectivamente, si se incorporan las cifras relativas a los vinos con Indicación Geográfica Protegida (Vinos de la Tierra de Castilla y León). Tales cifras se hallan en sintonía con el elevado precio medio anteriormente indicado, el cual también es resultado del absoluto predominio del vino embotellado en detrimento del vino vendido a granel y en envases de más de 2 litros, que, en 2015, supone el 9,7% del total exportado en volumen y únicamente el 1,95 en valor.

**Figura 11**  
Exportaciones de Castilla y León por tipos de vino, 2015



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino.

Ese predominio de los vinos con calificación DOP o IGP se debe, en gran medida, al esfuerzo de un cada vez más numeroso grupo de PYMES que, al igual que en el conjunto de España, vienen protagonizando el aumento de la producción apuntado y la creciente exportación, vital para contrarrestar la debilidad del consumo en los mercados regional y nacional.

En este sentido, la Tabla 9 ofrece un elenco de las 35 mayores, por montante de facturación en 2014. Como puede observarse, hasta 20 se localizan en Valladolid, 7 en Burgos, 3 en Segovia y el resto repartidas por otras cuatro provincias, preferentemente en áreas con Denominación de Origen<sup>12</sup>. Su nivel de

<sup>12</sup> La primera de las empresas vinícolas, Bodegas Protos, ocupa el puesto número 192 en el ranking de ventas de las empresas de Castilla y León de 2014. Una clasificación liderada por las cinco grandes empresas de automoción (Renault España, Grupo Antolín, Nissan Motor Ibérica,

ventas oscila entre los 31 millones de euros de la peñañielense Bodegas Protos y los 3,86 de la quintanillera Dominio de Pingus. En cuanto al número de empleados, el rango va de los 160 del Grupo Matarromera -seguida de Hijos de Antonio Barceló con 129- a los cuatro de las Bodegas y Viñedos Mayor de Castilla y a tan sólo dos en las Bodegas Navalón. En cualquier caso, adquiere interés, en este ámbito, el análisis de las actuaciones implementadas por la Junta de Castilla y León para el fomento del sector, en el marco general de sus planes de promoción de la IAA regional y del Programa de Apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola español.

**Tabla 9**

Las 35 mayores empresas vitivinícolas de Castilla y León, en volumen de ventas

RAZÓN SOCIAL	LUGAR RANKING	VENTAS	EMPLEO	UBICACIÓN/SEDE
Bodegas Protos	192	31,13	57	Peñañiel (VA)
Hijos de Antonio Barceló	228	26,12	129	Quintanilla de Onésimo (VA)
Bodegas Vega-Sicilia	242	24,53	89	Valbuena de Duero (VA)
Bodega Cuatro Rayas	282	21,00	60	La Seca (VA)
Grupo Matarromera	308	19,30	160	Valbuena de Duero (VA)
Pago de Carraovejas	330	18,29	48	Peñañiel (VA)
Avelino Vegas	367	16,09	28	Santiuste de San Juan Bautista (SG)
United Wineries Estates	387	15,00	65	Valverdón (SA)
Cocope	413	14,03	21	Peñañiel (VA)
Bodegas Arlanza	423	13,90	18	Villalmanzo (BU)
Bodegas Emilio Moro	483	11,98	2	Pesquera de Duero (VA)
Alejandro Fernández Tinto Pesquera	541	10,57	30	Pesquera de Duero (VA)
Bodegas Grupo Yllera	550	10,27	50	Rueda (VA)
Altos de Ontañón	592	9,64	7	Fuentecén (BU)
Hijos de Alberto Gutiérrez	811	6,94	26	Serrada (VA)
Bodegas y Viñedos Alión	850	6,68	12	Peñañiel (VA)
Santa Rosalía Gourmet	878	6,42	30	Revilla Vallejera (BU)
Agrovitivinícola Negroredo	923	6,12	11	Palenzuela (P)
Bodegas Fariña	933	6,03	59	Casaseca de las Chanas (ZA)
Bodegas Señorío de Nava	935	6,03	18	Nava de Roa (BU)/Armunia (LE)
Bodegas Arzuaga Navarro	965	5,89	42	Quintanilla de Onésimo/Lerma (BU)
Selección de Torres	981	5,78	9	Fompedraza (VA)
Bodegas Mauro	1015	5,58	18	Tudela de Duero (VA)

Michelin España Portugal e Iveco España). En relación con la IAA, la primera firma es el grupo burgalés Campofrío Alimentación (en el 8º lugar del ranking), seguido de Calidad Pascual, Grupo Siro, Galletas Gullón y la agropecuaria Cobadú. La estructura empresarial es variada a semejanza de España. En medio del entorno de PYMES familiares, hay un grupo cooperativo tradicionalmente importante (por ejemplo en Rueda, la Ribera del Duero burgalesa y Toro) y hay también empresas pujantes que han extendido su presencia a otras áreas, como el Grupo Matarromera, Alejandro Fernández Tinto Pesquera o Hijos de Antonio Barceló; otras forman parte de holdings con sede en el exterior, como Abadía de Retuerta, perteneciente al grupo farmacéutico Novartis, o Vega-Sicilia, integrada en el holding El Enebro, que en 2015 trasladó su sede a Londres. En cualquier caso, algunas de las más pujantes, entre ellas las citadas, se sitúan en la llamada “milla de oro” del vino español, entre las localidades vallisoletanas de Tudela de Duero y Peñañiel. Importantes en dicha área también son Emilio Moro, Pago de Carraovejas, Cocope, Arzuaga Navarro, Alión, Dominio de Pingus y Bodegas Mauro.

**Tabla 9 (continuación)**

Las 35 mayores empresas vitivinícolas de Castilla y León, en volumen de ventas

RAZON SOCIAL	LUGAR RANKING	VENTAS	EMPLEO	UBICACIÓN/SEDE
Bodegas y Viñedos Mayor de Castilla	1050	5,43	4	Serrada (VA)
Diez Siglos de Verdejo	1055	5,38	12	Serrada (VA)
Cooperativa Duero-Arlanza	1080	5,24	20	Lerma (BU)
Viña Buena	1085	5,23	5	Fuentepeelayo (SG)
Bodegas Corona	1122	5,05	20	Zamora
Bodegas Navalón	1128	5,03	2	León
Bodegas Hermanos Pérez Pascuas	1174	4,82	20	Pedrosa de Duero (BU)
Abadía Retuerta	1181	4,80	97	Sardón de Duero (VA)
Bodegas José Pariente	1201	4,74	7	La Seca (VA)
Bodegas Cerrosol	1382	4,10	10	Santiuste de San Juan Bautista (SG)
Bodegas Viña Vilano	1427	4,00	20	Pedrosa de Duero (BU)
Dominio de Pingus	1486	3,86	8	Quintanilla de Onésimo (VA)

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la revista *Castilla y León Económica*, nº 237, febrero de 2016.

Dada la trascendencia de los vinos de calidad con designación geográfica específica en la producción y comercialización exterior de la región, a continuación se analizan sus rasgos fundamentales, así como su proyección exportadora, en una sección diferenciada.

### 3.4. Exportaciones y vinculación vino-territorio en Castilla y León

El nexo entre vino y territorio en la región viene fundamentalmente representado por sus Denominaciones de Origen y de Calidad con Indicación Geográfica delimitada<sup>13</sup>, algunos de cuyos indicadores principales se recogen en la Tabla 10. Como puede apreciarse, dos, de las doce existentes, Ribera del Duero y Rueda, destacan ampliamente sobre las demás respecto a las diferentes variables consideradas. No en vano, forman parte, como ya se ha visto, del grupo de las 20 primeras DOP españolas. Ambas concentran el 71,9% de la superficie total de viñedo con DOP, el 64,3% del número total de viticultores y el 58,2% del número de bodegas adscritas a las 12 Denominaciones, al tiempo que el 87% de su comercio interior, en volumen y en valor.

Les siguen en importancia, pero a notable distancia, Toro, Bierzo, Cigales y Tierra de León, ocupando las posiciones más rezagadas las zonas de los llamados, hasta hace poco tiempo, Vinos de Calidad con Indicación Geográfica:

<sup>13</sup> Los vinos juegan un gran papel en el variado contexto de las Denominaciones de Calidad de los productos agroalimentarios de la región (MERCASA). De sus 54 Denominaciones de Calidad 16 corresponden a productos cárnicos, 13 a vinos (las 12 DOP analizadas más la IGP Vinos de Castilla y León), 10 a frutas y verduras, 5 a quesos y lácteos y otras 5 a legumbres, como grupos de alimentos más destacados. Castilla y León, junto con Andalucía, Cataluña, Aragón y la Comunidad Valenciana, constituye, merced a su extensión geográfica, una de las más destacadas en este ámbito.

Valles de Benavente, Valtiendas, y Sierra de Salamanca; las tres cuentan con menos de 10 bodegas y una reducida superficie de cultivo, especialmente las dos últimas que no llegan a las 100 hectáreas.

**Tabla 10**  
Vinos con DOP en Castilla y León: principales indicadores, 2015

DENOMINACIÓN DE ORIGEN	Superficie hectáreas	Número de viticultores	Número de bodegas	Bodegas embotellan	Bodegas no embotellan	Comercio interior (Hl.)	Comercio exterior (Hl.)	Comercio total hectolitros	Comercio interior (€)	Comercio exterior (€)	Comercio total euros	Localidad principal o sedes
VINOS DE CALIDAD												
ARLANZA	347	267	16	16	0	2.539	236	2.775	888.388	89.896	978.284	Leerma
ARRIBES	337	266	14	10	4	2.238	886	3.124	671.505	265.767	937.272	Fermoselle/Aldeadávila
BIERZO	2.982	2.400	77	60	17	67.659	13.790	81.449	27.063.600	6.205.500	33.269.100	Cacabelos/Ponferrada
CIGALES	2.034	434	34	34	0	21.405	6.296	27.701	8.562.056	3.355.723	11.917.779	Cigales
RIBERA DEL DUERO	21.964	8.254	307	271	36	587.567	84.012	671.579	293.783.500	71.111.924	364.895.424	Peñafiel/Roa de Duero
RUEDA	12.995	1.516	69	59	10	623.435	85.867	709.302	155.858.565	21.466.750	177.325.315	Rueda
TIERRA DE LEÓN	1.359	306	40	40	0	16.573	169	16.742	7.734.067	112.723	7.846.790	Valencia de Don Juan
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	649	190	10	10	0	592	233	825	324.394	233.116	557.510	Villanueva de Campeán
TORO	5.474	1.350	60	60	0	56.313	24.134	80.447	24.053.695	10.343.143	34.396.838	Toro
SIERRA DE SALAMANCA	90	91	6	6	0	415	276	691	221.551	297.576	519.127	Sequeros
VALLES DE BENAVENTE	281	97	7	7	0	1.019	342	1.361	202.278	94.919	297.197	Benavente
VALTIENDAS (*)	78	14	6	6	0	960	7	967	384.000	3.000	387.000	Valtiendas
<b>TOTAL CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>48.590</b>	<b>15.185</b>	<b>646</b>	<b>579</b>	<b>67</b>	<b>1.380.715</b>	<b>216.248</b>	<b>1.596.963</b>	<b>519.747.599</b>	<b>113.580.037</b>	<b>633.327.636</b>	
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>574.038</b>	<b>123.617</b>	<b>4.120</b>	<b>3.483</b>	<b>637</b>	<b>6.804.299</b>	<b>4.779.097</b>	<b>11.583.396</b>	<b>1.745.974.822</b>	<b>1.460.766.297</b>	<b>3.206.741.119</b>	
CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA (%)	8,46	12,28	15,68	16,62	10,52	20,29	4,52	13,79	29,77	7,78	19,75	

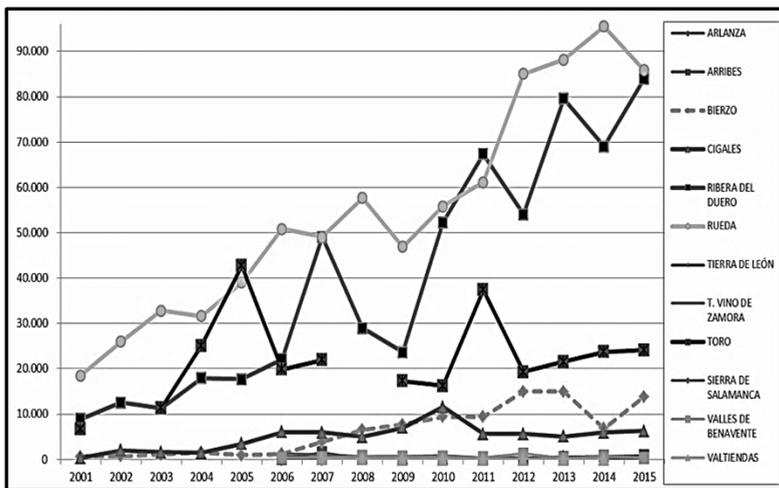
Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del MAGRAMA.

Dicha jerarquía se reproduce en el comercio exterior, donde, en 2015, la Ribera del Duero y Rueda alcanzan cotas muy similares en volumen, con más de 80.000 hectolitros cada una (reuniendo el 78,6% de las exportaciones totales de las 12 DOP, que ascienden a 216.248 hectolitros), pero con sensibles diferencias en valor. De hecho, la Ribera del Duero, con un promedio de 8,50 euros, frente a los 2,50 de Rueda, cuenta con el precio de exportación más alto de las 20 principales DOP de España, por encima de la media nacional (3,10), y de los vinos de Rioja (4,30) y del Penedés (7,60). Esta situación es resultado de la favorable trayectoria de ambas zonas en los últimos años, reflejada en la Figura 12 en términos de volumen.

Aunque con visible impacto de la crisis, sobre todo en la Ribera del Duero (en 2008-2009 y 2012), la evolución es realmente dinámica, habiéndose cuadruplicado en quince años la exportación en Rueda y multiplicado casi por diez en la Ribera, con sendas tasas de crecimiento anual compuesto del 11,6% y el 17,4% para el conjunto del periodo. Toro -con marcados altibajos- crece al 10,5%, en tanto que, con ritmos más intensos, Bierzo (24,5%) y Cigales (23,5%, especialmente entre 2001 y 2007) han incrementado su presencia internacional, aunque con valores absolutos mucho más modestos, circunstancia asimismo constatable en Arlanza y Arribes, desde 2006, y Sierra de Salamanca, desde 2011.

En esta última zona, de hecho, se da, en 2015, la mayor intensidad exportadora, con el 40% del vino comercializado en volumen, y el 57% en valor, destinado al exterior. También Toro (30% en especie y en dinero), Tierra del Vino de Zamora, Arribes y Valles de Benavente presentan porcentajes superiores al 25% para ambos casos, por encima de los relativos a la Ribera del Duero (12,5% y 19,5%) y Rueda (12,1% en ambas variables). La menor orientación internacional se da en Valtiendas y Tierra de León.

**Figura 12**  
Evolución de las exportaciones de vino en las DOP de Castilla y León (2000-2015)



Nota: No hay datos para Toro en 2002 y 2008.

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos (en hectolitros) del MAGRAMA.

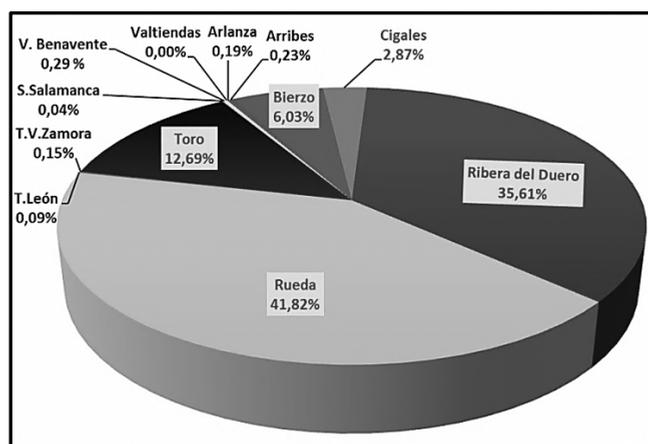
En todo caso, de dicha evolución resulta un reparto territorial de las exportaciones muy concentrado. Como refleja la Figura 13, entre 2011 (año a partir del cual hay datos para las 12 DOP) y 2015, la Ribera del Duero y Rueda aglutinan el 77,4% de las exportaciones en volumen, cifra que se eleva al 86% en valor desde 2012 (a falta de datos para Bierzo y Rueda en 2011). Si se incluye la IGP Vinos de la Tierra de Castilla y León, cuya proyección exterior ha aumentado muy notablemente en los últimos años<sup>14</sup>, tal concentración disminuye apreciablemente.

Así, en 2015, la IGP reúne el 20,3% de las exportaciones en volumen de vinos de calidad con denominación geográfica, suponiendo el dúo Rueda-Ribera

<sup>14</sup> En 2012, las exportaciones de la IGP Castilla y León, suponían sólo el 2,1% en volumen y el 6,3% de las realizadas por el conjunto de IGP españolas. En 2015, con 55.000 hectolitros exportados, por un importe 11 millones de euros, dichos porcentajes son 10,9% y 14,8%, respectivamente, representando un tercio del comercio total de la IGP.

del Duero el 62,6%<sup>15</sup>. No ocurre lo mismo, sin embargo, en términos de valor: la IGP representa ahora el 8,8%, en razón de su más modesto precio medio (2 euros por litro), similar al peso de Toro (8,3%), pero muy inferior al de Rueda (17,2%) y, sobre todo, de la Ribera (57,1%).

**Figura 13**  
Distribución territorial de las exportaciones en volumen de los vinos con DOP en Castilla y León (2011-2015)



*Fuente:* Elaboración propia, a partir de los datos del MAGRAMA.

Los mayores precios de venta se dan en Sierra de Salamanca y Tierra del Vino de Zamora, con cifras que alcanzan en 2015 los 10 euros por litro en el comercio exterior, fruto de una producción limitada y de calidad, apreciada en EE.UU. merced a la pericia de algunos comerciales (y los 5 euros en el interior), superando incluso los 8,50 de la Ribera del Duero. Por encima de los 5 euros se sitúan Tierra de León (6,70) y Cigales (5,30). Los precios de exportación más modestos se dan en Rueda (2,50), Benavente (2,80) y Arribes (3 euros).

En la Tabla 11 se ofrece detalle del comercio interior y exterior por tipos de vino en las 12 DOP. Rueda es la única zona productora de toda la gama de vinos, aunque con predominio abrumador de los blancos en ambos tipos de comercio; espumosos y de aguja superan en peso a tintos y rosados en el comercio interior, siendo también objeto de exportación. Los rosados destacan en Cigales, Tierra de León y Valles de Benavente, constituyendo mayoría en las

<sup>15</sup> La distribución de las exportaciones en volumen de 2015 es la siguiente: Rueda, 31,65%; Ribera del Duero, 30,97%; IGP Castilla y León, 20,29%; Toro, 8,90%; Bierzo, 5,08%; Cigales, 2,32%; Arribes, 0,33%; Valles de Benavente, 0,13%; Sierra de Salamanca, 0,10%; Arlanza y Tierra del Vino de Zamora, 0,09%; Tierra de León, 0,06% y Valtiendas, que no presenta dato para dicho año, pero que en 2014 exportó únicamente 7 hectolitros. En valor, Bierzo supone el 4,98%, Cigales el 2,69%, y los demás se sitúan por debajo del 0,24% de Sierra de Salamanca.

exportaciones de esta última zona. En el resto, domina el tinto, sobre todo en la Ribera del Duero (donde no hay blancos y los rosados son una pequeña parte de lo comercializado). Cabe señalar la presencia de blancos en Toro, Tierra de León y Bierzo (donde un 9% es objeto de exportación).

**Tabla 11**  
DOP en Castilla y León: comercio interior y exterior por tipos de vino, 2015

DENOMINACIÓN DE ORIGEN	Comercio Interior 2014-2015						Comercio Exterior 2014-2015						Com.total 2014/2015
	Blanco	Rosado	Tinto	De licor	Espum./Aguja	total	Blanco	Rosado	Tinto	De licor	Espum./Aguja	total	
ARLANZA	61	565	1.913	0	0	2.539	2	8	226	0	0	236	2.775
ARRIBES	271	186	1.781	0	0	2.238	45	1	840	0	0	886	3.124
BIERZO	7.083	2.311	58.265	0	0	67.659	629	193	12.968	0	0	13.790	81.449
CIGALES	100	16.088	5.217	0	0	21.405	0	506	5.790	0	0	6.296	27.701
RIBERA DEL DUERO	0	11.997	575.570	0	0	587.567	0	0	84.012	0	0	84.012	671.579
RUEDA	619.190	1.054	1.381	160	1.650	623.435	84.061	726	891	0	189	85.867	709.302
TIERRA DE LEÓN	1.806	10.880	3.887	0	0	16.573	33	14	122	0	0	169	16.742
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	293	39	260	0	0	592	67	5	161	0	0	233	825
TORO	1.960	2.499	51.854	0	0	56.313	0	0	24.134	0	0	24.134	80.447
SIERRA DE SALAMANCA	0	0	415	0	0	415	0	0	276	0	0	276	691
VALLES DE BENAVENTE	230	476	313	0	0	1.019	16	198	128	0	0	342	1.361
VALTIENDAS (*)	0	340	620	0	0	960	0	0	7	0	0	7	967
<b>TOTAL CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>630.994</b>	<b>46.435</b>	<b>701.476</b>	<b>160</b>	<b>1.650</b>	<b>1.380.715</b>	<b>84.853</b>	<b>1.651</b>	<b>129.555</b>	<b>0</b>	<b>189</b>	<b>216.248</b>	<b>1.596.963</b>
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.705.555</b>	<b>370.679</b>	<b>3.762.620</b>	<b>267.772</b>	<b>697.673</b>	<b>6.804.299</b>	<b>547.323</b>	<b>178.594</b>	<b>2.622.159</b>	<b>267.343</b>	<b>1.163.678</b>	<b>4.779.097</b>	<b>11.583.396</b>
CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA (%)	37,00	12,53	18,64	0,06	0,24	20,29	15,50	0,92	4,94	0,00	0,02	4,52	13,79

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del MAGRAMA.

La IGP Castilla y León muestra una mayor variedad. De un total de 168 bodegas, las orientadas a la exportación han comercializado 27.147 hectolitros de tinto, lo que supone el 49,3% del total exportado (muy inferior al 59,9% referido a las ventas al exterior de tinto de las DOP). Le siguen en importancia el blanco (36,3%) y el rosado (13,3%), con reducida presencia del vino de aguja (535 hectolitros) y de los vinos espumoso (4), de licor (6) y aromatizado (2).

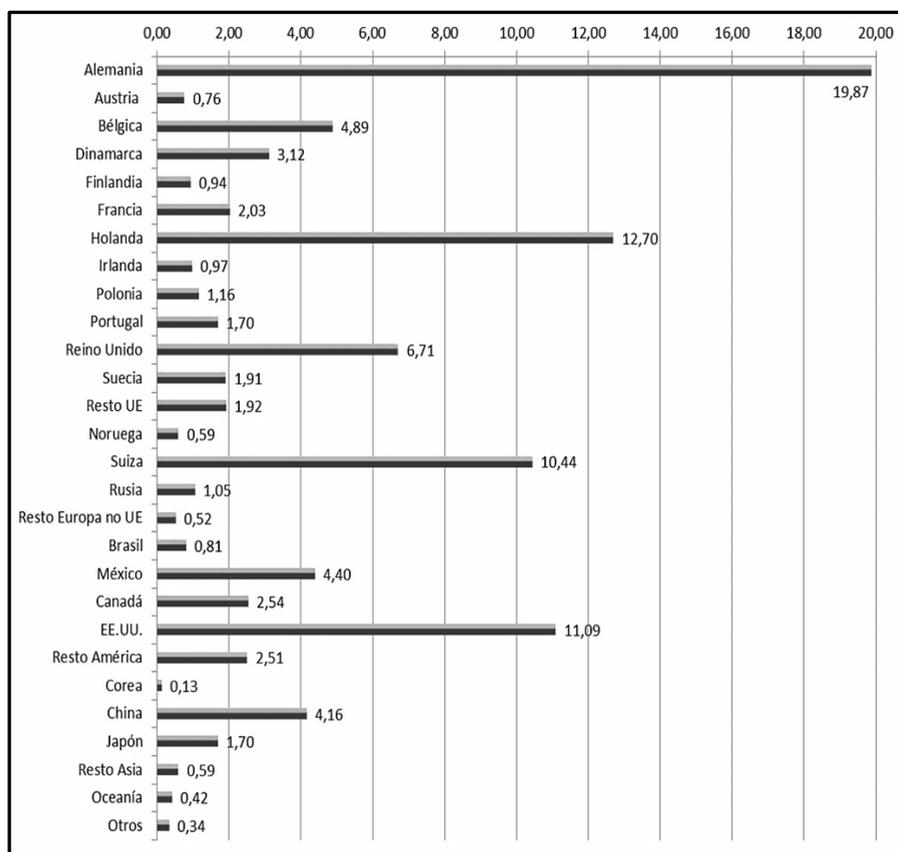
Respecto a los principales países importadores de vino DOP de la región, en la Figura 14 se observa la importancia de la UE (que concentra el 58,7% de las ventas al exterior en volumen acumuladas en los últimos cinco años), con Alemania, Holanda y Reino Unido, en cabeza, seguidas de Bélgica y Dinamarca (este quinteto supone el 47,3% de la exportación total). También constituyen destinos importantes Estados Unidos, México, Suiza y China; estos dos últimos países junto con Alemania, registran los incrementos más notables en este lustro.

Por territorios, el grueso de las exportaciones se destina, por lo general, a un reducido número de países, lo que reclama un importante esfuerzo diversificador. Así, Arlanza ha vendido principalmente en Suiza (23,5%), China, EE.UU. y Polonia; Arribes, en China (70,2%) y Reino Unido; Bierzo, en Alemania (29,8%) y EE.UU.; Cigales, en Suiza (23,8%) y Bélgica; Ribera del Duero, en Alemania

(18%), Suiza (14%), EE.UU. y México; Rueda, que junto con la anterior es la que está presente en mayor número de países, en Holanda (24,8%), Alemania (21,2%) y EE.UU.; Tierra de León, en México (46,5%) y EE.UU.; Tierra del Vino de Zamora, en EE.UU. (37,7%) y Brasil; Toro, en Alemania (18%), Portugal, China y EE.UU.; Sierra de Salamanca, en EE.UU. (63%) y Reino Unido; Valles de Benavente, en Alemania (27,8%), Reino Unido, Suecia y China; Valtiendas, la mitad en Suiza y el otro 50% en EE.UU.; la IGP Castilla y León, en Alemania (20,1%), Bélgica, Holanda y EE.UU.. Dentro de las exportaciones de las IGP españolas, presenta una posición importante en Suiza, México, Japón y Reino Unido.

**Figura 14**

Distribución mundial de la exportación de vinos DOP de Castilla y León (2011-2015) (%)



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del MAGRAMA.

En cualquier caso, la proliferación de estas DOP ha propiciado la aparición de

un creciente número de empresas, susceptible de configurar SPLA<sup>16</sup> capaces de generar economías externas a escala comarcal (Zanni, 2004), con base en la producción del vino. Así ocurre en las DOP más antiguas: Ribera del Duero, Rueda y Toro y, potencialmente en Bierzo, Cigales. Su incorporación a las Rutas de Vinos de España (ACEVIN, 2016), constituye una interesante oportunidad de diversificación productiva para estas zonas, a través del enoturismo.

#### 4. CONSIDERACIONES FINALES

Del análisis efectuado, cabe extraer, a modo de conclusión, las siguientes consideraciones:

- La IAA constituye una de las palancas básicas de crecimiento en el contexto de la industria nacional y, sobre todo, castellana y leonesa, dada la mayor especialización de la región en la actividad agroalimentaria. Buena prueba de ello es su resistencia frente a la crisis y el mantenimiento en la región de más de 35.000 empleos.
- La industria del vino ocupa un destacado papel, tanto en España como en la región, en el ámbito de la IAA. Con unas 550 empresas y 3.700 empleados, constituye un importante motor generador de actividad económica y cifra de negocio.
- Las industrias vinícolas de España y Castilla y León comparten una serie de rasgos básicos: gran extensión geográfica del viñedo; elevada producción, sujeta a importantes variaciones anuales, ampliamente condicionadas por el clima; fuerte concentración territorial (en La Mancha, para el caso español, y en las provincias de Valladolid y Burgos, para el castellano y leonés); débil consumo interno, intensificado con la crisis, y más acusado en Castilla y León, que impone el reto de captar nichos de mercado en segmentos de población distintos de los consumidores tradicionales; minifundismo empresarial, que dificulta una mayor visibilidad en los mercados, a fin de compensar la caída en el consumo nacional; impulso exportador, manifiestamente mejorable en la región, donde aparece ligado a la venta de vinos de calidad a precios medios superiores a los de casi todas las CC.AA.
- En este difícil contexto han ido cobrando relevancia las estrategias vitivinícolas, para un escenario global, de un puñado de PYMES de origen esencialmente nacional/regional que han configurado un importante grupo eficaz y diversificado, productor tanto de vinos con DOP como de vinos

---

<sup>16</sup> Existen en la región varias áreas de especialización productiva constitutivas de SPLA (Juste Carrión, 2011): Aranda de Duero, Venta de Baños, Aguilar de Campoo, los chacineros Guijuelo y Cantimpalos-Carbonero el Mayor, y los vinícolas Ribera del Duero, Rueda y Toro. Municipios de interés agroalimentario son también Arévalo y Briviesca. La IAA va ganando terreno asimismo en los SPL de Ponferrada, Medina del Campo, Cuéllar y Béjar (Juste Carrión, 2012).

más económicos de aceptable calidad, crecientemente ligado a la exportación, al auge de nuevos productos (vinos ecológicos, sin alcohol y de baja graduación o refrescos a base de vino), a la vinculación del vino a la gastronomía y al enoturismo.

- La intensa proyección territorial de la industria vinícola, con un patrón de localización empresarial vinculado a la materia prima, constituye un importante factor de desarrollo local/rural, que encuentra su principal reflejo en la presencia de DOP susceptibles de configurar SPLA, donde fomentar potenciales lazos cooperativos. En Castilla y León, la proliferación, durante las últimas décadas, de bodegas con vinos de calidad (tintos y blancos) en esas zonas, ha afianzado la industria vitivinícola regional dentro del panorama nacional e internacional, hasta el punto de dominar claramente en las exportaciones regionales de vino.
- Así lo demuestra la experiencia de zonas como Ribera del Duero, Rueda o Toro, con algunas de las empresas más prestigiosas a nivel nacional y con presencia en el mercado exterior en un creciente número de países. Su éxito y su arraigo territorial, como exponente de iniciativas de desarrollo local generadoras de empleo y riqueza resultan, sin duda, trascendentales para ayudar a fijar la población rural en una región con un altísimo grado de envejecimiento demográfico actual y con visos de agudizarse en los próximos años.

De cualquier modo, la perdurabilidad del dinamismo del sector y su solidez como factor de desarrollo en Castilla y León (y, por extensión, en España) en los próximos años, está supeditada a la conjugación exitosa de una serie de fortalezas y debilidades, que conforman un estimulante terreno para el desarrollo de futuras investigaciones. Así, resulta de gran interés profundizar en el estudio de las estrategias empresariales en materia de producción, I+D+i, comercialización e internacionalización (sobre todo hacia países emergentes) y su grado de agresividad en un sector maduro y fuertemente competitivo, y examinar el impacto sobre las mismas de la apuesta de las instituciones regionales por el sector mediante subvenciones y otros mecanismos (ferias, campañas publicitarias...), en línea con lo previsto en la Agenda Estratégica de Innovación elaborada por la Plataforma Tecnológica del Vino, cara a 2020. Merecen un examen detallado asimismo: el alcance del enoturismo como encrucijada entre vino, patrimonio histórico, cultura gastronómica, artesanía popular y medio rural, en una región que aspira ser líder a escala nacional en este ámbito; el reto del envejecimiento de los viticultores y la escasa incorporación de jóvenes, amén del problema del recambio generacional en las bodegas de carácter familiar; el papel de la Economía Social (cooperativas, sociedades laborales,...) en la rama vinícola regional; los reajustes frente a la burbuja inversora en el sector, previa a la crisis, orientados a la canalización de

excedentes y las tensas relaciones con el sector distribuidor; el papel de la mujer en los ámbitos del consumo y la producción; y, naturalmente, las actuaciones contempladas con vistas a la sostenibilidad productiva frente al cambio climático.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- ALBISU L.M., y ZEBALLOS, G. (2014). "Consumo de vino en España: tendencias y comportamiento del consumidor". En Compés López, R. y Castillo Valero, J.S. (coord.): *La economía del vino en España y en el mundo*, pp. 99-140. Almería: Cajamar Caja Rural.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CIUDADES DEL VINO (ACEVIN) (2016). *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España, 2015*. Alcázar de San Juan, ACEVIN.
- BARCO, E. (2002). "El sector vitivinícola en el siglo XXI". *Distribución y Consumo*, nº 65, pp. 22-33.
- COMPÉS LÓPEZ, R. y CASTILLO VALERO, J.S. (coord.) (2014). *La economía del vino en España y en el mundo*. Almería: Cajamar Caja Rural.
- FERNÁNDEZ, E. y PINILLA, V. (2014). "Historia económica del vino en España (1850-2000)". En Compés López, R. y Castillo Valero, J.S. (coord.): *La economía del vino en España y en el mundo*, pp. 67-98. Almería: Cajamar Caja Rural.
- JORDANA, J. (2009). "Hacia dónde va la industria agroalimentaria". *Mediterráneo Económico*, nº 15, pp. 207-227.
- JUSTE CARRIÓN, J.J. (2011). "Industria agroalimentaria, desarrollo rural y sistemas productivos locales en Castilla y León". *Cuadernos de Estudios Agroalimentarios CEA*, vol. 02, julio, pp. 219-253. Fundación Cajamar.
- JUSTE CARRIÓN, J.J. (2012). "Análisis del comportamiento del empleo industrial en los sistemas productivos locales en Castilla y León". *Revista de Estudios Empresariales, Segunda Época*, nº1, p.84-112.
- LAGO MONEO, J.A. (2016) (dir.). "El gasto en vino". *Boletín de Investigación de Constanza Business & Protocol School*, Documento nº 1/2016.
- LANGREO NAVARRO, A. y CASTILLO VALERO, J.S. (2014). "Estructura, organización y modelos empresariales en el sector". En Compés López, R. y Castillo Valero, J.S. (coord.): *La economía del vino en España y en el mundo*, pp. 141-174. Almería: Cajamar Caja Rural.
- MAGRAMA (varios años). *La Alimentación en España*. Madrid: Servicio de Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MAGRAMA (varios años). *Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos (DOPS)*. Madrid: Servicio de Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MERCASA (varios años). *Alimentación en España. Producción, industria, distribución y consumo*. Madrid: Empresa Nacional Mercasa.
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (OEMV) (2016). *Exportaciones de vino y mosto por Comunidades Autónomas, año 2015*. Madrid: OEMV.

- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (OEMV) (2016). *Exportaciones de vino de Castilla y León, 2015*. Madrid: OEMV.
- SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J.L. (2014). "El valor social y territorial del vino en España". En Compés López, R. y Castillo Valero, J.S. (coord.): *La economía del vino en España y en el mundo*, pp. 31-66. Almería: Cajamar Caja Rural.
- SANZ CAÑADA, J. (1993). *Industria agroalimentaria y desarrollo regional*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Serie Estudios, nº 78.
- UNWIN, T. (2001). *El vino y la viña. Geografía histórica de la viticultura y el comercio del vino*. Barcelona: Tusquets.
- ZANNI, L. (2004). *Leading firms and wine clusters. Understanding the evolution of the Tuscan wine business through an international comparative analysis*. Milán: Franco Angeli.