

Estimación del rendimiento de Tempranillo en tres densidades de plantación

Efectos productivos y cualitativos del aclaraeo de racimos

Diagnóstico nutricional mediante el análisis del limbo y peciolo

Síntomas, daños y medios de control del oídio en el cultivo de la vid

Importancia de la variabilidad espacial del suelo en la viticultura de precisión

El sector del vino no acaba de adaptarse a la nueva OCM

Casi dos campañas después de que se iniciara la aplicación de la reforma de la Organización Común de Mercado (OCM) del Vino, el sector vitivinícola sigue inmerso aún en un claro desajuste respecto a la reglamentación anterior y en una fase transitoria de adaptación, que dura ya demasiado tiempo. Hay que tener también en cuenta que los

cambios desde una política de regulación de las producciones vitivinícolas a otra menos intervencionista y orientada a la promoción fuera de la UE se introdujeron en un contexto de fuerte crisis económica general, con incidencia adversa sobre la demanda de consumo y las exportaciones de las últimas campañas 2008/09 y 2009/10.

Alfredo López.

Periodista.

Las consecuencias son ya las conocidas por el conjunto del sector: descenso acusado de los precios de las uvas y de los vinos base, incluso a niveles por debajo de costes de producción, que han venido afectando de lleno a vitivinicultores y bodegas cooperativas, importantes cambios e incluso desmantelamiento de la gran mayoría de las medidas de regulación de las existencias de vino y de mosto (almacenamiento privado, mosto para vinificación o zumos, destilación de boca y de subproductos, etc.); fuerte contracción del consumo interno, sobre todo en el canal de hostelería y restauración (Horeca) y des-

censo de las exportaciones hasta niveles de hace tres años.

Y menos mal que en estas dos últimas campañas no se han producido cosechas y producciones elevadas, sino moderadas, medias bajas, con 41,6 millones de hectolitros en 2008/09 y de 38,96 millones en la actual 2009/10 (**cuadros I y II**), frente a un potencial de producción de vinos y mostos en el entorno de los 50 millones de toneladas, que se alcanzó en la campaña 2004/05.

Para la campaña 2010/11, que se inicia oficialmente el próximo 1 de agosto, correspondiente a la vendimia de este otoño, aún es muy pronto para realizar previsiones medianamente fiables. A favor de una buena cosecha juega el hecho de que las heladas primaverales han sido bastantes puntuales y tardías. Las producidas en los primeros días

de mayo afectaron en diverso grado, según Agroseguro, a más de 20.000 hectáreas de viñedo en las CC.AA. de Castilla-La Mancha y Castilla y León, principalmente, así como a otras zonas puntuales de Galicia y la Comunidad Valenciana. La afección, sin embargo, representa apenas menos del 2% de la superficie plantada de viñedo de nuestro país (1.049.754 ha) por lo que su importancia es relativa.

Tras un invierno y una primavera que ofrecieron un registro importante de lluvias, lo que habrá dado lugar a episodios puntuales de mildiu y otras enfermedades, nos llegan ahora unos meses de verano que serán determinantes desde el punto de vista climático (exceso o defecto de calor, tormentas, pedrisco, etc.) para conocer tanto el volumen, como la calidad de la uva que se recoja después.

CUADRO I.

Producción de vino y mosto y superficie de viñedo en 2009/10.

CC.AA.	Producción (000 hl)	Superficie (has)
Andalucía	1.204	37.633
Aragón	1.303	42.034
Asturias	1	182
Baleares	28	1.544
Canarias	73	19.478
Cantabria	1	96
C.-La Mancha	20.226	493.694
C. y León	1.667	75.307
Cataluña	3.247	58.680
Extremadura	3.088	85.669
Galicia	752	32.602
Madrid	147	16.010
Murcia	782	35.437
Navarra	895	22.492
País Vasco	629	14.223
La Rioja	2.079	44.548
Valencia	2.834	70.125
Total	38.956	1.049.754

Fuente: MARM.

CUADRO II.

Declaraciones de producción de vino y mosto. Campaña 2009/10

Tipos	Volumen (Hl)
Vinos con DOP	13.609.564
Vinos con IGP	2.915.329
Vinos varietales sin DOP/IGP	793.715
Vinos sin IGP	17.255.230
Otros vinos	192.581
Total vinos	34.766.419
Mostos con DOP	92.034
Mostos con IGP	9.261
Mostos vinos varietales	5.395
Mostos sin IGP	3.338.441
Mostos otros vinos	127.509
Total mostos	3.572.640
Total vinos + mostos	38.339.059

Fuente: FEGA, 15/04/2010.

Aventurándonos un poco en la estimación y si no hay sorpresas de importancia, la próxima vendimia podría dar lugar a una producción de vino y mosto similar a la media de las últimas campañas, entre 39 y 43 millones de hectolitros, un volumen bastante asumible por el mercado en circunstancias normales, que justo son las que ahora no se dan. De ahí que la incertidumbre sobre los

CUADRO III.

Solicitudes, superficie e importe de las primas al arranque de viñedo en España. Campaña 2009/10.

CC.AA.	Nº solicitudes	Superficie (ha)	Importe (€)
Andalucía	261	498,96	3.405.184,20
Aragón	277	713,25	2.820.027,65
Baleares	0	0	0
Castilla-La Mancha	5.021	21.454,28	116.855.745,05
Castilla y León	51	56,50	244.010,80
Cataluña	144	307,03	1.488.216,40
Extremadura	171	998,15	4.868.919,55
Madrid	42	111,91	314.193,55
Murcia	147	856,57	3.024.305,35
Navarra	541	1.339,48	8.201.003,80
C.Valenciana	571	1.481,94	6.875.501,60
TOTAL	7.226	27.818,07	148.097.107,95

Fuente: FEGA

precios de la uva y el vino sea una constante y dependa principalmente de la evolución de las cosechas en otros países productores de la UE, de las exportaciones y de que se logre frenar un poco el paulatino descenso del consumo interior.

Nuestro país cuenta con unas 580.000 explotaciones de viñedo, con una media de 1,9 hectáreas. El potencial productivo se ha venido reduciendo en los últimos años, debido tanto a la crisis económica general, como a la propia del sector vitivinícola, así como por las ayudas concedidas al arranque voluntario de viñedo, que han supuesto el levantamiento de más de 70.000 ha (6,5% del potencial vitícola) y primas por un montante de casi 384 millones de euros, siendo Castilla-La Mancha la comunidad que más se ha beneficiado de esta medida, con 52.266 ha por importe de casi 290,5 millones de euros. Las solicitudes, superficies e importes de las primas de la campaña actual 2009/10 se contemplan en el **cuadro III** adjunto.

Aún queda la próxima campaña 2010/11 para cogerse a este tipo de ayudas de carácter socioestructural, que están beneficiando a los viticultores de mayor edad, que no tienen perspectivas de sucesión en su explotación, mayormente de secano, y que deciden abandonar total o parcialmente la actividad en este sector ante la falta de rentabilidad.

Para la próxima y última campaña podrían acogerse a las primas de abandono entre 15.000 y 20.000 hectáreas más de viñedo en nuestro país.

Reconversión y promoción

Junto a esta medida, cabe destacar en el programa nacional de apoyo la de reestructuración y reconversión del viñedo, que se mantiene de la anterior OCM y que ha servido para modernizar y mejorar una buena parte de nuestros viñedos, a pesar de que los frutos o resultados de la inversión han dejado bastante que desear desde el punto de vista de su rentabilidad económica en muchos casos.

Esta medida cuenta con fondos comunitarios de 341,17 millones de euros, de los que 57,33 millones se repartieron en 2009 y 77,67 millones en 2010 (**cuadro IV**) y, aunque sigue vigente, también ha perdido fuelle en las últimas campañas, debido a la fuerte crisis que arrastra el sector productor vitivinícola.

Para la campaña 2010/11 se prevé un gasto en el programa de apoyo de 36,5 millones de euros, que aumentarán en la 2011/12 hasta 87,45 millones y en 2013 hasta 82,23 millones.

Pero, sin duda, la medida estrella, según el MARM, del programa nacional de apoyo al sector es la de promoción a países terceros. Su objetivo es promocionar los vinos con DOP, IGP o con indicación varietal en los mercados de terceros países (Estados Unidos, Suiza, Rusia, China, Canadá, Japón, India, Noruega, etc.) y cuenta con un presupuesto de más de 154,84 millones hasta 2013.

La tardía aprobación de las normas y las

propias dificultades de gestión administrativa han hecho que en su primera campaña de aplicación en 2009 los resultados no fuesen los esperados. Frente a unos fondos comunitarios de 16 millones de euros, que deberían haber dado lugar a una inversión de 32 millones (los beneficiarios asumen el 50% del coste efectivo de las acciones), lo ejecutado ha sido de apenas 6,98 millones, que han beneficiado a 161 planes de promoción **(cuadro V)**.

En la campaña 2009/10, las estimaciones de gasto están más ajustadas al presupuesto previsto, puesto que se elevan a 32,92 millones de euros para 430 planes de acción promocional que, de confirmarse, necesitarían de casi un millón de euros de dinero sobrante, no gastado en otras medidas.

Los beneficiarios de estas ayudas comunitarias a la promoción en países terceros son las empresas privadas, las organizaciones de productores y las interprofesionales, así como organismos públicos, como los Consejos Reguladores, con preferencia en su concesión para las pequeñas y medianas

CUADRO IV.

Reestructuración y reconversión de viñedo 2009/10. Ejercicio financiero 2010

CC.AA.	Asignación inicial (€)	(%) s/total
Andalucía	6.480.583	8,3
Aragón	7.439.533	9,6
Asturias	35.000	0
Baleares	613	0
Canarias	266.013	0,3
Cantabria	6.690	0
C. y León	5.353.358	6,9
C. -La Mancha	19.413.538	25,0
Cataluña	9.902.970	12,7
Extremadura	9.612.872	12,4
Galicia	2.618.687	3,4
Madrid	153.195	0,2
Murcia	3.640.000	4,7
Navarra	905.692	1,17
País Vasco	2.059.128	2,7
La Rioja	3.045.584	3,9
Valencia	6.736.544	8,7
Total	77.670.000	100,0

Fuente: FEGA

empresas y las marcas colectivas, aunque el abanico se está abriendo poco a poco.

Las acciones objeto de ayuda son las que se realicen de relaciones públicas y medidas de promoción e información de las características de los productos comunitarios; la información sobre el sistema comunitario de denominaciones de origen, indicaciones geográficas y producción ecológica; la participación en ferias y exposiciones de ámbito internacional, así como los estudios de nuevos mercados y de evaluación de los resultados de las acciones de información y promoción.

Una de las medidas que aún no se ha puesto en marcha, pero que deberá entrar en vigor ya en la próxima campaña es la de inversiones, para la cual el programa nacional de apoyo prevé en el periodo 2011-2013 unos fondos comunitarios de 148 millones de euros, a razón de 36 millones en 2011 (campaña 2010/11) y de 56 millones, respectivamente, en 2012 y 2013.

Las ayudas de esta medida son incom-

EL MEJOR MERCADO PARA CULTIVAR NEGOCIOS

fruit
attraction

FERIA PROFESIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

20-22
OCTUBRE
2010

COORGANIZAN



IFEMA
Feria de Madrid



www.fruitattraction.ifema.es

LÍNEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES 902 22 16 16
LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00

fruitattraction@ifema.es



CUADRO V.

Promoción de vino en mercados de terceros países. Ejercicio 2009 y 2010.

CC.AA.	Ejercicio FEAGA 2009		Ejercicio FEAGA 2010	
	Nº total beneficiarios	Total presupuesto ejecutado (€)	Nº total beneficiarios	Presupuesto previsto (€)
Andalucía	32	852.678	55	1.881.952
Aragón	8	843.403	12	1.554.900
Asturias	-	-	0	00
Baleares	1	14.540	3	88.400
Canarias	0	-	1	2.332
Cantabria	0	-	0	0
C.-La Mancha	8	693.240	73	7.731.501
C. y León	15	274.533	56	2.162.005
Cataluña	58	2.125.543	121	7.511.376
Extremadura	0	-	4	477.875
Galicia	7	163.506	12	803.141
La Rioja	9	1.077.356	32	4.127.413
Madrid	7	39.318	15	629.511
Murcia	0	-	8	1.833.025
Navarra	3	127.229	4	574.969
País Vasco	11	623.131	23	2.236.619
Valencia	2	146.399	11	1.304.437
Total	161	6.980.875	430	32.919.456

Fuente: MARM.

patibles con otras de desarrollo rural y van dirigidas a la inversión en bodegas e instalaciones vitivinícolas. En concreto, apoyan la construcción, adquisición, *leasing* y mejora de bienes inmuebles; alquiler de maquinaria nueva y equipos, incluidos programas infor-

máticos, así como costes vinculados a los anteriores, como honorarios de arquitectos, ingenieros y consultores, estudios de viabilidad, o adquisiciones de patentes y licencias.

El programa nacional de apoyo prevé también medidas de desarrollo rural para el sec-

tor, que son gestionadas dentro de los programas regionales y deben ser cofinanciadas por las Administraciones autonómicas, con un monto de 185,76 millones de euros para el periodo 2009-2013, a razón de 15,49 M€ en 2009; 30,95 M€ en 2010; 46,44 M€ en 2011 y 46,44 M€ en 2012 y 2013.

Gestión de la oferta

Una de las pocas medidas de gestión de la oferta de vino de la OCM anterior es la de destilación de alcohol de boca, aunque los volúmenes acogidos a la misma han sido también algo inferiores a lo previsto en campañas anteriores.

En la campaña anterior, frente a un gasto previsto de 123,24 millones de euros, al final fueron realizados 1.112 contratos entre bodegas y alcoholeras para un volumen de casi 5,68 millones de hectolitros de vino y un gasto ejecutado (700 €/ha) de casi 100,1 M€, que fue percibido por los agricultores que entregaron su uva para vinificación con destino posterior a destilación.

En la campaña actual 2008/09 (**cuadro VI**), los contratos realizados entre las partes han sido inferiores, unos 793, para un volumen de vino entregado a destilación también más bajo, de casi 5,14 millones de hectolitros, lo que da pie a pensar que tampoco se gastará el presupuesto previsto para esta medida.

Por ello, y con el fin de aliviar la situación de excedentes en bodega, el MARM aprobó recientemente la concesión de una ayuda extraordinaria de 15 M€ para destilar un volumen adicional de hasta 2 millones de hectolitros, a razón de una ayuda teórica de 300 €/ha (equivalente a unos 0,68 €/hectogrado), que no cobrará el viticultor, sino la bodega que lleve el vino a destilación.

Sin embargo, la ligera recuperación del mercado exterior en estos últimos meses y el rechazo de una de las asociaciones de destiladores, que no está de acuerdo con la política que ha llevado el MARM en este ámbito, hacen dudar de que finalmente se llegue a destilar el volumen subvencionable.

Si, en cambio, se llega a destilar para alcohol de boca el máximo posible previsto por el MARM, la campaña 2009/10 se cerraría con más de 7 millones de hectolitros de vino, que podrían pesar y pasar factura al sector en la próxima campaña, puesto que las alcohole-



destilar más de lo que necesitan para atender sus compromisos comerciales.

El programa nacional de apoyo contempla también la destilación de subproductos, con una dotación total de 159 M€ para el periodo 2009-2013, a razón de un gasto de 31,8 M€ por campaña que en la primera de aplicación (2008/09) se quedó ligeramente por debajo (31,52 M€).

Esta medida tiene un carácter de gestión meramente medioambiental, con una ayuda que es recibida por los destiladores, que a cambio se hacen cargo del transporte de los residuos de la vinificación de las bodegas hacia las alcoholeras, pero sin que aquéllas reciban nada por esos subproductos (lías, orujos, etc.).

A pesar de que el programa nacional contempla la posibilidad de realizar una destilación de crisis, esta medida no ha sido aplicada en ninguna de las dos campañas en que lleva vigente la nueva OCM, aunque sí que fue solicitada, pero no atendida por el MARM, en los primeros meses de la actual 2009/10.

ras tienen excedentes importantes de alcohol acumulados en sus depósitos. Además, en la campaña 2010/11 ya no se contará con ayudas a la hectárea para esta medida de regula-

ción de mercado, sino que los fondos se recibirán como pago único, sin obligación por parte de los vitivinicultores de tener que entregar vino para destilación, ni de las alcoholeras de

Patentkali®

Equilibrio Perfecto

- Especialidad en potasio con equilibrados contenidos de azufre y magnesio.
- Todos los nutrientes están en forma de sulfatos, rápidamente asimilables.
- Beneficia notablemente rendimiento y calidad.
- Su uso en agricultura ecológica está autorizado según CE 834/2007 y CE 889/2008.

Patentkali® 30% K₂O · 10% MgO · 42% SO₃



CUADRO VI.

Ayuda a la destilación de alcohol para usos de boca (campaña 2009/10) y ayuda hectárea en 2008/09.

C. Autónoma	Nº contratos	HI contratados	(%) s/total	2008/09 (€)
Andalucía	27	106.488,39	2,07	1.866.312
Aragón	64	137.234,00	2,67	2.540.884
Cataluña	62	77.114,76	1,50	1.359.756
C-La Mancha	359	3.497.808,25	68,09	69.662.173
C.y León	16	14.441,40	0,28	275.786
Extremadura	128	770.822,85	15,00	14.883.231
Madrid	27	36.188,30	0,70	736.757
Murcia	25	98.625,87	1,92	2.270.415
Navarra	22	34.842,00	0,68	680.019
Rioja, La	2	10.312,00	0,20	441.378
C.Valenciana	61	353.106,61	6,87	5.388.649
Total	793	5.136.984,43	100,0	100.105.360
Total 2008/09	1.112	5.676.578,30	100,0	-
Dif. 09/10-08/09	-28,24	9,51	-	-

Fuente: FEAGA

CUADRO VII.

Evolución de las exportaciones españolas de vino en 2009.

Tipo de vino	Valor (M €)		Volumen (M Ltrs.)		Precio medio (€/l)	
	2009	(%) s/08	2009	(%) s/08	2009	(%) s/08
DO envasado	790,4	-8,3	270,3	-5,4	2,92	-3,0
DO a granel	30,1	-25,7	51,2	-32,9	0,59	+10,7
Mesa envasado	200,5	-7,0	234,1	-12,3	0,86	+6,0
Mesa granel	240,1	-21,5	725,2	-10,0	0,33	-12,8
Espumoso	328,4	-24,5	135,9	-5,8	2,42	-19,8
Aromatizado	55,4	+6,6	66,6	+2,9	0,83	+3,6
De licor	67,0	-0,8	23,6	-2,8	2,84	+2,1
De aguja	6,1	-30,8	2,8	-37,2	2,17	+10,2
Total Vinos	1.718,2	-13,5	1.509,6	-9,7	1,14	-4,2

Fuente: OEMV.

CUADRO VIII.

Evolución de las exportaciones españolas de vino. Primer trimestre 2010.

Tipo de vino	Valor (M €)		Volumen (M Ltrs.)		Precio medio (€/l)	
	2010	(%) s/09	2010	(%) s/09	2010	(%) s/09
Con DOP	165,0	-4,8	55,1	-6,8	3,00	+2,2
Con DOP a granel	8,6	-1,7	15,5	+0,7	0,55	-2,3
Sin DOP envasado	85,4	+108,9	99,1	+111,8	0,86	-1,4
Sin DOP a granel	51,9	-9,4	160,4	+0,9	0,32	-10,3
Espumoso	61,7	-10,7	25,4	-11,0	2,43	+0,4
Aromatizado	11,8	+8,5	14,5	+10,0	0,82	-1,4
De licor	13,2	+17,4	7,7	+53,4	1,72	-23,4
De aguja	2,2	+48,6	3,6	+508,5	0,62	-75,6
Total vinos	399,8	+7,2	381,2	+16,4	1,05	-7,9
Mosto	22,9	-6,7	28,2	+3,1	0,81	-9,6
Vinagre	4,4	+7,2	6,1	-6,5	0,71	+14,6
Total Exportac.	427,2	+6,4	415,6	+15,0	1,03	-7,5

Fuente: OEMV.

Apuntes de mercado

En la presente campaña que concluye el próximo 31 de julio, se ha producido una ligera reducción de la producción de un 6%, debido a los problemas climáticos en los meses previos a la vendimia. Esta menor cosecha, inferior a los 39 millones de hectolitros de vino y mosto, no ha supuesto una mejora de los precios de la uva y del vino base, que de media se han reducido un 20% al menos, mermando bastante la rentabilidad del sector productor y de primera transformación. Los motivos principales han sido que la crisis económica general y particular del sector ha afectado al consumo y a las exportaciones.

Al consumo interno que sigue su paulatina caída, con la novedad de que este descenso no sólo afecta a los anteriores vinos de mesa, sino que se ha trasladado también en el último año y medio a los vinos con DOP/IGP y sobre todo a la realizada en el canal de restauración (Horeca).

Respecto a las exportaciones de vinos, hay que apuntar que en el pasado año (**cuadro VII**) se redujeron por los efectos de la crisis a niveles de 2006 y 2007, con descensos del 13,5% en valor (1.718,2 M€) y del 9,7% en volumen (1.508,6 millones de litros), a pesar de la caída del 4,2% en los precios unitarios medios y de la menor cosecha.

No obstante, durante el primer trimestre de 2010 (**cuadro VIII**) se observa cierta recuperación en algunas categorías de vinos respecto a ese mismo periodo del pasado año. En vinos sin DOP envasados, con una óptima relación calidad-precio (0,86 € litro de media, apenas un 1,4% menos), las ventas al exterior se han doblado, creciendo un 108,9% en valor (85,4 M€) y un 111,8% en volumen (99,1 millones de litros) en relación a ese mismo periodo de 2009.

Esa recuperación, sin embargo, no ha llegado aún a producirse en los vinos con mayor valor añadido. Los vinos con DOP bajan en los tres primeros del año un 4,8% en valor (165 M€) y un 6,8% en volumen (55,1 millones de litros), mientras que los vinos espumosos (cavas) se dejan en ese mismo tramo temporal un 10,7% en valor (61,7 M€) y un 11% en volumen (25,4 millones de litros). ●