

Control del rendimiento en Tempranillo blanco mediante aclareo y deshojado

Obtención de una pauta de riego óptima en la variedad Tempranillo

Respuesta fisiológica y vegetativa a la variación de la distancia entre cepas

Flora invasora de los viñedos de la DO Ribera del Duero

Descripción, desarrollo y métodos de control de la excoriosis

El vino español sale de la crisis por el exterior

Un sector en relativa calma, aunque inevitablemente viviendo tiempos muy duros, con cierto equilibrio en el balance y mejorando ventas gracias a la exportación, es el cuadro actual que presenta el sector español del vino. El mercado parece recuperarse poco a

poco, pero las dos grandes tendencias que lo caracterizan, mejora de exportaciones y relativa mejoría del canal alimentación dentro de España, implican nuevos métodos de venta, con los que no todos los operadores están igual de familiarizados.

Rafael del Rey.

Observatorio Español del Mercado del Vino.

El balance vitivinícola, que incluye producción y usos de vinos y mostos, muestra que llevamos seis años continuados de gran estabilidad en cuanto a la producción de mosto y vino, con cifras que rondan los 40 millones de hectolitros; cifra ligeramente superior en la vendimia del año 2009 y alrededor de 39,5 millones como estimación

prevista para la campaña 2010/11. Esta gran estabilidad de producciones es particularmente beneficiosa para el sector vitivinícola español tras los excedentes de 2003 y 2004 y ha permitido mantener también una cierta estabilidad en los datos de existencias a final de campaña, a pesar de las dificultades atravesadas en la venta de los productos.

Con respecto a las existencias de producto, la campaña 2010/11 se calcula que se inició con 35,1 millones de hectolitros, que representan un leve incremento respecto de los 34,4 millones del año anterior, pero no suponían una ex-

cesiva presión de vino sobre el sector. Esta menor presión ha facilitado la recuperación, desde la vendimia, de los precios medios del vino en origen hacia el nivel de los 2,30 €/HI para tintos y cerca de los 2 €/HI para blancos en febrero de 2011, frente a niveles muy inferiores al comienzo de la campaña. Recuperación de precios medios que se debe a una mejora de la demanda y se nota también a principios del año en otras comarcas vitivinícolas y denominaciones de origen.

Y recuperación de los precios en origen, aunque moderada, no tanto por la reducción de



La producción de mosto y vino, con 39,5 millones como estimación prevista para la campaña 2010-11, muestra una gran estabilidad en las producciones.

plantaciones como sí por la mejora de la demanda de los diversos productos. En esta campaña 2010/11 se cierran ya las tres campañas para las que se preveían fondos europeos con los que subvencionar arranques de viñedo y se dispone ya de los datos de adjudicaciones para este año. Con 26.473 nuevas hectáreas autorizadas en España, el total de las tres campañas de arranques subvencionados se eleva a 95.355 hectáreas que, si se multiplican por un rendimiento medio en España de 36,4 hectolitros/ha, implicarían una disminución aproximada en la producción española de 3,5 millones de hectolitros; cálculo que probablemente no es correcto –aunque sí indicativo– por primar entre los arranques los de viñedos menos productivos. En todo caso, la experiencia nos demuestra que con muchas

menos hectáreas, se pueden seguir produciendo muchos más kilos, en función de cómo se trate la viña y el tipo de vino que se quiera producir. De hecho, con 70.000 hectáreas menos de viña en 2010 se ha conseguido prácticamente la misma cantidad de mosto y vino que antes del comienzo de los arranques subvencionados.

Producciones de mosto, alcohol vínico y otros usos

En cuanto a las salidas que se dan a dichas producciones, destaca en la actual campaña la fuerte subida del mosto, cuya producción pensábamos que había bajado mucho en la campaña anterior (2009/10) por la pérdida de ayudas eu-

ropeas, pero que, con la subida actual, comprobamos que tiene más relación con la oferta y la demanda y su efecto en los precios que con la existencia o no de ayudas.

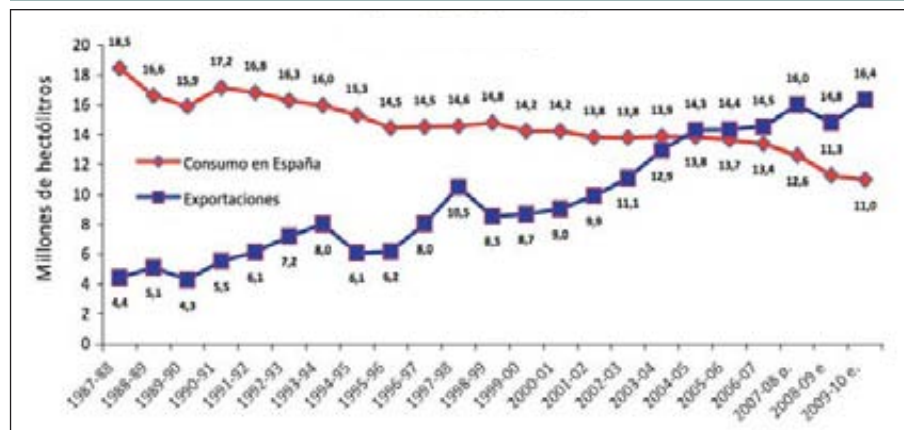
Otra producción importante también por la cantidad que supone en la producción española y afectada igualmente por la desaparición de ayudas europeas es la de alcohol vínico. Las destilaciones de vino se han mantenido relativamente estables en las primeras campañas de aplicación de la nueva OCM (2008/09 y 2009/10) y es posible que se reduzcan levemente en la campaña actual, aunque se apliquen contratos previos a vino de la misma. En todo caso, todo parece apuntar a que España seguirá destilando una cantidad notable de vino por disponer de un mercado desarrollado para este producto que puede seguir implicando algunos millones de hectolitros, independientemente de la concesión o no de ayudas.

Demanda de vinos españoles

Dejando a un lado las producciones de mosto, alcohol vínico y otros usos industriales o comerciales, los dos mayores elementos de la demanda vitivinícola española mantienen una cierta estabilidad, aunque divergiendo cada uno en su tendencia: consumo interno a la baja y exportaciones recuperando su trayectoria alcista (**figura 1**). Con datos del balance, el primero se habría reducido en la campaña 2009/10 un 2,5%, mientras que las segundas habrían aumentado en el mismo periodo, un 10,6%. Trayectorias que efectivamente vienen de lejos. Así, en los veintitrés años que han transcurrido desde la campaña 1987/88, estos datos del balance vitivinícola reflejan una caída media anual del consumo nacional del -2,3%, bajando paulatinamente y sin alteraciones reseñables. En total, representa una bajada desde los 18,5 millones de hectolitros, hasta los 11 millones estimados actualmente. Por su parte, las exportaciones, con mayores variaciones, muestran un crecimiento medio anual en el mismo periodo del 6,1%, pasando en términos absolutos desde los 4,4 millones de hectolitros en 1987/88 a los 16,4 millones actuales. Ambas tendencias, la de consumo interior y exportaciones, se cruzaron ya en la campaña 2004/05, fecha a partir de la cual España se ha convertido en un país netamente exportador de vino; un hecho que debe hacer reflexionar al conjunto del sector: nuestro vino se

FIGURA 1.

Balance del consumo interno y de la exportación de vino en España.



consume ya más fuera de nuestras fronteras que dentro. El aumento se da en el exterior, y la mayor parte de nuestros consumidores se encuentran fuera de España.

Descenso de las ventas en el mercado interior

Pasando a analizar estos dos grandes mercados, interior y exportación, con fuentes de datos distintas pero más detalladas, observamos que las tendencias son parecidas, aunque el dato concreto varíe algo. Con respecto al consumo interno, las cifras del MARM tanto referidas al panel de hogares como al de establecimientos de restauración, reflejan un descenso incluso un poco más acentuado. Bien es cierto que estos datos no incluyen algunos espacios de consumo detectados pero no medidos, como son las ventas en establecimientos no permanentes, venta directa o catering. Ventas que pueden elevar el total estimado de consumo en España hacia los 10/11 millones de hectolitros que muestra el balance, pero que, al no medirse, dejan el consumo según panel en 775 millones de litros

en la segunda mitad del año 2010. También debe destacarse este año que los datos del panel de alimentación han ofrecido grandes variaciones que apuntan a posibles errores, por lo que interesa destacar más las tendencias que la exactitud del dato concreto.

Con datos del panel de hogares al mes de noviembre de 2010 y datos en restauración hasta septiembre del mismo año, el consumo de vino en España sumaría los mencionados 775 millones de litros, de los que 470 millones corresponderían al canal de alimentación (60,6%) y el resto, 306 millones de litros, serían los vendidos a través de la restauración. Esta cifra supone un 3% menos de vino que el año precedente. Entendiendo que el primer caso representa la venta directa del producto al público, y el segundo, la adquisición del mismo por parte de los establecimientos hosteleros, el valor económico del vino en la suma de ambos canales ascendería en 2010 a 2.360 millones de euros, con descenso del 3,2% respecto del mismo periodo del año anterior.

En ambos casos, valor y volumen, las ten-

dencias internas son similares: fuerte caída de ventas en restauración y subida, aunque más ligera, en alimentación, la cual pudiera convertirse, no obstante, en un leve descenso de confirmarse las previsiones para un final de año algo peor que el de 2009. En todo caso, lo segundo (subida o caída menor de la alimentación) no compensa lo primero y el resultado neto es un descenso de ventas de vino en España. Así, en términos de valor, las ventas en alimentación subirían hasta noviembre un 2,5% para alcanzar los 1.153 millones de euros, no así las llevadas a cabo en restauración, que habrían caído un 8,1% hasta los 1.206 millones. Todavía hablando en términos de valor y con un precio medio de adquisición por parte del establecimiento de 3,95 €/l, las ventas en horeca superan a las de alimentación. Sin embargo, en términos de volumen, es notablemente superior el consumo en hogares que el realizado en hostelería. Con una subida del 2,8% en el primero y bajada del 10,7% en el segundo, las cifras absolutas interanuales llevarían a un consumo en hogar de 470 millones de litros por 306 millones en horeca.

la cosecha de tus sueños...

Distribuidor exclusivo
en España de KELPAK:



Camino de Enmedio, 120 • 50013 Zaragoza • 976 461 516 • mail@daymsa.com • www.daymsa.com



En todo caso, esta evolución de la tendencia entre canales afecta más a la forma de venta y distribución del vino de nuestras bodegas que a la cartera de productos. Por tipo de vino, el consumidor español parece preferir claramente el vino con denominación de origen (DOP), que baja menos en restauración que el vino antes llamado de mesa (-4,6% frente al -18,6% del segundo en valor) y que sube más en alimentación (+5,2% frente al +0,1%), aunque en volumen el vino sin DOP sigue siendo aún mayoritario en los hogares españoles.

Recuperación de la senda alcista en las exportaciones

Las tendencias por tipos de vinos están muy claras en el mercado nacional que, sin embargo, parecen ser diferentes en los mercados de exportación. En 2010 y tras el bache del año precedente por la fuerte crisis económica generalizada, se retoma la senda alcista de nuestras exportaciones de vino. Con datos provisionales para el conjunto del año, cerrados a diciembre, el crecimiento habría sido del 10% en valor y del 15,6% en volumen, con una ligera bajada del precio medio del litro del 4,9% por el mayor incremento de ventas de los vinos más económicos, aunque son los vinos con DOP y cavas españoles los que parecen acabar el año con un renovado empuje.

Por tipo de producto, quien ha liderado, sin embargo, este gran incremento de nuestras ventas exteriores ha sido el vino sin DOP envasado, con un crecimiento próximo al 58% tanto en valor como en volumen. Es posible que haya errores derivados de la entrada en vigor este pasado año de la nueva nomenclatura combinada, por la que algunos códigos que antes identificaban unos vinos, pasan ahora a identificar otros, sin que quizás algunos operadores se hayan percatado. En todo caso, éste parece ser el producto estrella del año. Producto que sale a los mercados con un precio medio de 61 céntimos de euro frente a los 3,02 €/l, de media que presentan los vinos con DOP envasados. Éstos, los vinos con DO, consiguen acabar el año con un ligero incremento del 0,2% en valor, gracias a un buen mes de diciembre, y suavizando la caída en volumen, que acaba en el -3,8%. El otro gran componente de nuestras exportaciones en el pasado año 2010 en volumen fue el vino sin DOP a granel y en envases de más de 2 litros, cuyas exportaciones crecieron un 5% en valor y 11,5% en volumen, con caída del precio medio hasta los 31 céntimos de euro (-5,8%) y peor evolución



Con 26.473 nuevas hectáreas autorizadas en España, el total de las tres campañas de arranques subvencionados se eleva a 95.355 hectáreas.

al final del año que al principio.

Si durante la primera mitad de 2010, fueron los graneles recuperados en mercados muy parados el año precedente, como Italia y Rusia, los que tiraban de las exportaciones, tras la vendimia y el ligero incremento de precios en origen, tal crecimiento parece enfriarse. Por su parte, el cava y otros espumosos llevan una tendencia parecida al resto de vinos con DOP y terminan el año en positivo en valor y limitando



En los veintitrés años que han transcurrido desde la campaña 1987/88, los datos del balance vitivinícola reflejan una caída media anual del consumo nacional del -2,3%.

sus pérdidas en volumen. De nuevo, un gran mes de diciembre con crecimientos elevados, conducen las ventas del año hacia un aumento del 7,4% hasta los 360 millones de euros y ligera bajada del volumen del -2,1% hasta situarse en los 136 millones de litros, con precio medio que se eleva casi el 10% hasta alcanzar los 2,66 euros/l.

Entre el resto de tipos de vino, destaca la subida del vino aromatizado tanto en valor como en volumen, la pérdida de valor para los vinos de licor aunque crecen un 6,4% en volumen, y la extraordinaria subida de los vinos de aguja que triplican sus ventas exteriores en volumen hasta los 13,4 millones de litros, aunque con subida más moderada (51%) en valor, que implica una notable disminución de sus precios medios. Es decir, parece que el mercado busca un vino de aguja popular y que, a precios asequibles, puede ser un producto de mucha venta mundial.

Por mercados de destino de nuestras exportaciones, a la recuperación inicial de graneles en Italia, Francia y Rusia (no así en Portugal), se ha sumado este año el fuerte crecimiento para este tipo de vino también en China, que acaba el año con un fuerte aumento de nuestras ventas en un 172% en valor y 369% en volumen. Entre los mercados donde proporcionalmente las ventas de vinos envasados son superiores, destaca el buen comportamiento de los tres norteamericanos, EE.UU., Canadá y Méjico, con crecimientos que en todos los casos superan sobradamente el 10% y llegan a alcanzar el 48% en volumen en Canadá y el 50% en Méjico o el 20% en EE.UU. Por debajo del 10% crecen este año otros mercados importantes para nuestros vinos como Suiza, Bélgica, Noruega o Finlandia. Más difícil (y con varios errores detectados en las cifras de Hacienda y corregidos en la mayor parte de los casos) se observa el panorama en otros destinos como Reino Unido o Japón, en los que se crece en valor pero se cae en volumen, y peor aún en países como Holanda, donde las ventas bajan, aunque ligeramente, tanto en euros como en litros. Un detalle mayor de todos estos datos y su relación con datos similares de años anteriores puede encontrarse en www.oemv.es.

Claves

En definitiva, los datos estadísticos del sector del vino muestran que 2010 ha sido un año mejor que 2009, casi igual de estable en producción y con una tendencia claramente positi-



El otro gran componente de nuestras exportaciones en el pasado 2010 en volumen fue el vino sin DOP a granel y en envases de más de 2 litros, cuyas exportaciones crecieron un 5% en valor y 11,5% en volumen.

va de nuestras exportaciones, tanto en volumen como, más recientemente, en valor. Es el mercado exterior el que nos permite salvar los muebles este año.

Dentro de España, la mejora relativa del canal de la alimentación (por ligera mejoría o suave pérdida, en función de los datos que llegue-

mos a conocer sobre diciembre) no permite compensar las pérdidas en restauración, que vienen siendo ya frecuentes en los últimos años. Con crisis o sin ella, con más o menos restricciones al tabaco, con carnet por puntos o sin él o por el alto precio medio que tiene, o quizás por acumulación de diversos factores, lo cierto es

que las ventas de vino en restauración vienen cayendo desde hace años. Y parece posible que esta situación pueda permanecer en el tiempo y, si es así, está claro que se requiere la adaptación de buena parte de nuestro sector. Pero se trata de tendencias a las que productores y bodegas parecen estar sabiendo hacer frente en la mayor parte de los casos. Esta capacidad de adaptación es la que permite pensar que seguiremos la recuperación en 2011, y la que nos permite ser optimistas respecto del futuro para el sector en su conjunto; un optimismo, sin embargo, que no esconde posibles problemas para operadores individuales, dependiendo de las circunstancias de cada uno, su tamaño, cartera de producto, marca y capacidad de adaptación a los nuevos tiempos. ●

¹ Con la información disponible a principios del año 2011, debemos lamentar la previsible desaparición de datos de ventas de productos agroalimentarios en el canal de la restauración española. A partir del segundo trimestre de este 2011 dejarán de existir, perdiéndose toda la trayectoria estadística y cualquier posibilidad de estimar en adelante el consumo de vino y otros productos en restauración.



SOLUPOTASSE®

El auténtico SOP soluble especial para fertirrigación y aplicación foliar

Desde hace más de 10 años, SoluPotasse® ha proporcionado a los agricultores de todo el mundo, una excelente fuente concentrada de potasio y azufre, ayudando a producir cultivos de alta calidad y alto valor.

- Fácil manejo - rápida disolución y totalmente soluble en agua
- Bajo pH - mejora la asimilación de los nutrientes por la planta y disminuye los riesgos de obstrucción de goteros
- Ideal para suelos sensibles y con problemas de salinidad - bajo índice salino y libre de cloro
- Alta pureza y calidad garantizada con resultados óptimos
- Fertilización flexible - una fuente de potasio libre de nitrógeno que además aporta azufre

Tessenderlo Group Fertilizers

giving nature a helping hand