



LIFE08 ENV/E/000143



Life HAprO WINE

Gestión integral de residuos y análisis del ciclo de vida del sector vinícola. De residuos a productos de alto valor añadido.

Estudio Económico – Social

Octubre 2011





LIFE08 ENV/E/000143



Estudio Económico - Social

2/20

ACERCA DE ESTE DOCUMENTO

Este documento es fruto del trabajo realizado por Fundación Centro Tecnológico de Miranda de Ebro (CTME), en colaboración con Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León (FPN), Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático (ESCi) y PE International (PEI), dentro del paquete de trabajo 1 del proyecto LIFE ENV/E/000243 HAprowINE.

AUTORES

Yolanda Nuñez, Lorena Pereda (Fundación CTME)

DOCUMENTO DISPONIBLE EN:

www.haprowine.eu



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
Objetivo	4
SITUACIÓN ECONÓMICA	4
Marco Global	4
Balance Vitivinícola y Producción	4
<i>Superficie de viñedo</i>	4
<i>Producción de vino</i>	6
Estructura Empresarial del Sector	9
<i>Vinos de Castilla y León con denominación de origen</i>	10
Exportaciones	11
<i>Exportaciones de vinos de Castilla y León</i>	12
Consumo Nacional	13
SITUACIÓN SOCIAL	15
Sector Vitivinícola en Castilla y León	15
<i>Población y empleo</i>	15
<i>Opinión de la sociedad: medio ambiente y vino</i>	18
<i>Enoturismo</i>	18
INDICADORES SOCIOECONÓMICOS	19



INTRODUCCIÓN

OBJETIVO

El objeto del presente informe es analizar la situación económica y social del sector vitivinícola en Castilla y León, dentro del marco global.

SITUACIÓN ECONÓMICA

MARCO GLOBAL

En el mundo se producen anualmente cerca de 265 millones de hectolitros de vino. Italia, Francia y España son los principales países productores, con un volumen de mercado del 44%. El mayor demandante de vino del mundo es Francia, que consumió en 2009, el 12,6% del total, seguido de Estados Unidos (11,5%), Italia (10,4%), Alemania (8,6%) y China (5,9%). España, es el séptimo país con un consumo del 4,8% del vino mundial.

La cultura del vino está fuertemente arraigada en los países mediterráneos, lo que hace que un país como Francia presente un consumo mayor que Estados Unidos, país que casi le quintuplica la población. Por otra parte, cabe destacar el quinto puesto que ostenta China, país emergente con un gran número de habitantes y donde el vino se está convirtiendo en un distintivo de la clase social. En los últimos años este hecho ha originado una aceleración del consumo de vino en el continente asiático, con un crecimiento anual cercano al 10%.

En cuanto a países importadores destacan Alemania, Reino Unido y EEUU, que juntos alcanza más del 41% del total de las importaciones a nivel mundial. Italia, España y Francia, en este orden, son los principales exportadores de vino, siendo España uno de los países, junto con los llamados "nuevos productores" (Chile, Australia, EEUU, Sudáfrica o Argentina) en los que ha crecido más la exportación.

El mercado del vino está evolucionando de forma rápida como consecuencia de la globalización, del dinamismo de sus empresas y de sus nuevos consumidores. El auge en los años 90 de vinos con importantes dosis de madera y alta graduación, deja paso a vinos más ligeros, con menos grados de alcohol y con predominio de la fruta sobre la madera.

BALANCE VITIVINÍCOLA Y PRODUCCIÓN

Superficie de viñedo

En 2009 la superficie vitícola mundial disminuyó en 90.000 hectáreas respecto a 2008, estimándose el total mundial en 7.660.000 ha.

Superficie de viñedo en el mundo. Año 2009

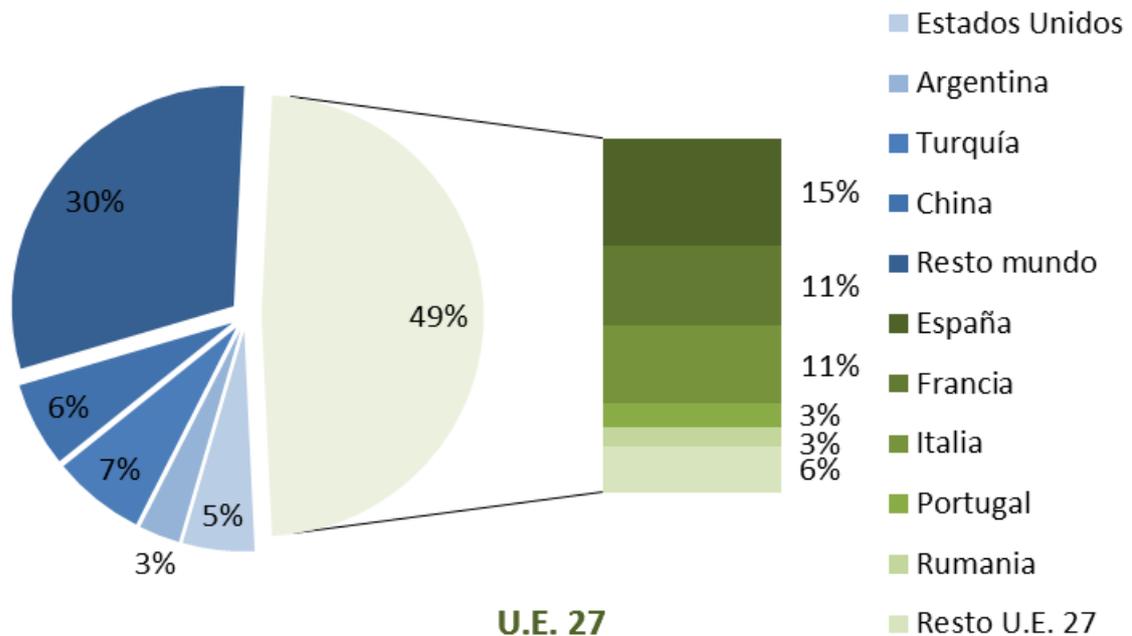


Figura 1. Distribución de la superficie mundial de viñedo

El viñedo comunitario total (UE-27) está reduciendo progresivamente su superficie plantada, pasando de las 3.884.000 ha de 2006 a las 3.704.000 ha de 2009, consecuencia de la combinación de factores como la reestructuración del viñedo y el impacto de la crisis vitícola. La disminución del viñedo comunitario queda compensada por el mantenimiento de las superficies plantadas del resto del mundo. Mientras disminuyen las plantaciones en Turquía, éstas crecen en China y Chile y se mantienen en EE.UU., Australia y Sudáfrica (Figura 1)¹.

La vid ocupa el tercer lugar en extensión de los cultivos españoles, detrás de los cereales y el olivar. El cultivo de la vid en España se destina en un 97,4% a vinificación, un 2% a uva de mesa, un 0,3% a la elaboración de pasas y el 0,3% restante a viveros. En la Figura 2 se presenta la evolución de la superficie de viñedo en España en los últimos años.

¹ www.winesfromspain.com/icex (último acceso: noviembre, 2011)



Evolución de la superficie de viñedo en España

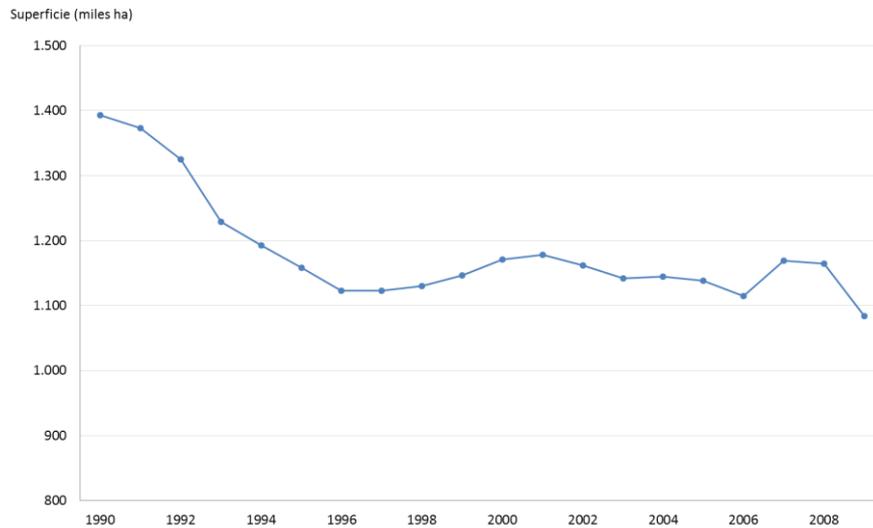
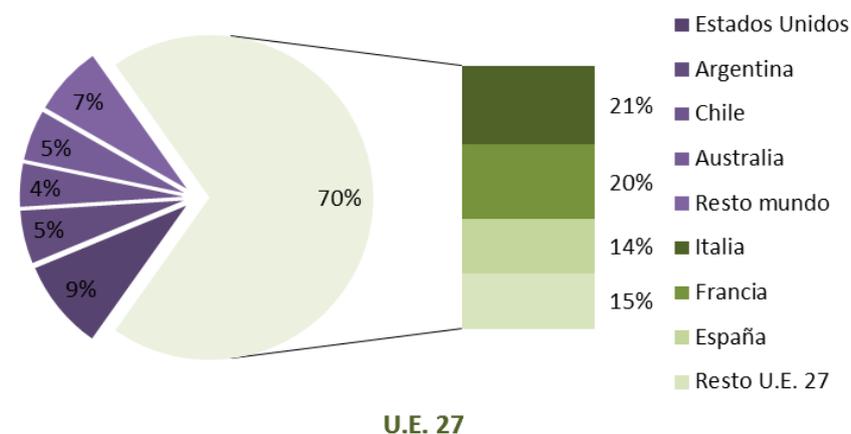


Figura 2. Evolución de la superficie de viñedo en España ²

Producción de vino

El primer país productor de vino en 2009 fue Italia (20,7 %), seguido de Francia (19,8 %) y España (14,1 %). Fuera de la Unión Europea, Estados Unidos es el país de mayor producción de vino con 20,6 millones hl, seguido de Argentina con 12,1 millones hl y Australia, 11,6 millones hl (Figura 3) ¹.

Producción mundial de vino. Año 2009



U.E. 27

Figura 3. Distribución de la producción mundial de vino

² Organización Internacional de la Viña y el Vino. www.oiv.int (último acceso: noviembre, 2011)
Instituto Nacional de Estadística. www.ine.es (último acceso: noviembre, 2011)



Por tipo de vino, Francia ocupa la primera posición como productor de vinos de calidad en la Unión Europea, con 23,5 millones hl, frente a los 14 millones hl de Italia y los 13,1 de España.

En la campaña 2009/2010, la producción de vino en España ascendió a 34,7 millones de hectolitros, según los datos del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA). De los cuales, un 39,2% corresponden a vinos de calidad con Denominación de Origen Protegida y un 8,3% a vinos con Indicación Geográfica Protegida. Del total de vino producido, prácticamente un 61% correspondió a vinos de mesa. En la Figura 4 se presenta la evolución de la producción de vino en España en los últimos años.

En cuanto a comunidades autónomas españolas, Castilla y León ocupa el sexto lugar, con 1,6 millones de hectolitros en la campaña 2009/2010, lo que supone un 4,7% de la producción nacional y un incremento del 17,5% respecto al año anterior.

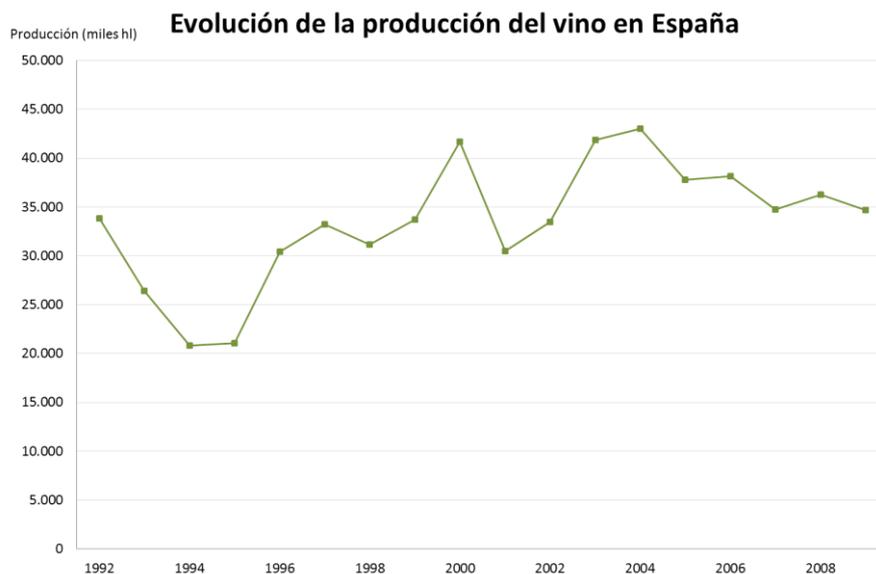


Figura 4. Evolución de la producción de vino en España ³

Esta producción se desglosa por tipo de vino en la Figura 5 y la Figura 6.

Cabe destacar que aunque los vinos blancos representaron un 41,5% de la producción nacional en el 2010, su valor sólo ascendió al 24,7%, tal y como se recoge en la Figura 7. Por otra parte, se observa que la elaboración de vino rosado es poco significativa, con un 5,6% del volumen producido y un 4,4% del valor en el mercado.

³ Organización Internacional de la Viña y el Vino. www.oiv.int (último acceso: noviembre, 2011)
Instituto Nacional de Estadística. www.ine.es (último acceso: noviembre, 2011)



Evolución de la producción de vinos tinto/rosado y blanco en España

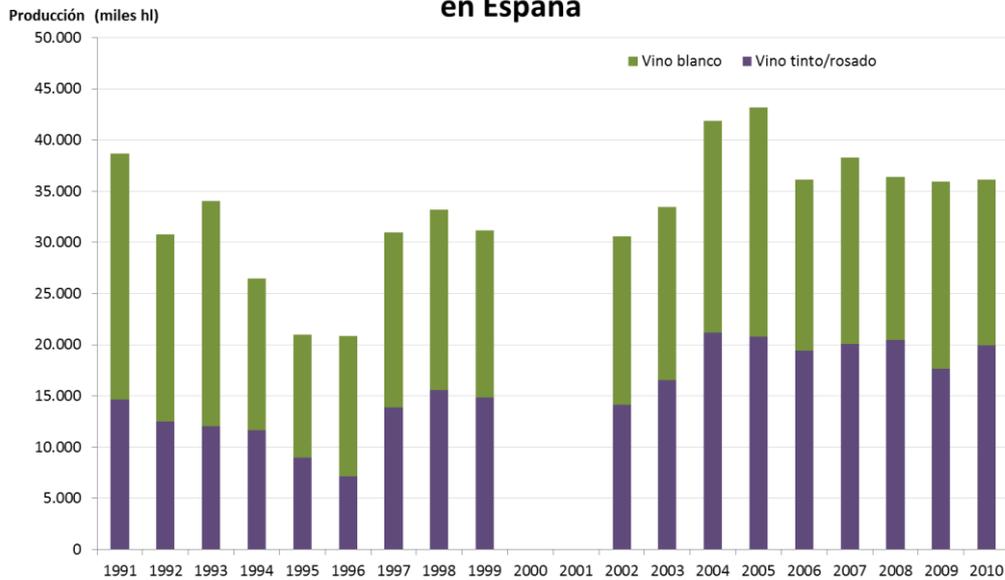


Figura 5. Evolución de la producción de vino tinto/rosado y blanco en España ⁴

Evolución de la producción de vino en España

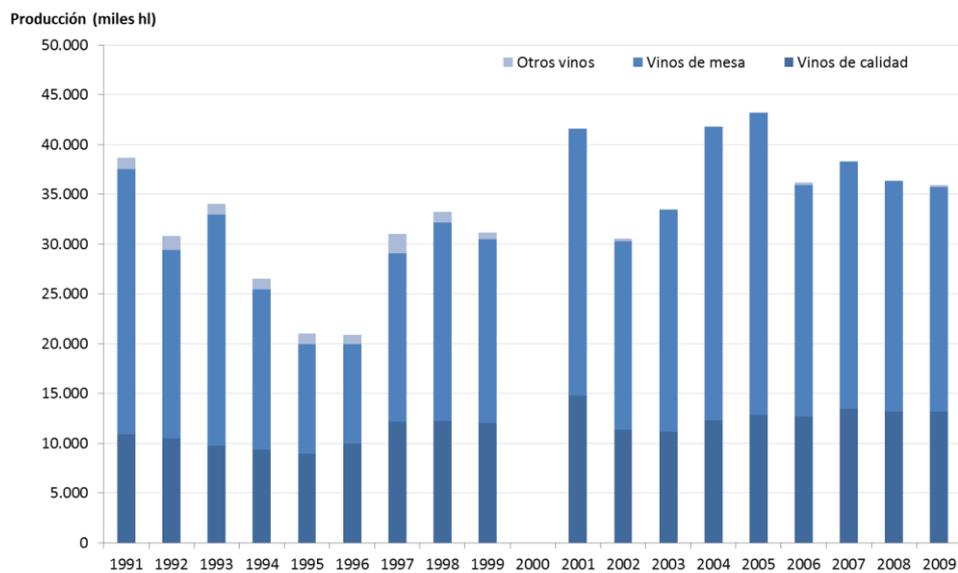
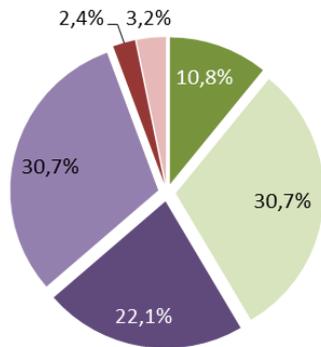


Figura 6. Evolución de la producción de vino por tipo en España ⁵

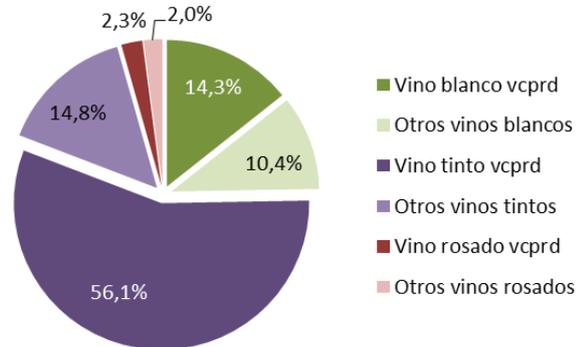
⁴ Oficina estadística de la Unión Europea. epp.eurostat.ec.europa.eu (último acceso: noviembre, 2011)

⁵ Oficina estadística de la Unión Europea. epp.eurostat.ec.europa.eu (último acceso: noviembre, 2011)

Producción de vino en España (2010)



Valor del vino en España (2010)



* Vinos vcpd: vino de calidad producido en una región determinada

Figura 7. Distribución, por tipo de vino, de la cantidad y el valor de los vinos elaborados en España en el año 2010 ⁶

ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL SECTOR

En España, la Industria de productos alimentarios y de bebidas es la primera rama industrial, según la última Encuesta Industrial Anual de Empresas del INE, a 31 de diciembre de 2009, representando el 20,1% de las ventas netas de producto, el 16,6% del empleo industrial, el 12,4% de las inversiones en activos materiales y el 15,5% del valor añadido. Dentro de la Industria de productos alimentarios y de bebidas, el sector vinícola español tiene registradas 4.120 empresas. Este sector se caracteriza por el reducido tamaño de sus unidades empresariales (Figura 8)⁷.

Nº de empresas del sector del vino por tamaño.
España. Datos a 1-ene-2010

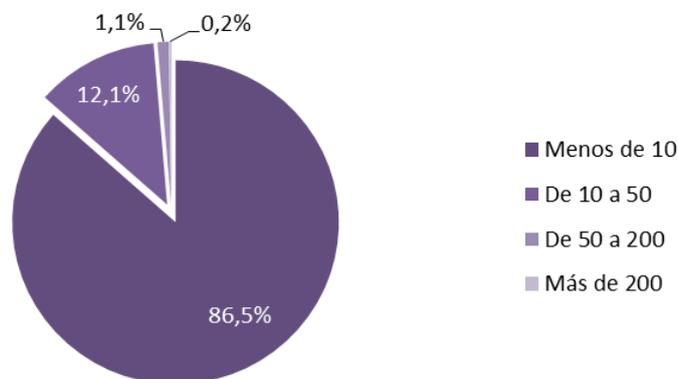


Figura 8. Tamaño de las empresas en el sector del vino en España

⁶ Encuesta Industrial Anual de Productos 2010. www.ine.es (último acceso: noviembre, 2011)

⁷ Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. www.marm.es (último acceso: noviembre, 2011)

Vinos de Castilla y León con denominación de origen

Castilla y León es la única Comunidad Autónoma española que, desde el año 1995 experimenta un crecimiento continuado en las ventas de vinos con Denominación de Origen, triplicando desde entonces su participación en el mercado (Figura 9).

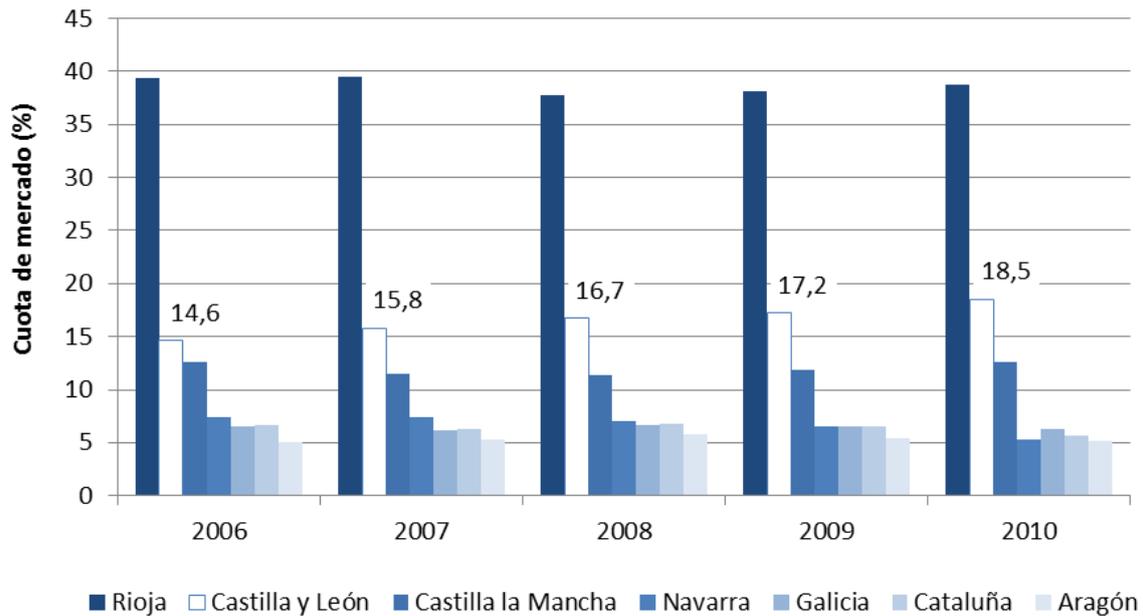


Figura 9. Evolución de la cuota de mercado en el vino con Denominación de Origen de España ⁸

En el canal de hostelería, los vinos con Denominación de Origen de Castilla y León han conseguido aumentar su participación en el mercado nacional hasta llegar al 22,6%, logrando un aumento de las ventas del 6,6% en un entorno donde el conjunto de los vinos con figura de calidad están descendiendo. La ganancia de cuota de mercado de los caldos con Denominación de Origen de la Comunidad Autónoma también se refleja en el canal alimentación, donde los vinos de Castilla y León crecen por encima de la media del mercado, un 8,3% frente al 6,6% del incremento nacional.

Los incrementos de ventas más destacables se dan en los vinos blancos de la DO Rueda, que se convierten en el claro motor de esta categoría de vinos en los últimos años liderando las ventas de este tipo de vinos con un 32% de la cuota de mercado.

Los vinos de las DO Cigales y DO Tierra de León siguen creciendo en el mercado de vino rosado llegando a una cuota de mercado del 9%.

La DO Ribera del Duero sigue con su importante crecimiento de los últimos años dentro de la categoría de vinos tintos con el 12,1% de todas las ventas de este tipo de vino a nivel nacional. Situándose como la segunda figura de calidad en esta clase.

⁸ Nielsen

EXPORTACIONES

Los intercambios mundiales en el sector del vino adquieren cada vez más importancia, como pone de manifiesto un incremento del volumen de vino en el comercio exterior de casi el 20%, alcanzando los 86,1 millones de hectolitros en el año 2009 frente a los 72,2 millones de hl durante los cinco años del periodo 2001-2005.

Italia es el primer exportador del mundo, con un 22% de los intercambios totales. España ocupa la segunda posición con 14,4 millones de hectolitros exportados, lo que significa un 17 % del mercado total, seguida por Francia con 12,5 millones y el 15%. De los tres, España es el país que más ha visto incrementar su exportación desde la década de los 80.

En el año 2010 España exportó 1.766 millones de litros de vino, por un valor de 1.920 millones de euros. Los vinos con denominación de origen representan un 42% del valor total de las exportaciones (Figura 10).

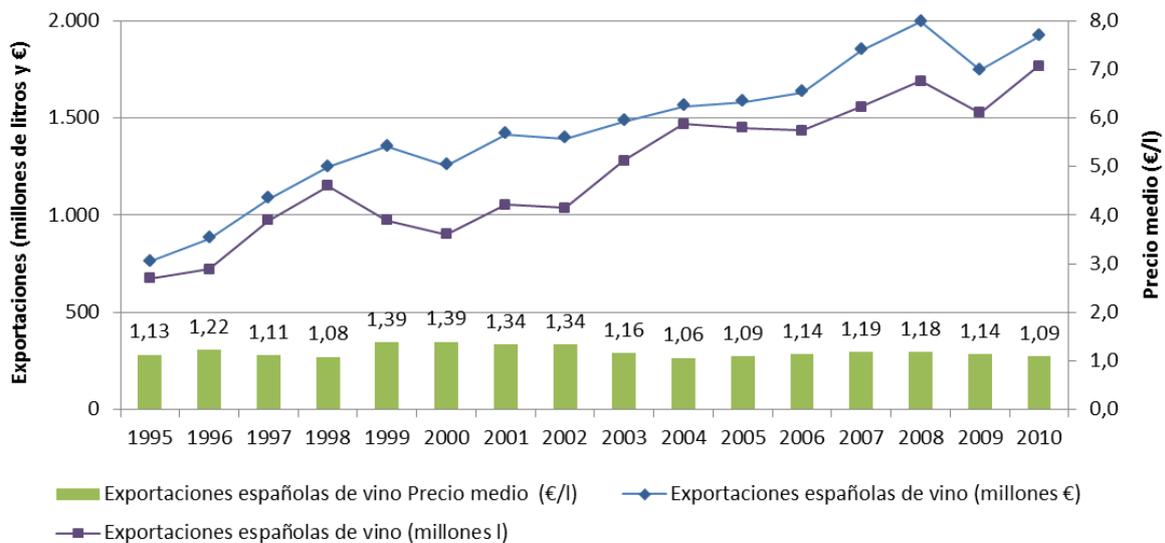


Figura 10. Evolución de las exportaciones de vino en España⁸

En 2010 las exportaciones españolas de vino a Alemania representan un 15,8% en valor y un 14,9% en volumen del total del vino exportado español. Por otra parte, en el mercado británico, España es considerada como uno de los países con mayor potencial, enfocado principalmente a la introducción de nuevos vinos blancos y rosados. En cuanto a EEUU, España, con unas ventas en ascenso, es el quinto suministrador extranjero con una cuota del 5%.

Casi dos tercios de la exportación española de vino en volumen se dirigen a los países de la Unión Europea (Figura 11). Cabe destacar como mercados emergentes: China, que registra un aumento del 171% en valor y del 368% en volumen; México (+29% en valor y +50% en volumen), Rusia (+35% en valor y +37% en volumen) y Canadá (+29% en valor y +48% en volumen). También se han incrementado las exportaciones de vino español a Estados Unidos (+16% en valor y +20% en volumen).

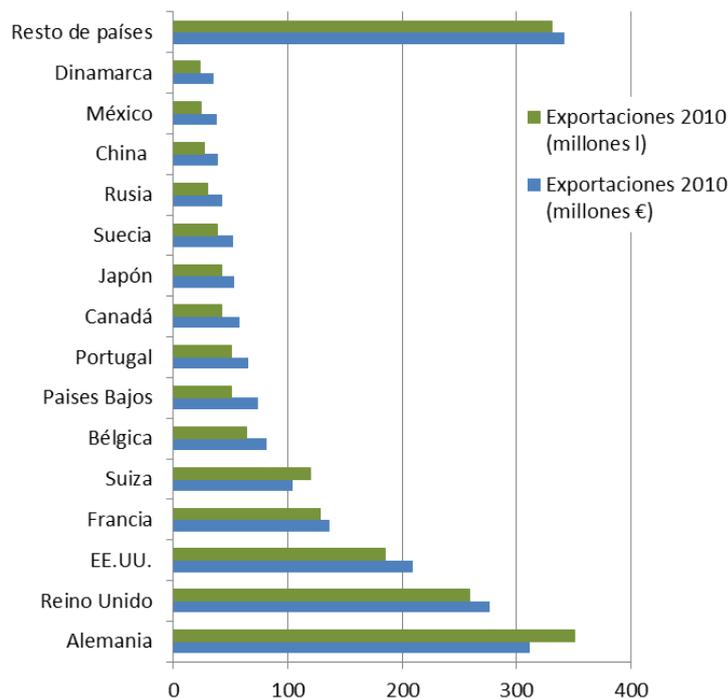


Figura 11. Países importadores de vino español en el año 2010

Exportaciones de vinos de Castilla y León

En el año 2009, las exportaciones de vino en Castilla y León alcanzaron un valor económico de 94 millones de euros, una cantidad que representa cerca del 9% de las exportaciones totales de sector agroalimentario de la comunidad autónoma.

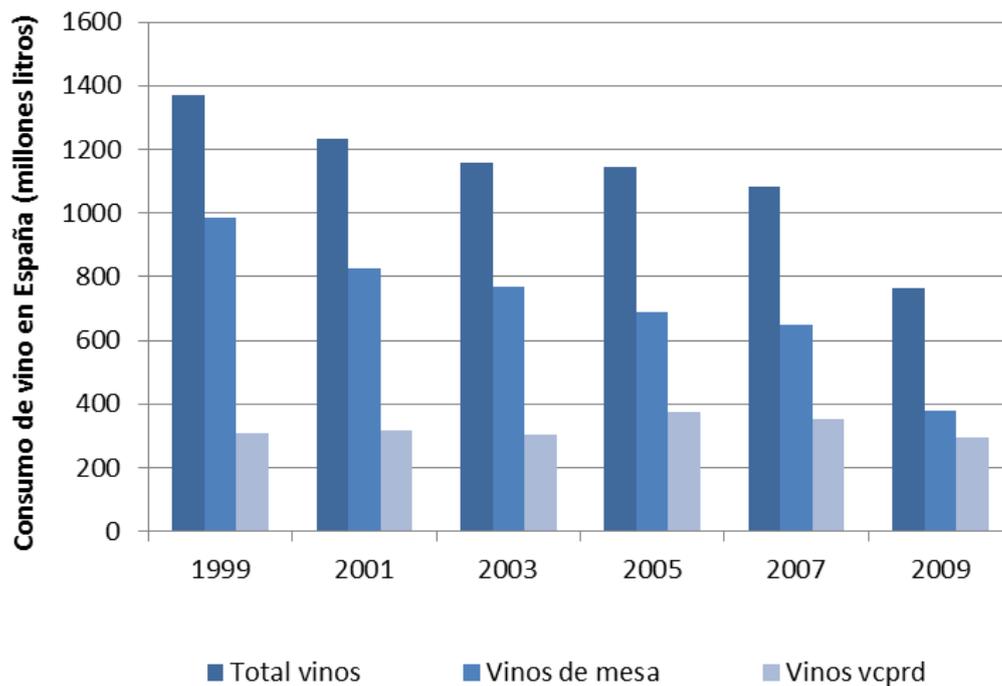
La DO Rueda lidera las exportaciones de las denominaciones de origen vitivinícolas de Castilla y León hasta acaparar cerca del 50% del total, seguida por la DO Ribera del Duero, que viene a representar entorno al 25%.

Si se analizan las ventas por países, Estados Unidos se sitúa como el primer comprador de vino de Castilla y León, con una cuota del 17% en este último año, seguido de Suiza, con el 16% y Alemania, con un 13%.

Este sector es claramente dependiente de la exportación y se observa este interés incluso en bodegas con menos de 5 empleados, donde las cifras de exportación alcanzan al menos un 10%.

CONSUMO NACIONAL

Desde hace más de dos décadas, el consumo de vino en España se ha reducido de forma prácticamente constante, sin verse influido por periodos de crisis o de bonanza económica, y en los últimos diez años esta reducción ha alcanzado el 41% (Figura 12).



* Vinos vcprd: vino de calidad producido en una región determinada

Figura 12. Evolución del consumo de vino en España⁹

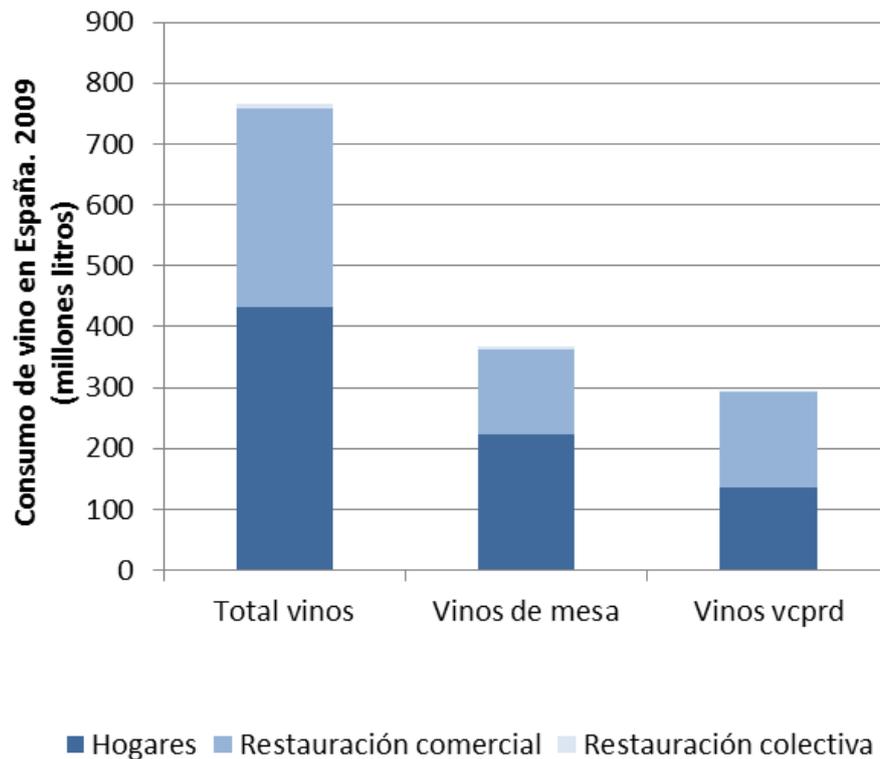
A pesar de que se consume menos vino en España, es evidente la proliferación de bodegas y de marcas, así como un creciente poder de negociación por parte de las cadenas de distribución. A todo esto hemos de añadir que la competencia exterior también es muy fuerte. Los "nuevos productores" llegan al mercado con precios muy competitivos y volúmenes crecientes.

El consumo en los hogares, representa el mayor porcentaje del consumo (56,5%), mientras que la restauración comercial (cafeterías, restaurantes...) supone el 42,3% y la restauración social y colectiva (servicios de comidas para hospitales, colegios... así como congresos, reuniones de empresa...) el 1,2% restante (Figura 13).

⁹ Martín V.J. (2010) Demanda de vino en España. Perfiles de consumo conforme a las características del consumidor. Distribución y Consumo, nov-dic 2010: 40-53.



En cuanto al consumo en los hogares, el vino de mesa llega al 51,7% del total demandado, mientras que los vinos con procedencia regional determinada alcanzan el 31,8%. En ambos casos es el vino tinto el más consumido, con un 59% y un 77% del total, respectivamente.



* Vinos vcprd: vino de calidad producido en una región determinada

Figura 13. Consumo de vino en España. 2009¹⁰

¹⁰ Martín V.J. (2010) Demanda de vino en España. Perfiles de consumo conforme a las características del consumidor. Distribución y Consumo, nov-dic 2010: 40-53.



SITUACIÓN SOCIAL

Castilla y León es la comunidad autónoma más extensa del territorio nacional, y la tercera dentro de la Unión Europea. Presenta una población envejecida, al igual que dispersa en multitud de pequeños municipios. A lo largo de los últimos años los castellanos y leoneses se han venido mostrando preocupados por la falta de oportunidades laborales y, en consecuencia, la marcha de los jóvenes de la región.

SECTOR VITIVINÍCOLA EN CASTILLA Y LEÓN

La importancia del sector vitivinícola en Castilla y León va más allá del ámbito económico, ya que tiene una destacada función social en el mantenimiento de población en las zonas rurales, constituyéndose como una fuente de desarrollo rural y un impulso para el turismo y la conservación del medio rural.

Alrededor del sector se generan múltiples actos culturales y gastronómicos, que cuentan con la colaboración de las bodegas de la zona: fiestas locales, eventos deportivos y equipos locales (fútbol, baloncesto, golf...), e incluso se aprecia en bodegas de mayor tamaño un claro interés por la promoción de la cultura (centros de interpretación vitivinícola, música clásica...).

Población y empleo

En Castilla y León elaboran vino más de 650 bodegas, y de ellas, más de 500 están inscritas en las nueve denominaciones de origen presentes en la región: Ribera de Duero, Rueda, Cigales, Arribes, Arlanza, Bierzo, Tierras de León, Tierras de Zamora y Toro (Figura 14 y Tabla 1).

Tabla 1. Datos de población de las Denominaciones de Origen de Castilla y León ¹¹

DENOMINACIÓN DE ORIGEN	MUNICIPIOS	PROVINCIAS	POBLACIÓN	VARONES	MUJERES
ARLANZA	53	2	14.813	53,9%	46,1%
ARRIBES	46	2	14.637	51,2%	48,8%
BIERZO	21	1	114.942	49,1%	50,9%
CIGALES	12	2	18.761	51,5%	48,5%
RIBERA DE DUERO	95	4	64.252	51,4%	48,6%
RUEDA	67	3	71.474	50,8%	49,2%
TIERRA DE LEÓN	88	2	62.077	50,9%	49,1%
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	55	2	26.771	51,7%	48,3%
TORO	15	2	16.312	49,9%	50,1%

¹¹ Padrón municipal a 1 de enero de 2010. www.ine.es (último acceso: noviembre, 2011)



Figura 14. Ubicación y vinos elaborados en las denominaciones de origen de Castilla y León

La denominación de origen que aglutina más municipios es DO Ribera de Duero con 95 y 20.841 ha de viñedo. Asimismo, esta denominación cuenta con 8.252 viticultores, 279 bodegas y una producción en 2010 de 566.665 hl de vino, lo que supone el 51% de los vinos bajo denominación de origen en la región (Figura 15).

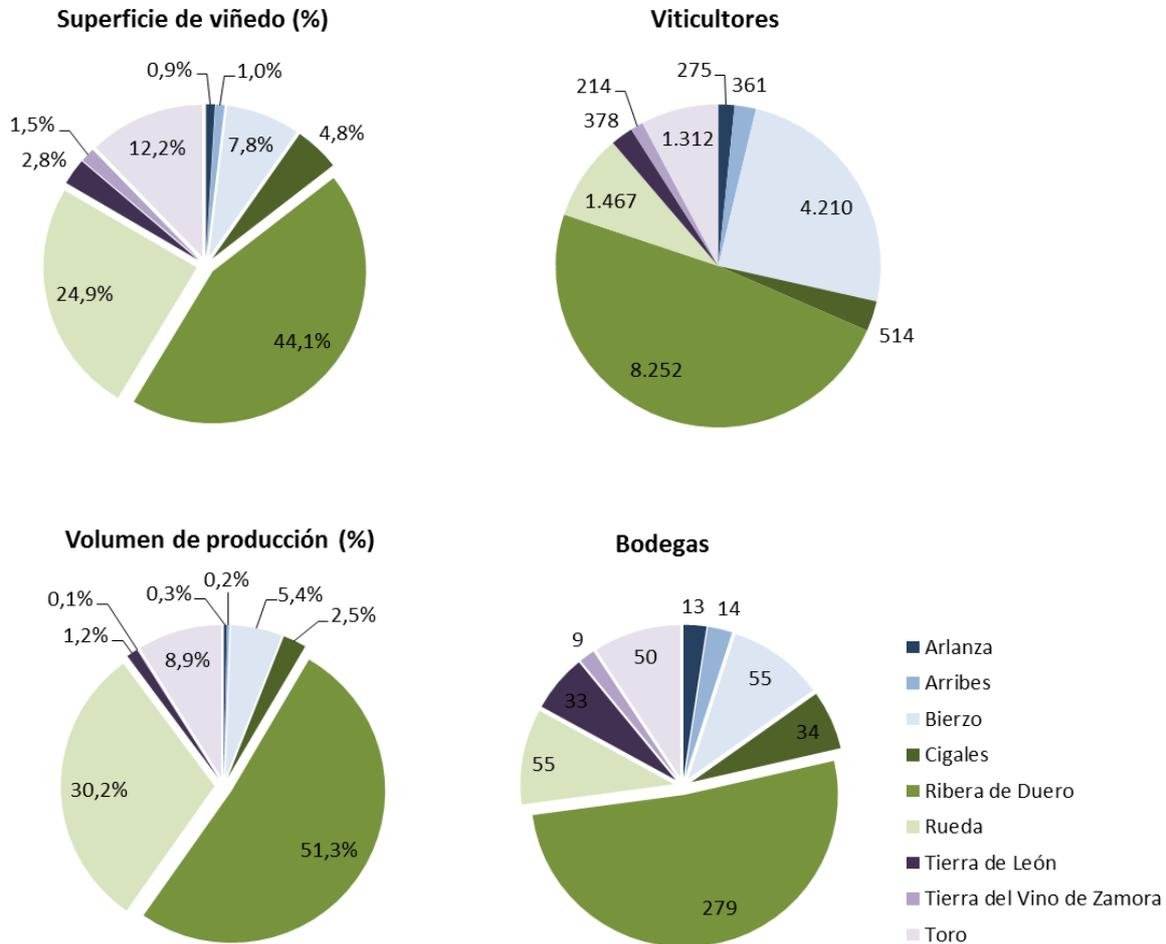


Figura 15. Datos productivos de las Denominaciones de Origen de Castilla y León ¹²

La DO del Bierzo es la que comprende mayor población, debido principalmente a la contribución de Ponferrada que representa casi el 60% de los habitantes totales, pero su producción sólo asciende a 59.553 hl.

La producción de vino en la DO Rueda alcanzó 333.237 hl en el año 2010 (30% de los vinos bajo denominación de origen en la región). Esta denominación aglutina 67 municipios, 11.739 ha de viñedo, 55 bodegas y 1.467 viticultores.

Las denominaciones de origen de Tierra del Vino de Zamora, Arribes y Arlanza son las que presentan una menor producción con 553, 2.579 y 3.669 hl, respectivamente. No obstante, las tres juntas aglutinan 850 viticultores y 36 bodegas.

¹² MAPA. 2010 www.marm.es (último acceso: noviembre, 2011)



Opinión de la sociedad: medio ambiente y vino

Los ayuntamientos de las localidades con denominación de origen y la Junta de Castilla y León apuestan por el sector del vino como eje de desarrollo rural y sostenible, y un paso más dentro de la estrategia industrial y turística regional.

Según el informe de Opinión Pública en Castilla y León, OPenCYL 2009, los ciudadanos de Castilla y León opinan que los problemas ambientales que más urge solucionar son la contaminación en general (69,8%), los incendios forestales (69,7%) y la suciedad y las basuras (63,5%). Por tamaño de municipio se aprecia, en general, una mayor preocupación por los temas ambiental cuanto mayor es su población.

Es evidente que existe un aumento importante en la conciencia de la sociedad sobre el medio ambiente y este hecho se traslada al sector del vino a través de una legislación más estricta sobre la depuración de los efluentes de la bodega o la gestión de los residuos. Asimismo, las bodegas de mayor tamaño, dentro de su política social corporativa, muestran gran interés por los sistemas de gestión ambiental y las metodologías de medición y comunicación del impacto, como la huella de carbono.

Enoturismo

El enoturismo ha ido cobrando protagonismo durante los últimos años entre las principales propuestas para el tiempo de ocio en nuestro país, y también a nivel europeo. Y como consecuencia del creciente interés, la apuesta desde el sector se ha potenciado proporcionalmente.

La riqueza monumental y paisajística de la zona vitivinícola de Castilla y León, junto con la calidad y variedad de la oferta turística (establecimientos de restauración, viñedos, bodegas, profesionales de prestigio, productos agroalimentarios de primer nivel, rutas gastronómicas, ferias, etc.) confieren a la región unas características adecuadas para el desarrollo del enoturismo.

Y dentro este ámbito las rutas del vino juegan un papel principal. Estas rutas se definen como estancias activas en un entorno vitivinícola, en la que el cliente disfruta de un alojamiento típico, conoce la cultura del vino visitando museos, bodegas y realizando cursos de cata y degusta la gastronomía característica del lugar. Además existe una serie de ofertas para complementar estas actividades.

En Castilla y León se enmarcan 14 rutas turísticas entorno al vino: ruta de la Ribera del Duero, ruta de los cimborrios - Toro, ruta del vino rosado - Cigales, ruta de la uva mozarabe - Rueda, ruta de los Arribes del Duero, el Volcán del Noroeste - Bierzo, ruta de Valtiendas (Segovia), ruta de la Prieto Picudo - Tierra de León, ruta del vino Ribera del Arlanza, ruta del vino de la comarca de Cebreros (Ávila), ruta del vino de Benavente (Zamora), ruta del vino de la tierra de Zamora, ruta del vino de la Sierra de Salamanca y ruta del bajo Duero (Tudela de Duero)¹³.

¹³ Turismo Castilla y León. www.turismocastillayleon.com (último acceso: noviembre, 2011)



INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

El análisis de las ratios más significativas de la actividad de la industria vinícola en 2009 en España muestra que el sector factura de media 206 miles de € por empleado y genera un valor añadido de 67 miles de € por empleado (Tabla 2).

En Castilla y León el sector vinícola tiene una facturación media de 136 miles de € por empleado y genera un valor añadido de 68 miles de € por empleado.

Tabla 2. Indicadores económico-sociales de la industria del vino. Año 2009 ¹⁴

INDICADORES ECONÓMICOS-SOCIALES		ESPAÑA	CASTILLA Y LEÓN
Personas ocupadas	Número	22.652	2.947
	% del Sector Alimentación	6,2	8,1
Ventas producto	Millones de €	4.671	400
	% del Sector Alimentación	5,8	5,5
Compra de materias primas	Millones de €	1.938	115
	% del Sector Alimentación	4,4	2,8
Inversiones activos materiales	Millones de €	265	31,9
	% del Sector Alimentación	8,7	7,2
Venta neta producto/Persona ocupada (miles €)		206	136
Gastos personal/Venta neta producto (%)		16	20
Compra de materias primas/Venta neta producto (%)		41	29
Valor añadido/Persona ocupada (miles €) *		67	68
Excedente de explotación (millones €) **		778	121
Margen bruto (%) ***		17	30

* Valor añadido/Persona ocupada = productividad

** Excedente de explotación = Valor añadido - gastos de personal

*** Margen bruto de explotación = Excedente de explotación / Ventas netas producto * 100

Castilla y León participa respecto al total nacional con un 8,6% de las ventas netas de producto y el 5,9% de consumos de materias primas; el 13,0% del empleo industrial, el 15,6% del excedente de explotación, el 10,7% de los gastos de personal y el 12,0 % de las inversiones en activos materiales (Tabla 2).

¹⁴ Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. www.marm.es (último acceso: noviembre, 2011)



Cabe también señalar que en Castilla y León la compra de materia prima supone un 29% de la venta neta del producto, 12 puntos porcentuales menos que la media española, mientras que el gasto de personal asciende al 20% de la venta neta del producto, 4 puntos porcentuales más que la media nacional; siendo su margen bruto del 30%, 13 puntos porcentuales superior al promedio del sector en España.