

EL ESFUERZO INVERSOR DEL SECTOR ELABORADOR DE VINO

■ SANTIAGO MENENDEZ DE LUARCA

Director General de Industrias Agrarias y Alimentarias. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



El sector elaborador de vino en España ha realizado un gran esfuerzo en los últimos años para cambiar muchas prácticas que se venían aplicando de manera tradicional e incluso para modificar un tipo de empresa que no era el adecuado, ni por su tecnología, ni por su gestión, ni incluso por su tamaño.

Aspectos que pesaban de manera significativa sobre un colectivo muy amplio, y que no era fácil convencer de que tenía que invertir, no para producir más, sino para producir mejor, y de esta manera vender más y mejor.

En este contexto el sector vitivinícola emprendió un camino difícil y costoso, que desde 1986, año de nuestra entrada en la Unión Europea, ha

supuesto una modernización que no ha tenido precedentes, y que ha representado una reinversión de beneficios en momentos en que los costos se incrementaban al mismo tiempo que en el mercado aparecían dificultades, e incluso el comercio exterior sufría una fuerte contracción.

Este esfuerzo inversor en los ocho años que van de 1986 hasta 1993 se cuantifica en unos 100.000 millones de pesetas, cuya distribución territorial y por finalidades de inversión se recogen en los cuadros nº 1 y 2.

Así, se constata que más del 40% de las inversiones realizadas en ese periodo se han centrado en la elaboración de vino, cerca de un 20% en "envasado y embalaje", otro 13% en "crianza", y porcentajes próximos al

10% en inversiones para "tratamientos" y "almacenamiento".

En cuanto a la distribución territorial, destaca el esfuerzo inversor de las bodegas de Castilla-La Mancha, con un 34% del total, seguida de Cataluña, con cerca de un 14%, La Rioja con casi un 10% y Andalucía con un 9%.

NUEVAS INICIATIVAS

El amplio proceso de renovación y modernización realizado desde el ingreso de España en la Unión Europea —favorecido, además, por las subvenciones procedentes de los programas de apoyo de la UE— no ha agotado, sin embargo, la necesidad de acometer nuevas iniciativas de cara al futuro.

En este sentido, hay que destacar, una vez reconocida y constatada la amplia renovación en mejoras tecnológicas, que el sector elaborador de vino en España no puede dar por agotado el esfuerzo en esa línea, porque la rápida evolución tecnológica a todos los niveles va a exigir siempre una constante inversión en las instalaciones de las bodegas.

Pero ese esfuerzo permanente hay que combinarlo también con otro tipo de inversiones, centradas más en intangibles, porque la verdadera rentabilidad de la renovación de instalaciones y la capacidad de combinar "modernidad" y "tradición" exigen ahora un refuerzo de las actuaciones encaminadas a mejorar la presencia de los vinos españoles en el mercado, tanto de puertas adentro como en los mercados internacionales.

De tal forma, las inversiones de futuro hay que orientarlas en mayor medida hacia los procesos de comer-



CUADRO Nº 1
INVERSIONES EN
INDUSTRIAS ENOLOGICAS
POR COMUNIDADES AUTONOMAS
(1986/1993) (MILL. DE PTAS.)

	Nº	INVERSION
ANDALUCÍA	72	8.807,2
ARAGON	71	2.940,5
ASTURIAS	4	306,9
BALEARES	3	124,5
CANTABRIA	3	549,9
CANARIAS	4	458,8
CASTILLA-LA MANCHA	353	33.973,7
CASTILLA-LEON	118	7.449,1
CATALUÑA	198	13.622,1
C. VALENCIANA	113	3.585,8
EXTREMADURA	32	1.881,2
GALICIA	36	4.022,2
LA RIOJA	92	9.838,6
MADRID	24	850,8
MURCIA	33	2.829,9
NAVARRA	27	4.599,1
PAIS VASCO	21	4.344,7
TOTAL	1.204	100.185,0

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

CUADRO Nº 2
INVERSIONES EN INDUSTRIAS
ENOLOGICAS POR FINALIDADES
(1986/1993) (MILL. DE PTAS.)

ACTIVIDADES	Nº	INVERSION
RECEPCION	375	3.506,5
ELABORACION	1.026	42.077,7
CRIANZA	231	13.024,0
TRATAMIENTOS	459	9.517,5
ALMACENAMIENTO	555	9.016,6
ENVASADO Y EMBALAJE	339	18.033,3
COMERCIALIZACION	315	5.009,4
TOTAL	3.300	100.185,0

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

cialización, las estrategias de penetración en nuevos mercados, las actuaciones centradas en promoción del consumo, las actuaciones de marketing y publicidad –incluyendo desde el diseño de botellas o etiquetas hasta la formación de una imagen de “calidad” y “cultura” para nuestros vinos–, la apertura de nuevos frentes para la exportación, etcétera.

Una serie de inversiones no encaminadas, lógicamente, a incrementar la capacidad de las bodegas, sino a reforzar aún más la calidad de la oferta, mejorar los sistemas de distribución y promocionar el consumo.

EL FACTOR HUMANO

El análisis de las inversiones realizadas es orientativo de la dirección en que se mueve el sector y del esfuerzo que está haciendo a nivel material para encontrar una salida a una situación que se hace cada vez más difícil si no se trabaja con imaginación para encontrar las oportunidades que ofrece el mercado.

No cabe duda que la inversión en tecnología y en instalaciones idóneas es un requisito indispensable para elaborar buenos vinos, y que difícilmente puede conseguirse este objetivo sino

disponemos de ambas, pero el elemento fundamental para sacar adelante el sector y hacer rentable a las empresas es el elemento humano, que debe sacar el máximo provecho de todas las posibilidades que le permite conjugar una materia prima diversa en su potencialidad y una tecnología que realce todas las características aromáticas y gustativas de la uva, junto con una evolución que mediante una crianza y envejecimiento apropiado consiga un vino apetecido por el consumidor.

No hay que olvidar que respecto a la calidad el consumidor es el juez último y en consecuencia hay que satisfacer sus gustos y en este sentido hay que ofrecer un producto con vocación comercial.

De ahí que otro de los objetivos claros que deben asumirse en nuestro país, cuya tradición enológica es larga, sea el desarrollo de una formación permanente del personal que trabaja en las bodegas, bajo la idea de disponer de un plantel de titulados y de gestores que afiancen el futuro del sector y conseguir que el personal encargado de bodega pueda disponer de una formación continua que permita conocer las tendencias del mercado y los adelantos técnicos. □