

CASTILLO VALERO, JUAN SEBASTIÁN y COMPÉS LÓPEZ, RAÚL (coordinadores). *La economía del vino en España y el mundo*, editado por Cajamar. Serie Economía nº 23.

No creo que exista en la actualidad un trabajo monográfico sobre el vino tan completo desde el punto de vista económico como el titulado *La economía del vino en España y el mundo*, editado por la entidad financiera Cajamar con el número 23 de su Serie Economía.

El libro tiene 19 capítulos y un epílogo. Es fruto del trabajo de 35 profesionales e investigadores expertos en el sector vitivinícola a nivel internacional. Así, en su redacción han participado profesores de las universidades españolas de Salamanca, Castilla-La Mancha, Valencia, Zaragoza, Navarra, Politécnica de Madrid, Carlos III, Politécnica de Valencia y Miguel Hernández de Elche, así como de otras universidades del mundo: Montpellier (Francia), Nápoles (Italia), Ludwigshafen (Alemania), Universidad de Chile, Talca y La Frontera de Temuco (Chile), Universidad Nacional de Cuyo en Mendoza (Argentina) y Eastern Connecticut State University (EE.UU). También han intervenido personalidades del sector empresarial y técnicos de la Administración (ICEX y Oficina Comercial de España en Dublín); Institutos de Investigación (CITA de Aragón) y organizaciones profesionales como el Observatorio Español de Mercados del Vino (OeMv).

La idea del trabajo y su coordinación son de los profesores Juan Sebastián Castillo Valero y Raúl Compés López. No puedo más que felicitarles tanto por la magnífica idea como por el excelente trabajo realizado para llegar a la obra de conjunto.

El libro está estructurado en tres partes. La primera se centra en el estudio del sector en nuestro país. La segunda se ocupa de la regulación vitivinícola en gran parte del mundo y del estudio de las estrategias para la internacionalización y el nuevo marketing del vino. La tercera parte del libro estudia los distintos mercados internacionales.

---

- Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, n.º 246, 2017 (163-171).

De manera más detallada, en el bloque centrado en el estudio del sector vitivinícola en España, en su primer capítulo, se abordan aspectos tales como el valor social y territorial del vino y su relevancia económica y geográfica, en cuyo análisis se aplica la denominada “Teoría de las Convenciones”. Tal y como indican, esta propuesta es un corpus teórico para sistematizar todos los conocimientos sobre el vino, confiriéndole una nueva dimensión, que perfecciona el estudio tradicional, industrial o comercial. Es obvio señalar que este tipo de enfoques son más que necesarios para entender la realidad del sector.

El capítulo dos es, para mí, uno de los más interesantes ya que brinda un viaje en el tiempo por la historia de nuestro país del último siglo y medio, con los distintos modelos de producción que fueron surgiendo, dependiendo fundamentalmente de la situación de la demanda. Se expone cómo se fue pasando paulatinamente de la fiebre exportadora al nacimiento de los primeros vinos de calidad, hasta llegar al gran crecimiento de las denominaciones de origen y la progresiva adaptación a la globalización actual. No podemos entender la realidad actual del sector sin conocer cuál ha sido su origen y su recorrido y este capítulo lo explica claramente.

También es obvio que era necesario un análisis detallado del consumo de vino en España, con un análisis estadístico que explique pormenorizadamente su evolución y la compare con lo ocurrido en otros países tanto productores tradicionales como de otro tipo. Este capítulo es una herramienta fantástica para entender las distintas tipologías de consumidores de vino y las razones por las que un consumidor decide comprar un determinado vino y, lo más importante, los motivos por los que deja de hacerlo.

Del mismo modo, era necesario el estudio de los diferentes modelos empresariales presentes en el sector y de la cadena de valor de este producto y sus características en diferentes etapas.

Otro capítulo muy ilustrativo es el del análisis de los sistemas vitivinícolas de dos de las zonas españolas más vinculadas al vino: La Rioja y Castilla-La Mancha, con sus diferencias en tamaño geográfico y especialización, y sus estrategias para comercializar sus vinos. Hubiera sido interesante,

ampliar estos dos modelos a otros también muy ilustrativos, como es el caso del sistema de Jerez, que desde aquí propongo a sus autores.

El capítulo relativo a la posible influencia del cambio climático sobre el viñedo desde un punto de vista geográfico y basado en la evolución de índices bioclimáticos debería servir de revulsivo en el sector para proponer estrategias y mecanismos de adaptación a este proceso tal y como ya han puesto en marcha, con gran éxito, zonas como Champagne. Allí han conseguido un desarrollo integral de la región basado en la tecnología e innovación, tanto de aspectos propiamente vitivinícolas como de las industrias auxiliares.

Sólo echo en falta en esta primera parte de la publicación un tema de gran importancia para el sector vitivinícola: la zonificación de los viñedos para generar valor a sus propietarios en base a parámetros de clima, suelo, características objetivas de calidad de la uva y precio pagado por la misma. Este tema es, a mi juicio, fundamental para el desarrollo estratégico del sector si se parte de la premisa de que no puede haber sector sin viticultores y una de las cuestiones más sangrantes del panorama vitivinícola nacional es el precio al que se está liquidando la uva en nuestro país. Del mismo modo, estos modelos de zonificación son básicos para el desarrollo de las figuras de calidad, DOP e IGP, desde una perspectiva creciente de vinculación al origen con exigencias mayores de calidad. No digo que sea una carencia del libro. Me refiero a que es una parte fundamental del futuro del sector en este país.

La segunda parte del libro se ocupa de la regulación vitivinícola en gran parte del mundo; estrategias para la internacionalización; el nuevo marketing del vino; las redes sociales en el sector; y cómo ha influido internet en el mundo del vino en los últimos años. Esta segunda parte puede separarse en otras dos.

En este sentido, en primer lugar hay un capítulo sobre normativa de la vid y del vino. Es necesario aclarar que la regulación de la vid y del vino es una de las más complicadas de entender y explicar de todas las que existen sobre productos agroalimentarios. Los autores abordan el tema de forma clara y didáctica, destacando especialmente el estudio y análisis de la regulación relativa a la Organización Común de Mercado del sector.

Como sugerencia de mejora, hubiera sido interesante realizar una comparativa de los distintos modelos de denominaciones de origen que se están poniendo en marcha en el mundo, así como un análisis de las normativas sobre venta y consumo de vino en los distintos países (modelos libres y modelos intervenidos en mayor o menor medida por el Estado). Eso tendría un valor pedagógico enorme ya que tendemos a pensar que en todo el mundo es tan sencillo conseguir una botella de vino como aquí, algo que evidentemente no es cierto.

El segundo bloque de esta segunda parte aborda cuestiones clave para entender la realidad del mercado del vino a nivel global. Ha sido muy ilustrativo leerlo y me ha hecho plantearme nuevas cuestiones en las que no había reparado hasta ahora. Como sugerencia de mejora, indicar que se podría haber dedicado un capítulo independiente a la distribución, dada la cada vez mayor concentración de la oferta en ese eslabón de la cadena agroalimentaria.

La tercera parte del libro estudia los distintos mercados internacionales proporcionando información sobre Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Chile, Argentina, Estados Unidos y Australia. Es muy de agradecer el esfuerzo realizado por poner en una misma publicación las distintas perspectivas de cada país. Es obvio que la lista de países podría ser otra pero eso algo que tiene más que ver con el criterio personal del lector que con el tremendo valor que tiene esta parte del libro por lo que supone de visión de conjunto.

El epílogo analiza los retos de futuro del sector vitivinícola en España. Plantea la necesidad de incrementar el consumo del vino en España y la progresiva internacionalización del vino español (atendiendo al aumento del valor y de su imagen percibida). Es evidente que no cabe más que estar de acuerdo en la importancia de ambos. También es evidente, tal y como señala el autor, que es una dura tarea. Me ha llamado especialmente la atención la mención que hace a la importancia de incrementar el consumo de vino entre las mujeres. Estoy totalmente de acuerdo. En ese sentido, siempre me sorprende lo normal que es ver en series y películas de otros países a mujeres tomando una copa de vino. Esto, evidentemente, no ocurre en nuestro país. El segundo de los retos, mejorar la distribución internacional de nuestras marcas, también es incuestionable

y me ha hecho recordar la regla de los tres 50: 50 bodegas exportando más de 50.000 botellas cada una a más de 50 euros la botella.

Hasta donde yo sé, el libro ha recibido dos premios: mejor libro editado en España en la categoría “Libro sobre vino para profesionales” en los premios Gourmand 2015 y, premio de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) en la categoría de “Monografías y estudios especializados”. Hay que dejar claro que este último es uno de los nueve premios concedidos anualmente por este organismo internacional -del que forman parte 46 países- con el fin de reconocer los mejores libros publicados sobre distintos ámbitos, entre ellos el científico, técnico, económico y jurídico. Se presentaron 55 obras de 17 países y éste ha sido la única publicación española, que yo sepa, reconocida con este galardón por la OIV en la historia.

Para terminar, vuelvo a felicitar a Cajamar, a los coordinadores de la obra y a los autores por el excelente trabajo realizado. Estoy seguro de que será ampliamente utilizado como material de consulta para la comprensión del sector y como manual en las distintas titulaciones de viticultura y enología del país.

DAVID BERNARDO LÓPEZ LLUCH

Escuela Politécnica Superior de Orihuela  
Universidad Miguel Hernández