

encuentran, con relación a sus homólogas belgas, holandesas, norteafricanas o nortefrancesas, suficientemente modernizadas. Tercero, porque la generalización de la insuficiencia de demanda en un contexto de Reforma de la PAC de carácter menos proteccionista y combativa contra los excedentes, impone unas expectativas negativas para los precios, ingresos y rentas de los agricultores europeos y españoles. En efecto, la liberalización de la Ronda Uruguay puede suponer una reducción del apoyo del 27,7% en la UMA a nivel comunitario. Tal vez para España suponga menos pero tal vez afecte a un elevado número de explotaciones que podrían atravesar el umbral de la autoexplotación «Chayanoviana»

2.4. *Viticultura*

2.4.1. Mercado mundial

Un porcentaje muy significativo de la producción mundial (alrededor del 75%) se concentra en las regiones europeas y africanas situadas alrededor del Mediterráneo y del Mar Negro. Desde los años 50 hasta comienzos de los 80, la superficie de viñedo en el mundo se encontraba estabilizada en torno a los 10 millones de hectáreas. En los últimos años se ha ido reduciendo hasta 9,5 millones de hectáreas. Han sido Europa y Argelia los causantes de dicha regresión.

La producción mundial se sitúa entre los 275 y los 330 millones de hectólitros. El principal productor es la Comunidad Europea (160 - 220). Los números del paréntesis indican el intervalo de producción en millones de hectólitros. Le siguen: Unión Soviética(20), Estados Unidos (18), Rumanía (9), Sudáfrica (8 - 10) y Yugoslavia (5 - 7). Es de destacar una tendencia a la progresión del viñedo en otros continentes y en países como Estados Unidos y Australia.

En cuanto al consumo mundial, después de un crecimiento sostenido hasta 1972, se ha estabilizado alrededor de los 260/270 millones de hectólitros. En los países producto-

res grandes consumidores (50 a 60 litros por habitante y año) el vino se comporta como un bien inferior cuyo consumo se reduce progresivamente. Tal es el caso de España, Francia, Italia y Portugal. También Argentina podría incluirse en este grupo. Así, en Francia el consumo ha caído desde 90 litros por habitante y año en 1980 hasta 70 litros en 1989. En España desde los 60 litros de finales de los 70, han caído a los 50 litros en la actualidad.

Como veremos después, el principal problema radica en que el producto tradicionalmente producido en estas regiones es el denominado por la Comisión de la CEE «vino de mesa», que tiene un consumo regresivo. Las tendencias de la demanda apuntan a la uva de calidad, lo que se conoce como «vinos con Denominación de Origen». La exportación no es una salida muy atractiva puesto que los «vinos de mesa» no son los más apropiados para penetrar en ámbitos geográficos ajenos a la cultura del vino, si no es a precios muy reducidos. Existen otros dos grupos de países. Los «productores consumidores medianos» (15-50 litros por habitante y año) como Alemania, Luxemburgo, Rumanía, Chile, Uruguay y Australia, que normalmente no son productores salvo la excepción de Estados Unidos que sí es productor.

El volumen de comercio a final de los 80, se situaba en los 20 - 25 millones de hectólitros. También los intercambios internacionales de vino se concentran en el continente europeo. Los principales exportadores son: Italia (36%), Francia (20%), España (11%). Por el lado de los importadores destacan: Alemania (20%), Unión Soviética (13%) y Francia (13%). Del comercio mundial total, la mitad es comercio intracomunitario. Al igual que en el caso de otros productos llamados mediterráneos (hortofrutícolas, aceite de oliva), el comercio tiene pues un carácter regional. ¿A qué se debe ese carácter regional de los intercambios?

El vino no es un producto susceptible de tratarse en «Lonjas». Su calidad es muy heterogénea, como ocurre con los productos hortofrutícolas. Su ventaja respecto de estos es

su carácter no perecedero. Pero su desventaja es que su calidad no es constatable visualmente (no es un «search good») de manera que solo se puede comprobar una vez adquirido el producto. Por ello, las promociones y la publicidad, así como la garantía que ofrecen las Denominaciones de Origen son importantes factores de penetración comercial. La labor de promoción es costosa y solo se rentabiliza con un volumen de ventas elevado. Los costes de transporte son elevados puesto que posee una baja relación «valor/volumen». También existen obstáculos de tipo reglamentario y fiscal.

2.4.2. Situación en la CEE

Este apartado está extraído de Bardají (1991). En la Comunidad Europea, siete son los países productores de vino. La superficie dedicada al viñedo es de 4 millones de hectáreas. Con ellas se obtienen el 60% de la producción mundial. Su mercado absorbe el 50% del consumo mundial. Es pues el mercado más importante del mundo tanto en la producción como en el consumo.

No se puede decir que en este producto se cumpla el principio de la «unidad de mercado». Las condiciones climatológicas y edafológicas determinan técnicas culturales diferentes. Las prácticas enológicas son diferentes. El producto obtenido es muy heterogéneo. La regulación del mercado (O.C.M.) también impone limitaciones al libre mercado. No hay pues un mercado único aunque sí una problemática común que afecta a toda la producción de la Comunidad.

A nivel comunitario, el sector se caracteriza por mantener una situación estructuralmente excedentaria. Del conjunto de vinos se deben diferenciar dos grandes grupos: los «vinos de mesa» y los «vinos de calidad». Pues bien, la situación estructuralmente excedentaria se da sobre todo en los vinos de mesa. Por ello, en la CEE, en la O.C.M. únicamente está previsto el sostenimiento a través de la destilación, en el sector de «vinos de mesa». Para los «vinos de calidad», no se

contempla ninguna intervención, dejando que sea el mercado el que oriente su producción.

En lo relativo a las intervenciones, la O.C.M. define 6 tipos de vino, 3 tintos y 3 blancos, estableciéndose precios institucionales para cada uno de los tipos. Para la producción española tan sólo resultan significativos 3 precios; 2 de tinto y 1 de blanco, los otros 3 están referidos a producciones con características muy específicas, obtenidas principalmente en Luxemburgo y Alemania. Se trata de las categorías AI, vino blanco con graduación entre 10º y 13º; RI, vino tinto con graduación entre 10º y 12º; y RII, vino tinto con graduación entre 12,5º y 15º.

También se clasifica el sector, a nivel comunitario, según las distintas condiciones climáticas y edafológicas en que se desarrolla la producción en los distintos países. Las regiones productoras están agrupadas en siete zonas productoras. En cada una de ellas se establece una normativa a aplicar diferenciada, en relación con las medidas estructurales o las técnicas culturales y prácticas enológicas admitidas. En España, la mayor parte de la superficie vitícola se encuentra incluida en la categoría C II. Por eso decíamos antes que no se puede decir que, en este sector, existe «unidad de mercado».

La problemática común se relaciona con esa situación estructuralmente excedentaria a la que antes se aludió. Actualmente los excedentes se sitúan entre 35 y 40 millones de hectólitros. Ello se traduce en un grado de autoabastecimiento superior al 130%. Este último, para los vinos de mesa, se situó en 136%, y para los vinos de calidad en 139%, en la campaña 1986/87. La corrección de la situación excedentaria requerirá una reducción de la superficie de viñedo entre el 25% y el 30%, cosa que es poco probable que se alcance a corto o medio plazo. Según estimaciones de la Comisión, en 1992, admitiendo efectividad en las medidas de «arranque voluntario» del viñedo, se produciría una disminución de 300.000 hectáreas de la superficie actual. En tal caso, la producción total se situaría entre los 210 y 215 millones de hec-

tólitros. Como el consumo está en descenso y se prevé que se sitúe en 155 millones de hectólitros, el grado de autoabastecimiento sería del 130%.

Dada la situación, la política está siendo fuertemente restrictiva. Concretamente se han reforzado las medidas de «arranque» y también las de desincentivación de la producción dirigida a la destilación. Actualmente el eje sobre el que pivota la regulación del mercado es la destilación obligatoria. Su utilización se condiciona a la evolución de los mercados. Pero teniendo en cuenta la situación excedentaria estructural, en la práctica se recurre a ella todos los años.

La comisión establece, todos los años, una cantidad para destilación obligatoria. Dicha cantidad se reparte entre los países, proporcionalmente, teniendo como referencia la cantidad producida en cada país en la Campaña 1981/1984. Este criterio perjudica a España, ya que entonces no se encontraba en la Comunidad y no disfrutaba del mismo nivel de precios que los demás países. El gran potencial productivo español se temía que agravase la situación excedentaria de la Comunidad. El temor se ha revelado justificado, ya que, efectivamente, los gastos del FEOGA se han situado en más de 1.600 millones de ECUs.

Desde 1988, con la introducción de los estabilizadores, el objetivo actual de las intervenciones en el mercado de vinos de mesa es desestimado por el recurso a la destilación obligatoria. Para conseguirlo, se establece un nivel normal de utilizaciones (equivalente a la cantidad máxima garantizada de cereales, oleaginosas o frutas y hortalizas) de 9,6 millones de hectólitros. Si no se supera esa cifra, el precio pagado para la destilación es del 50% del precio de orientación. Pero si se supera dicha cantidad, el precio pagado es tan solo el 7,5% del precio de orientación. El precio pagado equivale a la media ponderada. Además, existe la tendencia a reducir el precio fijado para la destilación obligatoria.

La diferencia de precios existente antes de la adhesión entre España y la CEE, era tan grande que a pesar de toda

esta política restrictiva, los precios han aumentado mucho en nuestro país, y no solo en los vinos de mesa que son los reguladores, sino también, y por un fenómeno de arrastre, en los restantes vinos. Por esa razón, la política de arranque está teniendo poco éxito en España. La política de «arranque» fija unos precios que, para España, y hasta la Campaña 1995/1996, son los siguientes:

Primas de abandono de Superficie de Viñedo en España

	<u>Ptas/Ha</u>
- Superficie inferior a 25 áreas:	493.530
- Superficie superior a 25 áreas de producciones de:	
Inferior a 20 Hl/Ha.	173.544
De 20 a 30 Hl/Ha.	376.067
De 30 a 40 Hl/Ha.	478.415
De 40 a 50 Hl/Ha.	545.247
De 50 a 90 Hl/Ha.	701.035
De 90 a 130 Hl/Ha.	970.230
De 130 a 160 Hl/Ha.	1.232.890
Mayor de 160 Hl/Ha.	1.341.940

2.4.3. Mercado para el vino español

Junto con el mercado español, el mercado europeo constituye la salida natural de la producción española, tanto de los vinos comunes como de los de calidad, por lo que el conocimiento de sus características y de sus tendencias resulta de vital importancia para determinar las posibilidades y perspectivas de la producción española.

Desde los años 70, el consumo global de vino en Europa muestra una tendencia acusada a la baja. Sin embargo, se

puede precisar más, tanto en lo referente a los factores que provocan esta tendencia, como en la evolución por tipos de vino, al tratarse de un producto muy heterogéneo, así como entre los distintos países.

Las causas de la tendencia a la baja en el consumo global, se encuentran en los descensos experimentados en los países mediterráneos, grandes consumidores de vino, como España, Francia e Italia, y en menor medida Grecia y Portugal. Estos descensos no han sido compensados por aumentos significativos en los países del norte de Europa, con bajos niveles de consumo de vino y altos en cerveza, y en algunos casos con importantes perspectivas de incremento.

Así, en la actualidad, frente a un consumo per cápita de 43 litros en España, 76 en Francia o 66 en Italia, se encuentran países como el Reino Unido, con un consumo de 10 litros de vino per cápita; Dinamarca, con 19 litros; o Irlanda, con tan sólo 3 litros. Dentro de estos países de bajo consumo, las mayores perspectivas de aumento, de aquí a 1992, están en Reino Unido con más del 6,5% de aumento anual, seguido de Dinamarca y Holanda, donde los incrementos podrían situarse en el 4%.

Fuera de Europa, también se observa esta tendencia al aumento del consumo en países como EEUU, o Canadá, donde el vino mantiene poca importancia en comparación con otras bebidas sustitutivas. En la actualidad, el consumo per cápita en estos países se sitúa alrededor de los 10 litros, con unas perspectivas de aumento, de aquí a 1992, del 3,3% anual en EEUU y del 4,3% en Canadá.

También con buenas perspectivas, aunque ya con menores niveles de consumo se encuentran los países asiáticos, y en particular Japón, que mantiene una política muy proteccionista en el sector, que puede verse modificada por las actuales negociaciones del GATT, en la Ronda de Uruguay.

Las causas del descenso del consumo en los principales países productores, son bien conocidas. Primero, los cambios

en los tipos de vida hacia formas menos sedentarias. Segundo, la introducción de bebidas sustitutivas, y en particular la cerveza con mayor aceptación en la población joven. Tercero, las campañas antialcohólicas. Son todos factores que explican esta tendencia a la baja. En España, además, esta tendencia se ha visto reforzada por la subida de los precios al consumo a raíz de la entrada en la CEE, que ha afectado negativamente a los vinos españoles, tanto en el mercado interior como en el exterior. En el mercado interior, esta subida de precios, para todos los tipos de vinos, incluidos los de calidad, ha estado motivada no sólo por la aproximación de precios institucionales en los vinos de mesa, que ha influido también en los vinos de calidad, sino también por la mayor fiscalidad con la introducción del IVA, que ha elevado los precios finales. En los mercados exteriores, además, se ha unido la revaluación de la peseta que ha restado, en general, competitividad a nuestras exportaciones, y la modificación en el régimen de exportaciones. En particular, la desaparición de los créditos a la exportación y la aplicación a las exportaciones españolas hacia Europa de los montantes reguladores, cuyo objetivo es tener en cuenta la diferencia de los precios institucionales entre España y el resto de la CEE. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que estos montantes no se aplican en la actualidad a las exportaciones de vino de calidad, siempre que éste vaya embotellado.

Todos estos factores han hecho que las exportaciones españolas de vinos de calidad, dirigidas en su mayor parte a los mercados europeos, hayan sufrido un deterioro importante, pasando en 1989 a 120 millones de litros, frente a los 142 millones exportados en 1988. Con excepción de los vinos de Jumilla y del Penedés, que han visto aumentar sus ventas, este descenso se ha producido en todas las Denominaciones de Origen. Pero además, se está produciendo una creciente penetración de vinos de calidad de otros países, en particular Francia, acaparando una cuota del mercado que antes tenían los vinos de calidad españoles.

2.4.4. Perspectivas

En definitiva, los vinos españoles se enfrentan a un mercado cada vez más competitivo, donde la captación y el mantenimiento de una cuota de mercado se enfrenta además a obstáculos importantes que frenan el consumo en aquellos países con mejores perspectivas. En particular, hay que citar los impuestos especiales que gravan de forma discriminatoria el consumo de bebidas alcohólicas, protegiendo a las industrias nacionales de cerveza, en los países del norte de Europa, particularmente en el Reino Unido, Dinamarca, e Irlanda. Hay que tener en cuenta, que en el Reino Unido, la carga fiscal que grava el vino representa un 48,5% del precio del consumo, elevándose esta proporción al 59% en Dinamarca y al 62% en Irlanda. No hay duda de que la armonización fiscal es un paso previo a la constitución del mercado único de 1993. De lograrse, los aumentos en el consumo, particularmente en el Reino Unido y en Dinamarca, pueden ser mayores de lo estimado, lo cual podría beneficiar a los vinos españoles, siempre que mantengan su competitividad. Pero al parecer la unificación se va a realizar incrementando la fiscalidad en los países del Sur, en lugar de reducir la de los países del Norte.

A este factor, se unen las prácticas proteccionistas utilizadas en algunos mercados tradicionales, como EEUU, los países del Este de Europa, Japón o los países escandinavos. Entre éstas no sólo se incluyen los obstáculos arancelarios, importantes en algunos países, sino también otras prácticas, como el control de la calidad, las cuotas a las importaciones, la discriminación de los vinos de calidad en favor de las producciones locales amparándose en las diferentes legislaciones o la aplicación de diferentes medidas sanitarias, son todas prácticas que perjudican a las exportaciones de vino, en particular a los vinos de calidad. En la actualidad, todos estos factores pueden verse afectados por los resultados de las negociaciones para liberalizar el comercio de productos

agrícolas, en el marco de la Ronda Uruguay. Sin embargo, aún es pronto para poder determinar el alcance de sus resultados.

Junto a estos factores negativos, hay que mencionar que el mercado del vino es un mercado muy segmentado, dado la heterogeneidad del producto, y que la tendencia es cada vez mayor hacia los vinos de calidad, con no excesiva graduación y jóvenes, con imagen de marca y embotellados, lo cual puede favorecer a los vinos españoles de una calidad media que puede ser apreciada por los consumidores, siempre que sepan mantener su competitividad.

2.4.5. Estructuras productivas

Como puede apreciarse en el cuadro 2.7, el número total de explotaciones en España, en las que la orientación predominante es la viticultura, asciende a 68.373. La superficie media por explotación es de 8,6 hectáreas. El trabajo familiar representa el 64,3% del trabajo total. Del trabajo asalariado, la mayor parte es eventual (27,6%), cosa que se comprende sobre todo debido a la vendimia. El trabajo asalariado fijo representa tan sólo el 8,1% del total. El grado de envejecimiento asciende al 30,3%. El porcentaje de agricultores a tiempo parcial asciende al 79,8%.

El estrato que en cereales ocupa una UTA, obtenía allí un margen bruto por UTA de 1,5 millones de pesetas. Aquí, en la viticultura, con ese estrato el Margen Bruto por UTA es de 624.600 pesetas ¡menos de la mitad!. Para llegar a ese nivel de Margen Bruto por UTA, en la viticultura habría que situarse en el estrato de 40-100 UDE, con 86,4 hectáreas por explotación y 5,7 UTAs por explotación. Estos datos revelan la pobreza general de este tipo de agricultura, que, junto con el olivar, ocupa las regiones agrícolamente más pobres. Además de esa marginalidad agronómica, es de destacar que la principal razón de ese bajo rendimiento económico obedece

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL CONJUNTO DE EXPLOTACIONES AGRÍCOLAS EN ESPAÑA

OTE Viticultura	Margen bruto Total (MBT) en Unidades de Dimensión Económica (UDE)										TOTAL
	0-2	2-4	4-6	6-8	8-12	12-16	16-40	40-100	>= 100		
Nº Explot.	52.083	8.390	2.996	1.592	1.337	671	1.014	231	59	68.373	
%	76,2	12,3	4,4	2,3	2,0	1,0	1,5	0,3	0,1	100	
SAU (ha)	265.026	100.993	53.825	29.332	40.391	24.253	40.257	19.966	11.920	585.963	
%	45,2	17,2	9,2	5,0	6,9	4,1	6,9	3,4	2,0	100	
MBT (UDE)	32.937	24.060	14.579	10.855	12.964	9.311	24.014	13.019	10.687	152.426	
%	21,6	15,8	9,6	7,1	8,5	6,1	15,8	8,5	7,0	100	
UTA	19.329	7.851	3.571	2.387	2.491	1.409	3.318	1.313	1.453	43.122	
%	44,8	18,2	8,3	5,5	5,8	3,3	7,7	3,0	3,4	100	
UTF	14.847	5.868	2.453	1.558	1.239	619	982	146	7	27.746	
UT Titular	9.563	3.563	1.529	878	708	373	485	93	5	17.197	
UT Fijo	405	227	162	224	336	147	988	381	511	3.491	
UT Eventual (UTA)	4.073	1.649	956	602	917	642	1.345	787	935	11.899	
UT Eventual (Miles de horas)	8.938	3.628	2.104	1.325	2.017	1.413	2.963	1.731	2.058	26.177	
Titulares	51.986	8.328	2.996	1.590	1.302	646	917	184	33	67.982	
>= 55 años <= 64	15.529	2.761	787	604	437	216	209	55	24	20.622	
> 0 a < 50%	45.387	5.103	1.561	716	592	270	472	93	29	54.223	
Otra principal	18.607	1.738	517	240	212	83	135	31	21	21.584	
Explot. < 0,5 UTA	40.027	2.319	625	129	156	18	27	1	1	43.303	

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL CONJUNTO DE EXPLOTACIONES AGRÍCOLAS EN ESPAÑA

OTE Viticultura	Margen bruto Total (MBT) en Unidades de Dimensión Económica (UDE)								TOTAL	
	0-2	2-4	4-6	6-8	8-12	12-16	16-40	40-100		>= 100
RATIOS										
SAU/UTA	13,7	12,9	15,1	12,3	16,2	17,2	12,1	15,2	8,2	13,6
MBT/SAU	19,0	36,4	41,4	56,6	49,1	58,7	91,3	99,8	137,2	39,8
MBT/UTA	260,7	468,9	624,6	695,8	796,3	1.011,1	1.107,3	1.517,1	1.125,3	540,8
SAU/Explot.	5,1	12,0	18,0	18,4	30,2	36,1	39,7	86,4	202,0	8,6
UTA/ Explot.	0,4	0,9	1,2	1,5	1,9	2,1	3,3	5,7	24,6	0,6
UTF %	76,8	74,7	68,7	65,3	49,7	43,9	29,6	11,1	0,5	64,3
UT Fijo %	2,1	2,9	4,5	9,4	13,5	10,4	29,8	29,0	35,2	8,1
UT Eventual %	21,0	21,0	26,8	25,2	36,8	45,6	40,6	59,9	64,4	27,6
>= 55 <= 64/Titulares	29,9	33,2	26,3	38,0	33,6	33,4	22,8	29,9	72,7	30,3
0-50%/Titulares	87,3	61,3	52,1	45,0	45,5	41,8	51,5	50,5	87,9	79,8
Otra princ./Titul.	35,8	20,9	17,3	15,1	16,3	12,8	14,7	16,8	63,6	31,7
<0,5 UTA/Explot.	76,9	27,6	20,9	8,1	11,7	2,7	2,7	0,4	1,7	63,3

SAU: Superficie Agrícola Util. UTA: Unidad de Trabajo Anual (2.200 horas y más). UTF: Unidad de Trabajo Anual Familiar.

>= 55 a <= 64 años: Titulares de explotación de 55 a 64 años.

>= a <50%: Titulares que dedican a su explotación menos de la mitad de 1 UTA.

Otra principal: Titulares de explotación agrícola con otra actividad lucraiva principal.

<0,5 UTA: Explotaciones que tienen menos de 0,5 UTAs.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Estructura explotaciones agrícolas 1987 (INE).

RATIOS ESTRUCTURALES DEL CONJUNTO DE EXPLOTACIONES DE LAS CCAA ESPAÑOLAS

OTE Viticultura	SAU/UTA	MBT/SAU	MBT/UTA	SAU/Exp	UTA/Exp	UTF/UTA	Tu/TTu	(2) 0-50%/TTi	(3) OutPrin
Galicia	1,9	194,1	375,5	1,6	0,8	91,2	34,5	62,8	8,3
Asturias	0,0	114,8	0,0	2,9	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
Cantabria	31,2	108,8	3.391,5	31,2	1,0	100,0	0,0	100,0	100,0
País Vasco	8,4	312,1	2.615,9	8,9	1,1	69,4	28,5	51,4	27,3
Navarra	12,8	77,2	989,2	5,2	0,4	78,2	24,3	84,6	28,9
La Rioja	8,5	51,3	435,6	9,6	1,1	72,3	25,7	61,8	24,5
Aragón	15,0	23,0	344,3	11,2	0,7	88,8	32,1	61,2	27,2
Cataluña	9,1	94,2	854,0	7,9	0,9	74,6	32,7	64,9	22,7
Baleares	12,0	42,8	516,0	7,0	0,6	67,2	30,2	85,3	51,7
Castilla y León	17,9	23,5	420,1	6,3	0,4	28,9	16,1	98,9	41,8
Madrid	24,5	19,4	474,4	5,1	0,2	71,4	20,9	97,2	33,6
Castilla La Mancha	19,7	10,9	213,6	8,8	0,4	62,8	31,6	86,9	35,6
C. Valenciana	9,5	86,2	818,8	8,0	0,8	64,2	31,1	70,6	27,7
Murcia	26,5	37,0	978,8	17,9	0,7	62,5	35,1	83,3	32,2
Extremadura	27,2	155,2	4.218,3	15,4	0,6	57,8	31,1	79,8	53,3
Andalucía	4,8	72,6	348,7	4,3	0,9	46,2	24,8	82,0	22,8
Canarias	2,6	104,4	273,4	2,8	1,1	40,2	24,9	82,7	38,6
España	13,6	39,8	540,8	8,6	0,6	64,3	30,3	79,8	31,7

(1) Titulares >55 y <64 años/Total titulares.

(2) Titulares que dedican <50% de 1 UTA/Total Titulares.

(3) Titulares con otra actividad lucrativa principal/Total titulares.

MBT: Márgen Bruto Total expresado en miles de pts.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Estructura de las explotaciones agrícolas 1987 (INE)

al elevado minifundismo. En el estrato más bajo (0-2 UDE) se sitúan el 76,2% de las explotaciones; que cultivan el 45,2% de la SAU; obtienen el 21,6% del Margen Bruto; y ocupan el 44,8% del trabajo. En una curva de Lorenz, si se considera el porcentaje acumulado por los estratos más pobres, sin duda el de la viticultura sería el más elevado.

Es de destacar, igualmente, la enorme cantidad de trabajo que emplea este cultivo. Las posibilidades de mecanización se encuentran en España limitadas por las variedades existentes y la forma de la poda (en vaso). Esta viene impuesta por la elevada insolación pero luego dificulta la mecanización de la recolección. Con menor insolación, el tipo de poda más adecuado es en espaldera, de forma que resulta mucho más fácil de mecanizar. Como los países de la CEE (Francia, Alemania) tienen menos sol, las variedades, el marco de plantación y la poda que se realiza, resultan las adaptadas a ese clima. Pues bien, la suerte les ha favorecido, tanto porque los gustos han evolucionado hacia los vinos de baja graduación (que requieren menos sol), como porque se ha visto facilitada la mecanización. Frente a esa dificultad de mecanizar, su conveniencia es muy elevada. En efecto, en este cultivo, el coste laboral (según datos de la RCAN) alcanza las 995.000 pesetas, el más elevado en productos vegetales, tras el arroz y los cítricos, ambos muy elevados por concentrarse en la Comunidad Valenciana, especialmente los cítricos, donde comienza a escasear el trabajo en el campo. También comienza a escasear mucho el trabajo en las zonas vitícolas. Hay operaciones como la eliminación de brotes vegetativos no productivos que se siguen realizando porque, en algunas variedades, si no se hace esta labor, el cuajado es malo e «irregular».

Las restantes operaciones de cultivo (pase de cultivador de primavera y de invierno), abonado, tratamiento fitosanitarios, se encuentran mecanizadas. Por eso mismo es necesario el empleo de tractor y maquinaria. Pero si la explotación es reducida y parcelada, las ineficiencias en el empleo de la cos-

tosa maquinaria son elevadas. Así pues, o bien se recurre a organizaciones de uso en común de la maquinaria, o bien se reestructura el cultivo. Con las actuales estructuras no se puede tener una viticultura con una productividad del trabajo (MBT/UTA) razonable. Además, el coste de la mano de obra está provocando el recurso a la mano de obra inmigrante.

2.4.6. Comercialización

Este subapartado se basa en el estudio (García Alvarez, 1990b). Los distintos estudios de mercado consultados coinciden en señalar la escasa presencia de los vinos españoles en los mostradores de las tiendas especializadas y supermercados europeos. Así, los vinos españoles no representan más del 5% de las marcas ofrecidas en los distintos tipos de establecimientos alemanes (Grandes almacenes, hiper y supermercados, «verbrauchermärkte», etc.) en las que, por ejemplo, los artículos procedentes de los países del Este superan el 10% de la oferta total (número de artículos en mostrador). En otros países, el panorama no es más halagüeño para el vino español. Así, otro estudio revela una proporción en Londres entre vinos franceses y españoles de 50 a 1 en muchas cadenas de tiendas especializadas; y en la región parisina, según Multiconsult, la presencia de vinos españoles no supera el 2% de la oferta de artículos, encontrándose además muestras de vinos en escaparates situados preferentemente junto a los del Norte de África y más lejos de los productos considerados de mayor calidad italianos y portugueses. Sin embargo, los estudios citados concuerdan en que el problema de los vinos españoles parece radicar más en su adecuada comercialización que en su rechazo por parte del público. En este sentido, la escasa representatividad de los vinos españoles podría explicarse a partir de factores como el escaso interés de los distribuidores elegidos o en el corto esfuerzo de promoción y publicidad. Ello significa que, una

vez en el mostrador, la rotación del stock de vino español no parece ser tan mala, pero el problema radica quizá en llegar al mostrador.

En este sentido debemos recordar que la estructura de mercado del vino en los países comunitarios puede asimilarse al modelo oligopólico, según el cual, la proliferación de marcas y la publicidad representan barreras de entrada de nuevos competidores potenciales. Las economías de escala subyacentes a los elevados costes fijos de comercialización implican que las ventas tengan que alcanzar una escala mínima suficiente para que el producto sea ofrecido a precios competitivos. En un mundo incierto, el esfuerzo comercial no es abordado por el distribuidor del país importador, el cual prefiere, en general, delegarlo a una empresa suministradora. En este sentido, cabe señalar que la estrategia de aprovisionamiento no sigue un simple proceso de decisión ligado a la preferencia revelada del consumidor en el establecimiento, sino que la decisión de ofrecer un determinado producto sigue, frecuentemente, un proceso inverso. Así, en general, tanto las pequeñas tiendas especializadas como los grandes almacenes *confían en la gama de productos prescrita por sus suministradores*, ya sean mayoristas e importadores independientes, ya sean empresas distribuidoras filiales en el caso de la gran distribución. Así pues, el encargado de un establecimiento al detalle a menudo *no sabe* porqué la oferta de vino español no es mayor: el proceso de decisión se centraliza frecuentemente en una preselección «impuesta» por el suministrador, ya sea importador independiente, ya sea central de compras de un grupo de distribución alimentaria. A este respecto, ante la carencia de comunicación directa con el gran público, la elección de la cartera de artículos a suministrar por el importador se basa a menudo en su propia impresión y experiencia.

Ahora bien, si hasta el momento el importador no ha «prescrito» una oferta más amplia de vinos españoles, tendrá

sus razones, ¿o no?. Los estudios consultados coinciden en señalar como principales problemas los siguientes:

- En *primer lugar*, una escasa homogeneidad del producto español. Así, por ejemplo, hasta hace poco era frecuente encontrar vinos españoles en Reino Unido cuyas materias primas eran sanas, pero que habían sido estropeados por negligencias en una o más fases de elaboración.
- En *segundo lugar*, y más importante en el resto de Europa, el desconocimiento del vino español por parte del gran público parece evidente. El importador suele prever el desarrollo del mercado según su propia sensibilidad y experiencia. Si la rentabilidad puntual derivada de los vinos ofrecidos y de los contactos preestablecidos es aceptable no hay porqué cambiar. Vemos aquí de nuevo la importancia de la incertidumbre como factor relevante explicativo de la inercia del comportamiento de los agentes distribuidores.

Por otra parte, el problema de la falta de homogeneidad es un hecho que cada vez en mayor medida forma parte del pasado, en vista de los progresos recientes de las técnicas de elaboración en España. Queda, sin embargo, el problema de convencer al consumidor de que pruebe la primera botella de vino español. En este sentido, sólo se puede convencer al distribuidor para ofrecer vino español si se le presenta un paquete de apoyo promocional y publicitario de suficiente envergadura.

En una situación como la actual en la que emerge la oportunidad histórica de ampliación del mercado de vino español, derivada de la reciente adhesión a la CEE y de la llegada del Mercado Unico, no debemos desestimar la importancia capital de las variables distintas del precio del vector multidimensional de competitividad. En un mundo incierto, en el que domina la gran distribución, dos variables presentan especial relevancia, implicando además una cierta ten-

sión hacia la concentración de la oferta exportadora española. Estas variables son la promoción-publicidad, por un lado, y el servicio, por el otro.

En efecto, por un lado, dados los elevados costes fijos que comporta una campaña publicitaria, esta sólo puede ser llevada a cabo si abarca la promoción de una cantidad suficientemente elevada de producto. Ello implica una tensión más hacia la desaparición de los exportadores de pequeña dimensión, a no ser que emprendan conjuntamente, los de una zona determinada, campañas de promoción genérica por la vía del consorcio. Además, dadas las externalidades evidentes que implican que una campaña de promoción genérica beneficie no sólo a los miembros del consorcio sino también a los exportadores (reales o potenciales) de la zona que no lo son, nos encontramos ante un caso típico de conveniencia de la intervención del Estado, al ser el beneficio social superior al privado. Campañas genéricas como los «vinos de España» en Reino Unido, han tenido, según distintos expertos (INFE, 1985), un efecto apreciable en la recuperación de las exportaciones de vino español al mencionado país.

Por otro lado, cuando los que comercializan vino en los mercados europeos son grandes unidades de distribución, la variable servicio adquiere especial importancia en un mundo donde el distribuidor impone plazos y regularidad en la calidad y cantidad de los suministros. Una vez más, la atomización de la oferta exportadora no encaja en este esquema, de modo que sólo las empresas grandes parecen ser las abocadas a poder exportar.

Como vemos, la creciente importancia de ambas variables de competitividad supone una presión hacia la desaparición de las pequeñas unidades exportadoras. Ello conduce a que el incremento de exportaciones tenga que darse mediante dos vías principales:

- O bien las empresas exportan en mayor cuantía ejecutando su función tradicional de intermediarias

entre cooperativas productoras y la demanda de exportaciones.

- O bien las cooperativas acometen la actividad exportadora, pero eso sí, operando organizadamente en uniones de cooperativas o agrupaciones de productores agrarios de una escala suficientemente importante, integradora de funciones de comercialización.

2.4.7. Expectativas ante la Ronda Uruguay

Este subapartado se basa en el estudio (García Alvarez, 1991). La propuesta de negociación de la Comunidad del 7 de noviembre de 1990, incluía al vino como un sector a tener en cuenta como parte de la negociación sobre la liberalización. El vino no es un sector especialmente problemático en las negociaciones multilaterales sobre liberalización agraria. En parte, ello es debido a que la mayoría de los contenciosos pertenecen a otra esfera, relacionada con las barreras «técnicas», algunas de las cuales se han tratado en las negociaciones sobre derechos de propiedad intelectual, cuya discusión no se restringe a aspectos claramente objetivables y que, cuando se resuelven, lo hacen por la vía de los contactos bilaterales, con o sin la creación de un panel, en el seno del GATT. Pero también el carácter poco «caliente» del vino en el GATT debe atribuirse a la no existencia de un conflicto comercial entre las dos superpotencias del GATT: los EEUU y la CE. Detengámonos un momento en esta cuestión.

2.4.7.1. ¿Conflicto comercial CE-EEUU?

En efecto, hasta la fecha los EEUU han representado en sí mismos un mercado relativamente estable para los vinos de calidad de la CE, los cuales abarcan más del 95% de las importaciones del país norteamericano (unos 4 millones de hl, es decir un 20% del consumo estadounidense). El consu-

mo per cápita en los EEUU creció sostenidamente durante los ochenta hasta alcanzar un máximo en 1986 (9,3 litros por habitante y año). Por tanto, en los inicios de la Ronda Uruguay (1986), no podía calificarse al sector productor norteamericano como excedentario. Los vinos comunitarios tradicionalmente no reciben restituciones para sus exportaciones a los EEUU. La concurrencia comercial no es, pues, tan acentuada como en otros mercados de productos agrarios básicos. De hecho, en materia vinícola, la CE no se encuentra en la «lista negra» norteamericana de socios comerciales que ejercen prácticas comerciales desleales.

No obstante, según el informe de la O.I.V. sobre la campaña 1989/90, el consumo per capita en EEUU parece estar alcanzando un techo, fomentado por el retroceso en el consumo de los «wine coolers» (competencia de bebidas sustitutivas) y por las campañas anti-alcohólicas. Las importaciones norteamericanas se ven limitadas por la depreciación del dólar, lo cual ha fomentado también su reciente dinamismo exportador. La ralentización del aumento del consumo en este gran país puede inducir a una baja en las cotizaciones internacionales de los vinos europeos. La caída del consumo interno norteamericano puede provocar un agudización de las prácticas proteccionistas de los EEUU, lo cual se ha plasmado en algunos intentos de contingentar las importaciones. Así pues, es la CE, potencia exportadora, la que se enfrenta a prácticas proteccionistas al otro lado del Atlántico, asociadas a una crisis del mercado. Curiosamente, la situación presenta una simetría clara con el caso de los cereales en el GATT, pero con la diferencia de que ahora la CE representa el papel del «bueno» y los EEUU, sin llegar a ser el «malo», tampoco parecen contribuir a la estabilidad de los mercados mundiales.

Como se ha sugerido anteriormente, el paralelismo con el caso de los cereales llega hasta el punto de que la CE es quien ejerce aquí el papel estabilizador del mercado. Con una diferencia importante con relación a lo que hacen los

EEUU en cereales: mientras la CE aplica medidas efectivas de control de la oferta en vino, contribuyendo a sanear el mercado internacional, los EEUU han desistido de aplicar tal tipo de medidas (desviación de tierras) en cereales. Más bien, en cereales los EEUU rebajaron el «loan rate», respondieron con subvenciones a la exportación a la creciente competencia comunitaria y facilitaron así la caída de las cotizaciones mundiales, renunciando a su papel estabilizador (el cual, por otra parte, se revelaba costoso). Piénsese en lo que ocurriría si la CE acompañase un debilitamiento en sus medidas de control de la oferta con una caída de los precios de sostenimiento. Dada la rigidez de la oferta y de la demanda, sólo un aumento de las exportaciones podría equilibrar un mercado saturado por mayores volúmenes. Ello provocaría, a su vez, una baja de las cotizaciones.

En definitiva, dos conclusiones pueden extraerse de los comentarios anteriores: primera, que no cabe atribuir a la CE la mayor parte de la responsabilidad de las distorsiones de los intercambios internacionales; y segunda, que en años próximos puede acentuarse la concurrencia entre los dos principales socios del GATT.

2.4.7.2. Protección comercial

Los diversos países protegen su producción doméstica de vino y bebidas alcohólicas de múltiples modos, tal como vimos en un capítulo anterior. Naturalmente, la protección arancelaria es un mecanismo más de protección aunque está por comprobar si es el más importante, en vista de la amplia gama existente de barreras no arancelarias. En algunos casos se recurre a sistemas mixtos de arancel específico más ad valorem (Australia, Japón), mientras que, en otros, la tarifa aplicada es sólo de carácter específico (EEUU, Suiza, Canadá). Como se puede entender, si la protección arancelaria resultase la única forma de obstaculizar las importaciones, no

habría razones para calificar al sector vitivinícola como sector protegido. Únicamente en el caso de Japón se puede decir que el arancel se convierte con claridad en disuasorio de las importaciones. En el caso de tarifas específicas, se pueden comercializar vinos con alto margen (valor cif superior a las 200 pesetas/litro), sin que las tarifas aplicadas supusieran una barrera insalvable, al menos en comparación con lo que ocurre en otros sectores. Sin embargo, ya mencionamos las múltiples formas de protección. Una liberalización en este sector no se puede remitir únicamente a la reducción de aranceles. Este objetivo aparece como muy modesto.

La Comunidad Europea también aplica derechos específicos a la importación, pero con la complicación adicional del sistema de precios de referencia, el cual, podría considerarse como de efecto equivalente a una distorsión cuantitativa. Tampoco puede decirse que tales derechos aduaneros son de gran magnitud, incluso sin considerar la existencia de derechos preferenciales para buena parte de los socios comerciales de la CE en Europa y Cuenca del Mediterráneo. Si atendemos a las preferencias arancelarias, éstas benefician a algunos países en vías de desarrollo, principalmente del Norte de Africa, que están disfrutando de una cuasi-renta que podría desaparecer con la aplicación de aranceles no discriminatorios. Esta es una perspectiva que no debe olvidarse al analizar el impacto de la liberalización sobre las economías menos desarrolladas, y en particular, del Norte de Africa.

Ahora bien, el sistema comunitario de protección es eficaz en la preservación del principio de preferencia comunitaria debido a que impide la importación de un vino a un precio inferior al precio de referencia. Dado que bastantes países terceros autolimitan sus exportaciones, en virtud de acuerdos existentes con la CE, resulta imposible calcular el grado de protección comunitario por medio del cálculo de la diferencia entre precio interno y precio internacional (protección nominal). Sencillamente, el precio de exportación de este grupo de países terceros a la CE no refleja el precio al

que exportarían en situación de ausencia de precios de referencia. Cabe preguntarse, por tanto, si existe alguna manera de calcular de modo aproximado el grado de protección de la viticultura comunitaria.

2.4.7.3. Propuesta de liberalización de la CE

La propuesta comunitaria colocaba al vino entre aquel grupo de productos para los cuales el cálculo de la Unidad de medida de Apoyo (UMA) no es posible. Sin embargo, acometió el cálculo de una medida del «nivel de apoyo» que, aunque no pudiese ser interpretada como UMA sí pudiese reflejar el grado de protección del producto. En el caso del vino, se consideró que el nivel de apoyo podía calcularse a partir de las medidas en frontera sin añadir el gasto adicional en intervenciones de apoyo al sector, ya que se consideraba que la magnitud de la medida en frontera ya recoge el efecto de dichas intervenciones.

El apoyo cuantificado por la CE para 1990 ascendía a 3840 millones de ECUs (casi medio billón de pesetas). Adviértase que esta magnitud es aproximadamente equivalente al producto de lo que podría denominarse la «utilización normal» de vino de mesa (unos 100 millones de hl, descontadas las intervenciones públicas para destilación) por el equivalente arancelario recogido en la mencionada propuesta de la CE, igual a 39 ECU/hl (vino de mesa de 11,25% vol., no embotellado). El apoyo mencionado ya resultaba casi un 30% inferior al estimado para 1986 (5392 millones de ECUs). Si recordamos que, para el vino, la reducción ofrecida era sólo del 10% del apoyo en 1986, el objetivo a alcanzar en 1995 se estimó en 4853 millones de ECUs. Es decir, más de un 25% del apoyo calculado para 1990. Con estas operaciones, la CE no sólo ponía en evidencia el alcance de las medidas restrictivas adoptadas a partir de 1988, sino que incluso se permitía guardar «una reserva de protección» que

eventualmente pudiera ser utilizada como elemento de negociación. Claramente, a la CE le conviene incluir a este sector en la negociación sobre la reducción del apoyo, en vista de que refuerza la posición comunitaria.

2.4.7.4. Posición de España

Desde la perspectiva española, la cuantificación del apoyo concedido a nuestro vino de mesa supone un ejercicio interesante. Partiendo de una «producción de referencia» de 27,5 millones de Hl (a la que se aplica un porcentaje para obtener el umbral de producción), y multiplicando por 39 ECU/Hl, obtenemos unos 1070 millones de ECUs, es decir, unos 140 mil millones de pesetas, que sería la cuantificación del apoyo al vino español, suponiendo que el equivalente arancelario es el mismo para nuestro vino que para el del resto de nuestros socios comunitarios. Dado que el período de transición de la adhesión de España a la CE no ha culminado todavía, sería más realista intentar un procedimiento de cálculo que considerase la posición relativa de España en la Comunidad.

Para estudiar la evolución de la protección equivalente disfrutada por el vino español, puede ser útil partir de la hipótesis de que el precio a la producción en España, antes del 1 de marzo de 1986, podía tomarse como precio mundial. El desarme comunitario de la protección en frontera frente al vino español nos puede ir informando de cuál es el grado de protección del vino español en cada momento. Ahora bien, España era también uno de esos países terceros que había acordado con la CE el respeto voluntario al precio de referencia. Afortunadamente para nuestros objetivos, el sistema fue sustituido por la aplicación de un montante regulador, basado en la diferencia entre los precios de orientación comunitario y español, el cual puede tomarse como una

aproximación del arancel equivalente a la protección implícita en el sistema de precio mínimo.

Claramente, la protección máxima se aproxima por la suma del montante regulador al inicio del período más el derecho aduanero aplicado a país tercero. Puede comprobarse que dicha protección varía alrededor de 27,5 pesetas/l.

En realidad, resulta poco probable una reducción de dicho nivel de apoyo para España, teniendo en cuenta, en primer lugar, que la propuesta comunitaria no recoge reducciones futuras (incluso existe una reserva de protección) y que, en segundo lugar, todavía resta un margen de un 30%-40% de aumento del apoyo del vino español, por lo que queda de período transitorio.

2.4.7.5. Protección en frontera y control de oferta

La protección en frontera equivalente supone una barrera eficaz para obstaculizar la penetración en la Comunidad Europea de vinos de países terceros. Ello no significa necesariamente que una eventual desprotección agraria fuera a provocar la desaparición del viñedo comunitario. Es claro que persisten otras formas de protección y, aunque desapareciesen también, la competitividad del viñedo de la Comunidad depende de muchos factores distintos del precio, teniendo en cuenta el carácter «regional» de la mayoría de las transacciones internacionales en este sector, como ya apuntamos en el capítulo primero.

No obstante, la elevada protección en frontera es condición necesaria para un eficaz control de la producción que, por la vía de la Ley de King, aumente los ingresos de los viticultores restringiendo los volúmenes comercializados. Dicha protección en frontera puede entenderse, de algún modo, como el tributo que la CE exige a países terceros, por el papel estabilizador del mercado mundial ejercido por la PAC y posibilitado por el elevado grado de poder monopólico del

sector vitivinícola comunitario en el contexto del mercado mundial.

El control de la producción, posibilitado mediante las distintas destilaciones públicas (preventiva, obligatoria, de mantenimiento, garantía de buen fin), supone una solución a corto plazo eficaz para detener la hemorragia presupuestaria en la que había incurrido la OCM del vino. Es, desde luego, una solución «second-best» para los productores comunitarios, toda vez que una caída de los precios resultaría muy costosa para ellos debido a la rigidez de la oferta. Factores de producción rígidos, cultivos permanentes, escasas alternativas de cultivo en la mayoría de los suelos vitícolas españoles, reducidas oportunidades de trabajo en las zonas rurales productoras. Todos estos elementos suponen que cualquier reducción de los precios será soportada por los propios agricultores, no pudiéndose trasladar con facilidad a otros sectores. Todo esto justifica, podría justificar políticamente, el mantenimiento de un sistema de protección o de apoyo a las rentas de los viticultores, incluso aunque se pusiera en marcha un programa eficaz de ayudas directas a las rentas.

Ahora bien, aceptada la solución del control de la oferta como inevitable, en sus diversas vertientes (destilación obligatoria, abandono definitivo del viñedo, limitación de los derechos de replantación), se trataría de que la posición española no quedara debilitada en el contexto comunitario. Así, dentro de una cuota o producción de referencia global de la Comunidad, interesaría que aquellos países o áreas geográficas con ventaja comparativa en la producción de vino pudieran ir ganando cuota de mercado. Nos hemos referido a la práctica del enriquecimiento alcohólico. Ahora podemos referirnos a otras políticas de control como las relacionadas con los derechos de replantación, la destilación obligatoria y las primas de abandono definitivo.

Así, en materia de nuevas plantaciones, el artículo sexto del Reglamento CEE 822/87 prohibía toda nueva plantación

de viña hasta el 31 de agosto de 1990, aunque existían ciertas excepciones. La Comisión se muestra predispuesta a restringir cada vez más estas autorizaciones y, de hecho, junto al paquete de precios para la campaña 1990-1991 se prohibieron nuevas plantaciones de viñedo hasta el 31 de agosto de 1996 aunque se prorrogaba un año más la autorización, a título excepcional, de nuevas plantaciones de vinos de calidad. La legislación restrictiva cumple un papel equilibrador del mercado pero, por otro lado, dificulta cualquier ajuste productivo hacia el vino de calidad. Existen, cómo no, fórmulas que permiten la adaptación productiva de las explotaciones, como es el caso de la posibilidad existente en los países comunitarios, no en España, de traspasar los derechos de replantación entre explotaciones. La legislación comunitaria incluye en esta posibilidad no sólo a los vinos de calidad, sino también a superficies destinadas a vinos de mesa siempre que se trate de tierras de categoría I, variedades recomendadas en zonas con elevado nivel de calidad y con alguna limitación en sus rendimientos productivos.

En cuanto a las primas por abandono del cultivo de la viña, a partir de la campaña 1992/93 y siguientes, las primas que se destinan a zonas de vino de mesa en España serán similares a las concedidas en el resto de la CE. La prima por abandono se duplica al superar los rendimientos medios del área afectada el umbral de los 20 Hl/Ha. Con esto se verifica un mayor estímulo al abandono de las áreas de mayores rendimientos, que no suelen ser las españolas. En una primera aproximación, esta aparente discriminación en realidad lo que implica es una menor reducción de la superficie vitícola en España, lo cual puede venir justificado por razones ecológicas, por la necesidad de mantener una actividad productiva en zonas rurales desfavorecidas y, también, por la idoneidad de mantener la cuota de mercado comunitario para el vino español.

Finalmente, el sistema de contingentes implícitos establecido por el mecanismo de la destilación obligatoria a corto

plazo implica una congelación del patrón de especialización productiva inter-regional del cultivo vitícola. Queda por analizar la medida en que el sistema pudiera ser reforzado en el futuro para que la asignación de los contingentes entre regiones fuera acorde con criterios de eficiencia inter-regional y no con criterios históricos basados más en la producción total que en otras variables de competitividad del vino como simplemente la calidad.

En definitiva, dos preguntas claves restan por contestar en relación con el futuro de la viticultura española. La primera, sobre cuáles son los factores sobre los que se apoya (y podría apoyarse) la pretendida competitividad de nuestro viñedo. La segunda, sobre cuál es la dimensión política y económicamente deseable de nuestro viñedo. Ambas cuestiones deben ser respondidas en un marco político en el que las distorsiones al comercio intra-comunitario resultan, con diferencia, más acentuadas y relevantes, que las detectadas entre la CE y países terceros. Aceptando la solución «cártel» al problema vitivinícola de la CE, se trataría de ver cuáles serían las condiciones más ventajosas de participación del viñedo español en el cártel vitivinícola comunitario.

En resumen, dos son las opciones con que parece enfrentarse, desde el punto de vista político, el viñedo español. La primera, consiste en una participación en el sistema actual de control de la oferta (en las mejores condiciones posibles), permitiendo el mantenimiento de los precios de mercado, la obtención de una renta extraordinaria, aun a costa de restar competitividad a nuestras exportaciones. La segunda alternativa provendría del sometimiento del sector a las reglas del mercado, reduciéndose los precios de sostenimiento, pero a la vez el control de la oferta. Esta opción de «laissez-faire» permitiría una expansión de nuestras exportaciones pero a costa de aceptar una disminución de los precios percibidos y de las rentas agrarias. Aun siendo esta segunda alternativa la más coherente con las disciplinas del GATT, no es evidente que fuera la que permitiese una mayor estabilidad del merca-

do mundial, al menos a corto plazo. Como hemos señalado repetidas veces, los efectos estabilizadores de la primera alternativa, la del control de la oferta, deben haber sido significativos, dada la elevada cuota de mercado de la CE en el mercado mundial.

2.5. *Olivicultura*

2.5.1. Mercado mundial

El cultivo del olivo y la producción de aceite de oliva son actividades económicas de acusado carácter mediterráneo. La producción de aceituna de España, Italia, Grecia, Turquía, Túnez y Marruecos, todos ellos países ribereños del Mare Nostrum, representa el 86% de la producción mundial en el período 1986/88. El resto de la producción la realizan países como Libia, Argelia, Líbano, Israel, Yugoslavia y Portugal.

La producción de aceite de oliva, aunque no se corresponde exactamente con la producción de aceituna, también está fuertemente concentrada en la cuenca mediterránea. Los seis primeros países citados anteriormente elaboran el 90% del aceite de oliva mundial.

La CE es el primer productor mundial de aceituna y de aceite de oliva. Su participación en la elaboración de aceite de oliva es ligeramente superior a su participación en la producción de aceituna y se sitúa en torno al 76%. En su seno, los principales países productores son Italia, España y Grecia.

La comparación de la producción media de los períodos 1979-81 y 1986-88 nos muestra un incremento de la producción española y un decremento de la producción de italianos y griegos. Como consecuencia, la participación de la CE en la producción mundial de aceituna pasa del 73,2% al 70,8%, y su participación en la producción de aceite de oliva del 77,9 al 767,6%. Del resto, destaca el aumento de Turquía (7,9% al