

Importancia económica y social del sector vitivinícola en España

Noviembre de 2020

Para:

Interprofesional del
VINO DE
ESPAÑA



Afi

c/ Marqués de Villamejor, 5
28006 Madrid
Tlf.: 34-91-520 01 00
Fax: 34-91-520 01 43
e-mail: afi@afi.es
www.afi.es

Índice

Resumen ejecutivo	5
1. Introducción.....	8
2. La cadena de valor del sector vitivinícola.....	9
3. La relevancia del sector vitivinícola en la economía española.....	16
4. La dimensión internacional del sector vitivinícola.....	26
5. El valor social del sector vitivinícola	35
6. El valor medioambiental del sector vitivinícola	40
Conclusiones	48
Referencias bibliográficas y estadísticas	50
Agradecimientos.....	51
Anexo I – Proyectos de I+D+i impulsados por la PTV en 2019	52
Anexo II – Nota metodológica sobre la estimación de la relevancia económica del sector vitivinícola	53
Anexo III - Indicios sobre el impacto de la COVID-19 en el sector vitivinícola.....	57

Índice de figuras, tablas y gráficos

<i>Figura 1 – La cadena de valor del sector vitivinícola en España</i>	12
<i>Figura 2 – Contribución del sector vitivinícola a la economía española</i>	17
<i>Figura 3 – Desagregación del impacto económico del sector vitivinícola, por tipo de efecto</i>	18
<i>Figura 4 – Desagregación de la aportación económica del sector vitivinícola, por actividad</i>	19
<i>Figura 5 – Distribución regional del VAB directo de la actividad de viticultura en España, por CC.AA.</i>	24
<i>Figura 6 – Distribución regional del VAB directo de la comercialización de vino</i>	25
<i>Figura 7 – Posición de España como proveedor de vino en los cinco principales mercados compradores de productos vitivinícolas españoles (en valor y en volumen), 2019</i>	31
<i>Figura 8 – Aspectos de materialidad en la gestión de la sostenibilidad por parte de los elaboradores de vino</i>	40
<i>Figura 9 – ODS relevantes en la gestión de la sostenibilidad medioambiental en el sector vitivinícola</i>	44
<i>Figura 10 – Principales canales de impacto inicial de la COVID-19 en el sector vitivinícola</i>	62
<i>Tabla 1 – Distribución geográfica del viñedo y de la producción de vino en España, media anual del último lustro</i>	10
<i>Tabla 2 – Actividad de I+D+i impulsada por la Plataforma Tecnológica del Vino, 2017 - 2019</i>	14
<i>Tabla 3 – Impacto directo en la recaudación fiscal, millones de euros</i>	20
<i>Tabla 4 – Efecto tractor del sector vitivinícola sobre otras actividades económicas (top-15) en España</i>	22
<i>Tabla 5 – Intensidad exportadora de vino, por regiones españolas, 2019</i>	29
<i>Tabla 6 – Principales mercados de destino de las exportaciones vitivinícolas españolas (en términos de valor)</i>	30
<i>Tabla 7 – Número de viticultores en España, por CC.AA., 2019</i>	35
<i>Tabla 8 – Evolución demográfica en las provincias con presencia de viñedo superior a la media nacional</i>	37
<i>Tabla 9 – Producción ecológica: superficie de viñedo y tamaño industrial, por CC.AA., 2019</i>	45
<i>Tabla 10 – Distribución del VAB directo del sector vitivinícola, por CC.AA (% s/total nacional)</i>	55
<i>Tabla 11 – Peso del VAB directo del sector vitivinícola por CC.AA (% s/VAB regional)</i>	56



Gráfico 1 – Clasificación general de las ramas productivas según su efecto tractor.....	21
Gráfico 2 – Flujos comerciales de productos vitivinícolas, en volumen (millones de hectolitros).....	26
Gráfico 3 – Flujos comerciales de productos vitivinícolas, en valor (millones de euros).....	27
Gráfico 4 – Evolución del tejido empresarial exportador de productos vitivinícolas en España.....	28
Gráfico 5 – Evolución de la distribución geográfica de las exportaciones españolas vitivinícolas.....	32
Gráfico 6 – Flujos de inversión directa del sector vitivinícola español en el exterior (millones EUR)...	33
Gráfico 7 – Flujos de inversión extranjera directa en el sector vitivinícola español (millones EUR)	34
Gráfico 8 – Relación entre ruralidad y viticultura, por provincia, 2019.....	36
Gráfico 9 – Distribución de la superficie de viñedo de secano, por CC.AA., 2019.....	41
Gráfico 10 – Evolución reciente de la superficie de viñedo ecológico en España (2015 – 2019).....	47
Gráfico 11 – Principales sectores (top-10) afectados por los ERTE en España, mayo y septiembre de 2020 (% trabajadores afectados por un ERTE sobre el total de trabajadores del sector).....	58
Gráfico 12 – Evolución del consumo mensual de vino de los hogares españoles (% variación interanual del consumo mensual de vino y espumosos).....	59
Gráfico 13 – Número de turistas internacionales que visitaron España por motivos de ocio, enero-agosto (millones de turistas).....	60
Gráfico 14 – Evolución mensual de las exportaciones españolas de productos vitivinícolas, marzo – julio, 2016 - 2020 (millones de euros).....	61
Gráfico 15 – Evolución mensual del censo de empresas españolas exportadoras de productos vitivinícolas, enero –julio, 2016 - 2020 (nº de empresas).....	61



Resumen ejecutivo

Destacado posicionamiento global y extensa cadena de valor

- España es líder mundial en superficie de viñedo, con más de 950.000 hectáreas dedicadas al cultivo de la vid (en media del último lustro). Una superficie en la que el viñedo ecológico también respalda el liderazgo español, gozando además de un peso creciente: superó el 13% de la superficie total de viñedo para vinificación en 2019. A su vez, nuestro país se erige como tercer mayor productor de vino, contando con una producción que ronda los 38 millones de hectolitros anuales y existen cerca de un centenar de denominaciones de origen protegidas.
- La cadena de valor del sector vitivinícola involucra a una numerosa y diversa red de agentes, que se encargan de la viticultura, la elaboración de vino, así como de su distribución y comercialización. Pero además, existe otra serie de actividades, tanto suministradoras de las anteriores como conexas, que amplifican el alcance y capilaridad del sector. En este sentido, la vitivinicultura contabiliza más de 4.000 empresas productoras y elaboradoras de vino, así como una inmensa red de establecimientos de distribución y venta de productos vitivinícolas. A su vez, genera un efecto tractor sobre otras muchas actividades suministradoras clave, como la industria de la madera, del vidrio, del corcho, o la fabricación de maquinaria y equipos industriales, entre otras. A las anteriores, se unen el turismo y otras actividades conexas al sector vitivinícola que, en el caso del sector turístico, bajo la fórmula del enoturismo, aporta un complemento de valor a la oferta turística nacional, con una treintena de Rutas del Vino de España, distribuidas por la geografía española.
- Las empresas y organizaciones del sector vitivinícola español también son promotoras y partícipes de iniciativas de investigación e innovación, para hacer frente a los distintos retos que, en materia medioambiental, de procesos y productos, comercial y otras, ha de abordar este sector. Un esfuerzo que se traduce en la modernización y ampliación de las instalaciones, a lo que se dedican más de 570 millones de euros anuales, así como en actividades de I+D+i.

Notable peso económico en términos de aportación al VAB, al empleo y a las arcas públicas españolas

- En España, la actividad vitivinícola (incluyendo la viticultura, la elaboración del vino y su comercialización), genera un VAB total superior a los 23.700 millones de euros anuales (incluyendo los efectos indirecto e inducido), equivalentes al 2,2% del VAB nacional. En particular, la contribución directa del sector se sitúa por encima de los 11.600 millones. Por cada euro de demanda final en el sector vitivinícola, la economía genera 1,75 euros de valor añadido directo e indirecto.
- Desde una perspectiva regional, cabe destacar que en torno al 48,1% del VAB directo nacional de la viticultura se genera en Castilla – La Mancha, siendo la región con mayor superficie de viñedo y la que lidera la producción de uva en España. En esta Comunidad Autónoma la viticultura supone alrededor del 1,4% de su VAB regional. Le sigue La Rioja, donde el cultivo de la vid cuenta con un peso en el VAB en torno al 0,7%. En el caso riojano,



la actividad de elaboración de vino contribuye con otro 3,9% al VAB regional, a la vez que responde por el 15,5% del VAB directo nacional de dicha actividad de elaboración de vino.

- El sector se estima que contribuye, asimismo, a la generación y mantenimiento de más de 427.700 empleos (puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo), que dependen de manera directa, indirecta e inducida de la actividad vitivinícola. Ello supone un 2,4% del empleo en España.
- En términos de aportación a las arcas públicas españolas, la contribución directa del sector vitivinícola supera los 3.800 millones de euros anuales, incluyendo las cotizaciones sociales (sin computar la actividad vinculada a los efectos indirecto e inducido).
- El sector vitivinícola, sobre todo en lo relativo a la elaboración del vino, presenta fuertes eslabonamientos hacia delante y hacia atrás. Además, los sectores suministradores del vitivinícola, sobre los que este ejerce un efecto tractor, abarcan desde actividades íntimamente relacionadas con la producción y venta de vino, hasta diversos servicios de apoyo a la gestión, promoción e innovación.

Amplia presencia internacional y saldo comercial positivo

- Además de la actividad desarrollada a escala nacional, el vitivinícola es un importante exponente del sector exterior español. No en vano, España es el principal exportador mundial de vino, en términos de volumen, y el tercero, en valor. Los productos vitivinícolas españoles están presentes en 189 países, de los cuales 86 realizaron compras superiores al millón de euros en 2019.
- Las exportaciones españolas de productos vitivinícolas superaron los 3.000 millones de euros el año pasado, situándose el vino en el *top-5* de los principales productos exportados por la industria agroalimentaria española. Además, la balanza comercial vitivinícola ha mostrado tradicionalmente un amplio superávit para España.
- Más de la mitad de las empresas españolas que venden al exterior productos vitivinícolas han consolidado sus ventas internacionales, habiendo exportado de forma consecutiva en el último cuatrienio.
- La internacionalización de las empresas del sector vitivinícola también se ha plasmado en proyectos de inversión directa en países como Italia y Chile. Y, a la inversa, la importancia de España en el mundo del vino ha atraído unos flujos de inversión extranjera que superan los 800 millones de euros en el acumulado de la última década.

Fuerte vínculo con la cultura y el territorio, ejerciendo de dinamizador económico y social

- El vino mantiene un importante arraigo territorial, muy visible en las denominaciones de origen, siendo el entorno de procedencia del vino un apreciado atributo del mismo. Además, su relación con la cultura y la sociedad españolas es ineludible. Una muestra de ello descansa en su presencia como acompañante gastronómico y su vínculo con los hábitos culinarios españoles y las relaciones sociales.
- La vinculación del vino con el territorio también tiene una base de dinamización económica y de desarrollo territorial sostenible. La actividad vitivinícola es fuente de recursos para un amplio colectivo de viticultores, que superaba los 561.000 a mediados de 2019. En dicho



colectivo se incluyen jóvenes que desarrollan esta actividad y que el año pasado respondieron por el 27% del total de superficie solicitada para nuevas plantaciones de viñedo.

- La propia naturaleza de la viticultura la convierte en una actividad que favorece la fijación de población en el medio rural y contribuye a hacer frente al reto demográfico. Cabe señalar que entre las provincias cuya presencia de viñedo (en porcentaje sobre el total de superficie) se sitúa por encima de la media nacional, solamente una, Cuenca, muestra un patrón de despoblación en los últimos cuarenta años.
- La elaboración de vino mantiene, igualmente, una fuerte vinculación al territorio, ya que las bodegas se localizan en zonas próximas a los viñedos. Y el modelo cooperativo, tan presente en la estructura productiva vitivinícola española, junto con otras iniciativas de asociacionismo de los viticultores, pueden ser concebidos como instrumento de cohesión social y fortalecimiento del vínculo entre las sociedades locales y la vitivinicultura.
- Otro fenómeno vertebrador del territorio viene de la mano del enoturismo, que ofrece una experiencia diferente en la comercialización y consumo del vino, incorporando distintos intangibles y atributos diferenciales. En 2019 generó un volumen de negocio superior a los 256 millones de euros, según ACEVIN.

Compromiso con la lucha contra el cambio climático y la consecución de los ODS

- La propia naturaleza y características de la actividad vitivinícola la hacen especialmente sensible al cuidado y respeto del entorno. Su dependencia de las condiciones climáticas contribuye a una mayor sensibilidad ante la conservación de los recursos naturales y medioambientales existentes en las localidades vitivinícolas.
- Los efectos del cambio climático introducen unas condiciones más adversas para el cultivo de la vid y obligan a la búsqueda de soluciones, ya que la calidad y el volumen de vino que se podrán obtener en el futuro en España están condicionados por la realidad climática vigente. Por ello, el sector vitivinícola ya está desarrollando proyectos (relacionados con la biotecnología y la diversidad genética, entre otros) que permitan mejorar la producción vitivinícola y luchar contra el cambio climático, en línea con los objetivos de la Política Agrícola Común de la UE y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 13 – Acción por el clima).
- En la actuación sectorial también es vital la gestión sostenible de los recursos hídricos (ODS 6) (nótese que la superficie de viñedo de secano es mayoritaria en España), la producción sostenible (ODS 12) y la preservación de la biodiversidad y del suelo (ODS 15). Respecto a la biodiversidad, cabe indicar que los viñedos son pieza clave del paisaje de las zonas vitivinícolas y para su preservación es fundamental proteger las distintas especies existentes, aprovechando las relaciones simbióticas. Por otro lado, es importante para gestionar adecuadamente el impacto medioambiental del sector vitivinícola y contribuir al cumplimiento de los principios de Economía Circular, la valorización que se realiza de distintos subproductos generados en el proceso de vinificación.

1. Introducción

El sector vitivinícola mantiene un profundo vínculo con la gastronomía española, la cultura (incluyendo el patrimonio cultural inmaterial), la riqueza paisajística regional, la imagen proyectada al exterior, y otros tantos elementos que configuran las señas de identidad de nuestro país.

La contribución de este sector a la economía española, en términos de PIB y de empleo es relevante, como también lo es su aportación desde la perspectiva del desempeño del sector exterior, la dimensión social y la gestión de los retos en materia de sostenibilidad medioambiental. Sin embargo, esta importancia socioeconómica no siempre es conocida, al menos de forma suficiente. De ahí la oportunidad de llevar a cabo el presente estudio, promovido por la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE), en el que se analiza la importancia económica y social del sector vitivinícola en España. De esta forma, se pretende poner en valor y dar a conocer de forma más amplia los diversos atributos sectoriales, para buscar un encaje más idóneo con la imagen que tienen sobre el sector vitivinícola los distintos agentes socioeconómicos, tanto de la esfera pública como privada y, en general, la sociedad española.

El análisis contempla, en primera instancia, una caracterización de la amplia cadena de valor del sector vitivinícola, abarcando las actividades núcleo: viticultura, elaboración del vino y comercialización del mismo. Pero también otra serie de actividades suministradoras clave, así como unas actividades conexas, entre las que figura el enoturismo.

Una vez perfilada la cadena de valor, se realiza una estimación cuantitativa de la importancia económica del conjunto de actividades núcleo, reflejando su contribución al Valor Añadido Bruto y al empleo, así como también al erario público. Sin descuidar el efecto tractor ejercido sobre otras actividades económicas. Asimismo, se complementa el análisis cuantitativo a escala nacional con una estimación del peso directo del sector en las distintas comunidades autónomas. Y se reflexiona sobre la afección de la pandemia, perfilando las distintas vías transmisoras de un impacto sobre la actividad vitivinícola, de magnitud todavía incierta.

En una tercera sección, se aborda la dimensión internacional del sector, para recoger el desempeño de su tejido empresarial en los mercados exteriores y, con ello, la capacidad para impulsar la internacionalización de la economía española.

Al valor social del sector vitivinícola se dedica otra sección específica, en la que se apela a su capacidad vertebradora del territorio y a la promoción de flujos turísticos, entre otros aspectos.

Por último, previo a las conclusiones, se destacan algunos de los principales esfuerzos llevados a cabo por el sector vitivinícola para contribuir a la lucha contra el cambio climático y responder a su responsabilidad en materia de sostenibilidad medioambiental.

2. La cadena de valor del sector vitivinícola

Desde que un viticultor planta la vid hasta que el consumidor final puede disfrutar de una copa de vino, se producen toda una serie de transformaciones de la materia prima, así como relaciones económicas entre diferentes agentes socioeconómicos.

La cadena de valor del sector vitivinícola en España engloba desde el viticultor hasta el comercializador del vino (producto terminado), así como a toda una serie de actividades suministradoras (industrias del corcho, madera, vidrio, productos enológicos, fitosanitarios, logística y transporte, publicidad, etc.). Además, existe un buen maridaje entre el sector vitivinícola y las actividades turística (enoturismo), culturales y de ocio (por ejemplo, museos dedicados al vino) e incluso de salud y belleza (vinoterapia), entre otras.

Dada su localización geográfica, España es uno de los pocos países del mundo donde se dan las condiciones climáticas propicias (temperatura, disponibilidad de agua, horas de sol) para el desarrollo de la viticultura. Nuestro país cuenta con más de 950.000 hectáreas dedicadas a viñedo (en media de los cinco últimos años), es decir, en torno al 13% del total mundial¹, lo que lo convierte en líder en superficie de viñedo. Además, España es actualmente el tercer productor mundial de vino (solo por detrás de Italia y Francia)², con una producción cercana a los 38 millones de hectolitros anuales, de media en el último lustro³.

La superficie de viñedo ecológico supera el 12% de la total, con más de 121.200 hectáreas dedicadas a este tipo de viñedo para la producción de vino ecológico⁴.

España es líder mundial en superficie de viñedo y tercer mayor productor de vino, contando con cerca de un centenar de denominaciones de origen protegidas. Además, posee una creciente superficie de viñedo ecológico.

La producción vitivinícola se extiende a lo largo de toda la geografía española, y, salvo contadas excepciones, en todas las comunidades autónomas se elabora algún tipo de vino. La rica cultura vinícola española se traduce en una gran diversidad tanto de variedades de vino, con 97 denominaciones de origen y 42 indicaciones geográficas protegidas⁵, como de procesos productivos.

¹ Cuota sobre una superficie mundial estimada en 7,4 millones de hectáreas, de acuerdo con los últimos datos publicados por la OIV (2020).

² IVIE (2020). "Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo. Informe 2019". Cajamar Caja Rural.

³ Superficie de viñedo para vinificación y volumen de producción de vino, según "Datos Provisionales de Viñedo año 2019", del MAPA.

⁴ MAPA (2020). "Producción ecológica. Estadísticas provisionales 2019".

⁵ Puede consultarse el listado [aquí](#).

Tabla 1 – Distribución geográfica del viñedo y de la producción de vino en España, media anual del último lustro

CC.AA.	Viñedo de uva para vinificación (hectáreas)	Cuota de superficie de viñedo	Producción (hectolitros)	Cuota de producción
Andalucía	29.574	3,10%	1.136.108	2,99%
Aragón	36.276	3,80%	1.248.152	3,28%
Asturias	114	0,01%	1.176	0,00%
Baleares	2.212	0,23%	58.064	0,15%
Canarias	13.016	1,36%	101.464	0,27%
Cantabria	118	0,01%	603	0,00%
Castilla - La Mancha	455.348	47,67%	19.400.238	51,06%
Castilla y León	78.134	8,18%	2.062.016	5,43%
Cataluña	56.275	5,89%	3.185.591	8,38%
Extremadura	79.410	8,31%	3.328.999	8,76%
Galicia	33.286	3,48%	753.490	1,98%
Madrid	9.424	0,99%	111.816	0,29%
Murcia	23.251	2,43%	738.192	1,94%
Navarra	18.050	1,89%	740.578	1,95%
País Vasco	14.277	1,49%	783.985	2,06%
La Rioja	46.934	4,91%	2.188.546	5,76%
Com. Valenciana	58.710	6,15%	2.157.038	5,68%
Total nacional	955.135	100%	37.996.055	100%

Nota: 2019, datos provisionales.

Fuente: Afi, a partir de MAPA

Hasta que el vino es puesto a disposición del cliente final, cabe distinguir entre tres etapas: cultivo de la vid (viticultura), elaboración y crianza del vino, y distribución y comercialización del vino. La primera, la **viticultura**, es llevada a cabo tanto por viticultores independientes, como por aquellos que forman parte de una cooperativa, así como por las bodegas con viñedo propio.

En la **elaboración del vino** participan en torno a las 4.000 empresas⁶, incluyendo cooperativas, bodegas de pequeño y mediano tamaño, así como grandes bodegas. El modelo cooperativo se estima que cuenta con una cuota, en términos de volumen de producción, de en torno al 60% en España, y su presencia es más destacada en las grandes áreas productoras de vino⁷. No obstante, existe una gran diversidad de cooperativas, que aglutinan

⁶ De acuerdo con la Estadística Estructural de Empresas, del INE (2017).

⁷ Langreo, A., Castillo, J. S. (2014). “Estructura, organización y modelos empresariales en el sector”, publicado en “La economía del vino en España y en el mundo”. Cajamar.

la producción de sus socios cooperativistas y que van desde las de reducido tamaño (más numerosas), hasta las cooperativas de segundo grado, que integran a su vez a otras cooperativas y que tienen una mayor orientación hacia el mercado. Son principalmente las de cierto tamaño las que cuentan con actividad exportadora.

No obstante, en términos de valor, destacan los grandes grupos bodegueros: los diez principales acapararon un 44% de las ventas de vino en 2018⁸. Entre estos últimos se encuentran grandes bodegas, originalmente ligadas a zonas de producción o denominaciones de origen y algunas bodegas de capital extranjero; todas ellas con una oferta diversificada y una importante orientación a los mercados internacionales.

La vitivinicultura involucra a más de 4.000 empresas productoras y elaboradoras de vino, además de una extensa red de establecimientos de distribución y comercialización de vino.

Por su parte, la **distribución y comercialización del vino** involucra también a las bodegas que, de forma directa o a través de distribuidores y almacenistas, venden los productos vitivinícolas. Cabe indicar que los almacenistas, que superan el millar de empresas en España, serían propietarios de vino y mosto, pero no productores⁹, pudiendo ejercer una actividad de comercio al por mayor de bebidas (a partir de la compra de vino a granel, que posteriormente envasan y comercializan).

No obstante, las bodegas pueden vender directamente al consumidor final o, de manera indirecta, utilizando los canales de venta minorista: canal horeca (bares, restaurantes) o comercio minorista. El primero concentra más de la mitad del valor de las ventas de vino en el mercado español¹⁰. No en vano, para los restaurantes y bares de menor dimensión el vino puede constituirse en un elemento de diferenciación competitiva, a través de la comercialización de variedades y marcas específicas. Por su parte, dentro del comercio minorista destaca el peso de la gran distribución (supermercados e hipermercados) que acapara más del 80% de las ventas de este canal.

También cabe señalar que la concepción del vino como un producto de elevado valor añadido y el refuerzo del atributo de calidad asociado a determinados estilos de vino han incrementado su presencia en otros canales como los clubs de vino, las vinotecas o las tiendas *gourmet*.

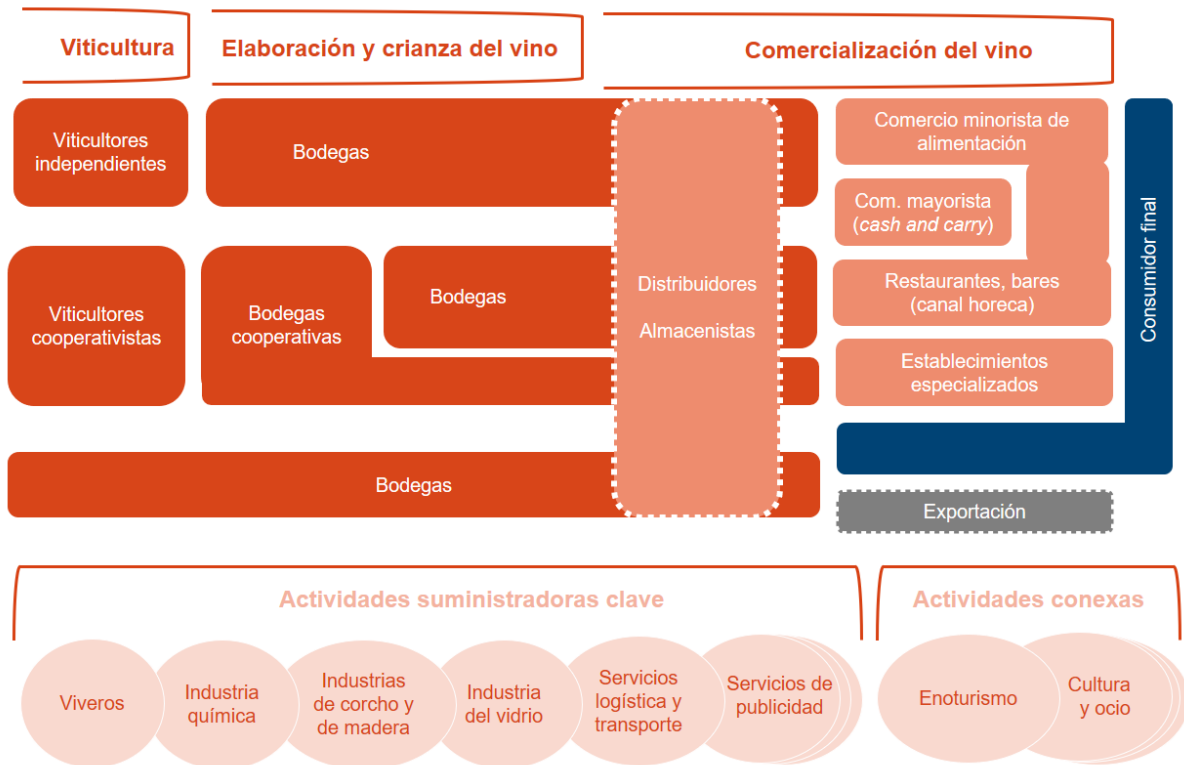
⁸ A partir de las ventas de las principales empresas y grupos de vinos españoles, recogidos en el informe monográfico sobre "Vinos: Las bodegas españolas en alerta", publicado por Alimarket (noviembre 2019).

⁹ Según el RD 739/2015, de 31 de julio, sobre declaraciones obligatorias en el sector vitivinícola.

¹⁰ De acuerdo con los resultados del estudio realizado por el OeMv para la OIVE en 2019 – 2020 sobre el consumo de vino en España.

Por otro lado, más de la mitad de la facturación del sector corresponde a exportaciones, lo que refleja su gran proyección internacional.

Figura 1 – La cadena de valor del sector vitivinícola en España



Fuente: Afi

El desarrollo de la vitivinicultura demanda a su vez la presencia de una serie de “actividades suministradoras clave”, sobre las que genera un efecto arrastre o tractor. Entre ellas se encuentran las industrias del corcho para la fabricación de tapones, madera para la obtención de barricas, la producción de botellas de vidrio o la fabricación de productos fitosanitarios y enológicos necesarios para los procesos de producción y elaboración del vino, entre otras.

El proceso de envejecimiento del vino requiere de un tiempo de estancia en barrica y otro en botella, de duración variable en función del tipo de vino (joven, crianza, reserva o gran reserva, así como otros tipos de vino con crianza no sujetos esta categorización). El roble es el material preferido para las barricas, por las amplias cualidades que aporta al vino durante el proceso de maduración. Las bodegas españolas dedicadas a la crianza de vino poseen un parque de

alrededor de dos millones de barricas de roble, para cuyo mantenimiento y renovación son necesarias inversiones anuales de alrededor de 90 millones de euros¹¹.

La vitivinicultura genera un efecto tractor sobre otras actividades suministradoras clave, como la industria de la madera, del vidrio, del corcho, o la fabricación de maquinaria y equipos industriales, entre otras.

El sector vitivinícola ejerce a su vez un efecto tractor sobre la industria del vidrio ya que este material reúne una serie de ventajas en términos de cierre, impermeabilidad al oxígeno y resistencia a la luz y al agua. Además, el envejecimiento en botella dota al vino de cualidades adicionales, permitiendo que mejore en complejidad y finura.

Por su parte, la industria del corcho presenta una elevada dependencia del sector vitivinícola: se calcula que el 97% de su negocio corresponde a los tapones de botellas de vino. Aunque existen otros materiales que pueden desempeñar la misma función, para muchas bodegas las propiedades del corcho lo hacen idóneo para la conservación del vino (sobre todo en el caso de vinos de guarda). España es además un importante productor de corcho, con una cuota del 30% de la producción mundial y con un tejido empresarial conformado por unas 150 empresas dedicadas a la fabricación de tapones de corcho (localizadas fundamentalmente en Cataluña, aunque la preparación previa del corcho tiene lugar en Andalucía y Extremadura).

La fabricación de máquinas - herramienta y bienes de equipo utilizados en los procesos de producción y elaboración del vino es igualmente una actividad suministradora clave. Más allá de los elementos mecánicos utilizados en la fase de viticultura, para el cultivo, tratamiento y recolección de la uva, la elaboración de vino requiere de una serie de depósitos, bombas de circulación, desgranadoras, estrujadoras, bombas de pasta y prensas, así como medidores de temperatura y sensores electroquímicos para verificar la calidad del mismo, y embotelladoras. Muchos de estos equipos se han venido sofisticando para facilitar los procesos, ganar eficiencia e incorporar mejoras en términos de calidad.

Las inversiones en instalaciones y equipos superan los 570 millones de euros anuales, a las que hay que añadir las destinadas a activos intangibles y publicidad. Además, los proyectos de I+D+i impulsados por la PTV y aprobados en 2019 superaron los 20 millones de euros.

¹¹ La mayoría de las empresas españolas dedicadas a la fabricación de barricas (tonelerías) están ubicadas en la DOCa Rioja y cuentan con mano de obra cualificada y con experiencia para dicha fabricación a partir de roble americano y francés importado.

En línea con lo anterior, cabe destacar que las inversiones anuales del sector vitivinícola destinadas a la mejora de las instalaciones, procesos y equipos superan los 570 millones de euros anuales, según datos del INE. Asimismo, el sector destina más de 16 millones de euros a activos intangibles, incluyendo patentes, gastos en I+D, diseño e imagen de marca, tan relevantes para el desarrollo de una estrategia de comercialización sostenible en el largo plazo. También con este objetivo, es reseñable, por ejemplo, que la inversión publicitaria de vinos tranquilos superó los 18 millones de euros en 2018¹². Las acciones de promoción comercial llevadas a cabo por las empresas del sector se ven acompañadas de las iniciativas impulsadas desde organismos colectivos como las denominaciones de origen y las asociaciones sectoriales.

La Plataforma Tecnológica del Vino (PTV) es un referente en el impulso de las actividades de I+D+i en el sector vitivinícola español. Así, se configura como un instrumento sectorial para la generación y difusión de proyectos de investigación e innovación, receptores de financiación tanto nacional como internacional (fundamentalmente de la Unión Europea). Son susceptibles de apoyo por parte de la Plataforma Tecnológica del Vino los proyectos relacionados con alguna de las siguientes áreas: viticultura, proceso, producto, salud, sostenibilidad y cambio climático, así como economía vitivinícola (incluye innovación no tecnológica). La actividad de promoción de proyectos de I+D+i de la PTV durante el último trienio aparece resumida en la siguiente tabla (véase también *Anexo I – Proyectos de I+D+i impulsados por la PTV en 2019*):

Tabla 2 – Actividad de I+D+i impulsada por la Plataforma Tecnológica del Vino, 2017 - 2019

Año	Proyectos promovidos	Proyectos aprobados (España +UE)	Entidades participantes*	Presupuesto total	Financiación pública
2017	32	15 + 2	75	15 M EUR	11,5 M EUR
2018	43	26 + 5	128	14,5 M EUR	10,9 M EUR
2019	48	12 + 4	52	20,3 M EUR	13,4 M EUR

(*) Incluyen empresas, centros y organismos de investigación, asociaciones y Consejos Reguladores.

Nota: el año de referencia puede no coincidir con el de arranque del proyecto. Además, los proyectos pueden ser plurianuales.

Fuentes: Afi, a partir de Plataforma Tecnológica del Vino.

Varios de los proyectos impulsados por la plataforma cuentan con financiación del CDTI, dependiente del Ministerio de Ciencia e Innovación. Este organismo aprobó en 2019 al menos 24 proyectos relacionados con la viticultura, cuyo presupuesto susceptible de financiación asciende a 11,9 millones de euros. Se trata de proyectos impulsados por bodegas y otras organizaciones, de una decena de comunidades autónomas. Algunos de dichos proyectos también son objeto de cofinanciación con fondos europeos (FEDER).

¹² Alimarket (2019). “Vinos: Las bodegas españolas, en alerta”.

En el ámbito de la investigación, hay que poner en valor, asimismo, que España ocupa una posición de liderazgo mundial en términos de volumen de publicaciones de investigaciones científicas vinculadas a la uva y al vino (indexadas en *Web of Science*)¹³.

El turismo representa una de las actividades conexas al sector vitivinícola que, bajo la fórmula del enoturismo, aporta un complemento de valor a la oferta turística nacional, explotando, entre otros, una treintena de Rutas del Vino de España.

Por otro lado, entre las que pueden ser denominadas “actividades conexas”, destacaría el turismo; así como el sector cultural y de ocio, en parte vinculado al primero, en lo que a la proyección del sector vitivinícola se refiere.

La conjugación de las actividades vitivinícola y turística, impulsando experiencias de visitas a las bodegas, jornadas enogastronómicas y acciones culturales complementarias, supone una fuente de dinamización económica de las zonas productoras del vino, además de representar otro canal de impulso para la comercialización de los vinos locales (tanto la venta directa, en las bodegas, como a través de sus páginas web). No en vano, las bodegas y museos del vino integrados en las Rutas del Vino de España ingresaron más de 85,5 millones de euros en 2019 por las visitas recibidas y las ventas directas de vino asociadas a las mismas (ventas *offline*). El número de turistas atraídos por la cultura del vino y las catas que visitaron dichas bodegas y museos superó los 3 millones de visitantes, una cuarta parte de ellos extranjeros¹⁴. A través de estos últimos, el enoturismo se conjunta como aliado para exhibir la oferta vinícola y cultural (gastronómica, patrimonio arquitectónico de los pueblos vitivinícolas, etc.) fuera de nuestras fronteras. Por otro lado, se trata de un turismo complementario con el resto de oferta turística española, generador a su vez de ingresos para la hostelería y la restauración, así como para otros negocios locales.

¹³ Jamali, H.R. et al (2020). “Wine research and its relationship with wine production: a scientometric analysis of global trends”. *Australian Journal of Grape and Wine Research*, de la ASVO. Vol. 26, nº2. Abril 2020.

¹⁴ ACEVIN (2020). “Informe de visitantes a bodegas y museos del vino. Año 2019”.

3. La relevancia del sector vitivinícola en la economía española

La importancia económica de las actividades núcleo de la cadena de valor vitivinícola - es decir, la viticultura, la elaboración del vino y su comercialización en España- (en adelante, sector vitivinícola), es cuantificada a través de su contribución al valor añadido bruto (VAB)¹⁵ y al empleo, así como a las arcas públicas españolas.

Parte de dicha contribución en términos de VAB y empleo es aportada de forma indirecta (además de manera inducida), mediante la demanda que ejerce el sector vitivinícola sobre otras actividades o sectores económicos, esto es, su *efecto tractor*. Por tanto, resulta de interés conocer cuáles son aquellos otros sectores que, gracias al vitivinícola, también generan actividad y empleo.

Por otro lado, desde una perspectiva geográfica, resulta oportuno determinar la importancia del sector en las distintas comunidades autónomas españolas.

En esta sección del estudio se analiza, además, el impacto que ha tenido la pandemia de la COVID-19 en el sector vitivinícola.

3.1. La contribución del sector vitivinícola al VAB, al empleo y a las arcas públicas

La actividad vitivinícola, incluyendo la viticultura, la elaboración del vino y su comercialización, genera un VAB superior a los 23.700 millones de euros en España. Ello equivale al 2,2% del VAB español, y tiene en cuenta los efectos directo, indirecto e inducido de dicha actividad, estimados aplicando la metodología *input-output* (véase *Anexo II – Nota metodológica sobre la estimación de la relevancia económica del sector vitivinícola*).

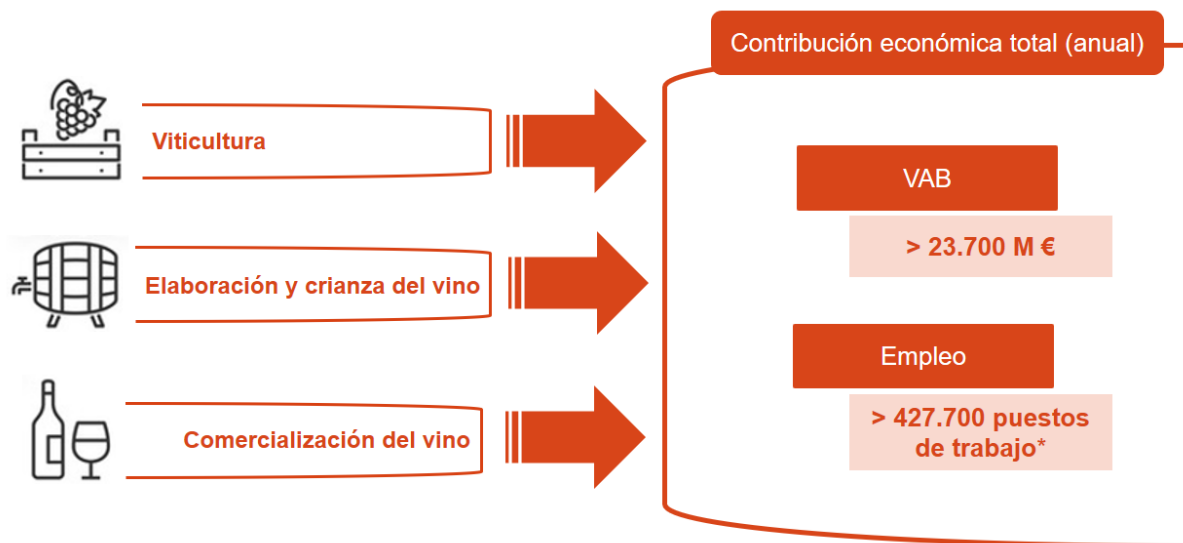
El sector vitivinícola supone el 2,2% del VAB y el 2,4% del empleo equivalente a tiempo completo en España.

En términos de empleo¹⁶, en cómputo agregado, se estima que el sector vitivinícola aporta más de 427.700 puestos de trabajo, que dependen de manera directa, indirecta e inducida de este sector, lo que representa el 2,4% del empleo en España.

¹⁵ Magnitud similar al PIB, ya que este se define por la suma de los valores añadidos del proceso de producción, por lo que se identifica con la suma del Valor Añadido Bruto (VAB) y los impuestos indirectos sobre los productos menos las subvenciones.

¹⁶ Nótese que las referencias al empleo, se refieren a puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo. Una consideración importante, dada la elevada estacionalidad de la producción vitivinícola.

Figura 2 – Contribución del sector vitivinícola a la economía española



(*) Puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo.

Fuentes: Afi, a partir de INE, MAPA y representantes sectoriales. Estimación aplicando la metodología Input-Output.

El conjunto de las actividades de viticultura, elaboración y comercialización de vino generan anualmente un VAB que supera los 11.650 millones de euros de manera *directa*. A ello hay que añadir la aportación derivada de la demanda de suministros a otros sectores, a través de los consumos intermedios necesarios para la producción vitivinícola (*efecto indirecto*), así como la asociada al uso de las rentas de los hogares y empresas (salarios y excedentes empresariales) generadas por los efectos directo e indirecto en el conjunto de la economía (*efecto inducido*). En este sentido, se obtienen más de 12.000 millones de euros adicionales anuales de manera indirecta e inducida.

Por cada euro de demanda final en el sector vitivinícola la economía genera 1,75 euros de valor añadido directo e indirecto.

Dicha contribución sectorial implica que, por cada euro de demanda final en el sector vitivinícola, la economía genera 1,75 euros de valor añadido directo e indirecto, y 2,03 euros si se tiene en cuenta el efecto inducido.

El sector vitivinícola ocupa de manera directa a unas 215.300 personas, a la par que da soporte al mantenimiento de más de 212.400 empleos adicionales de manera indirecta e inducida.

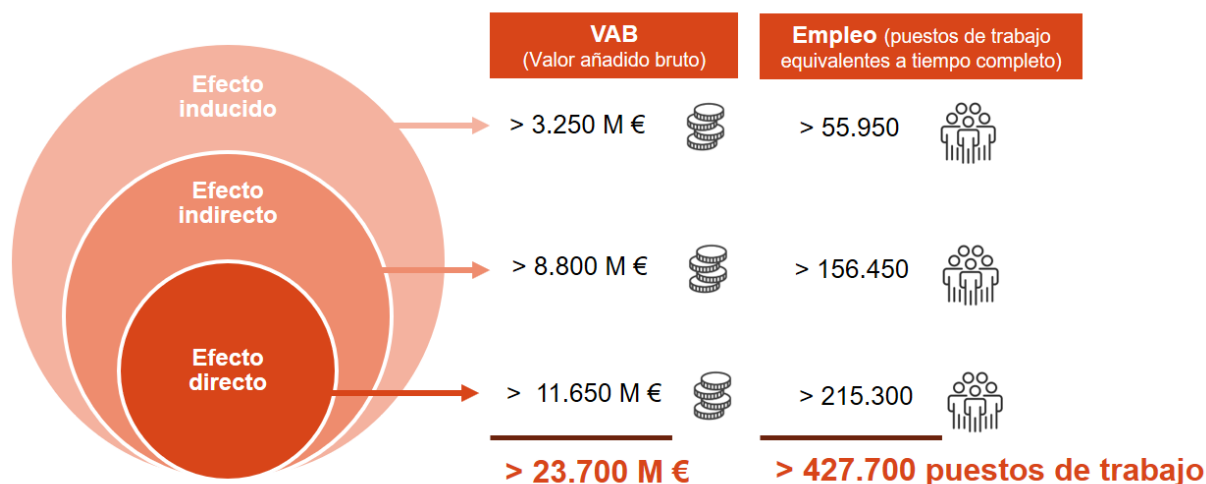


Afi

Interprofesional del
**VINO DE
ESPAÑA**

“Importancia económica y social
del sector vitivinícola en España”

Figura 3 – Desagregación del impacto económico del sector vitivinícola, por tipo de efecto



Fuentes: Afi, a partir de INE, MAPA y representantes sectoriales. Estimación aplicando la metodología Input-Output.

A continuación, se analiza la contribución económica, en términos de VAB y empleo, de cada una de las actividades englobadas en el conjunto del “sector vitivinícola”:

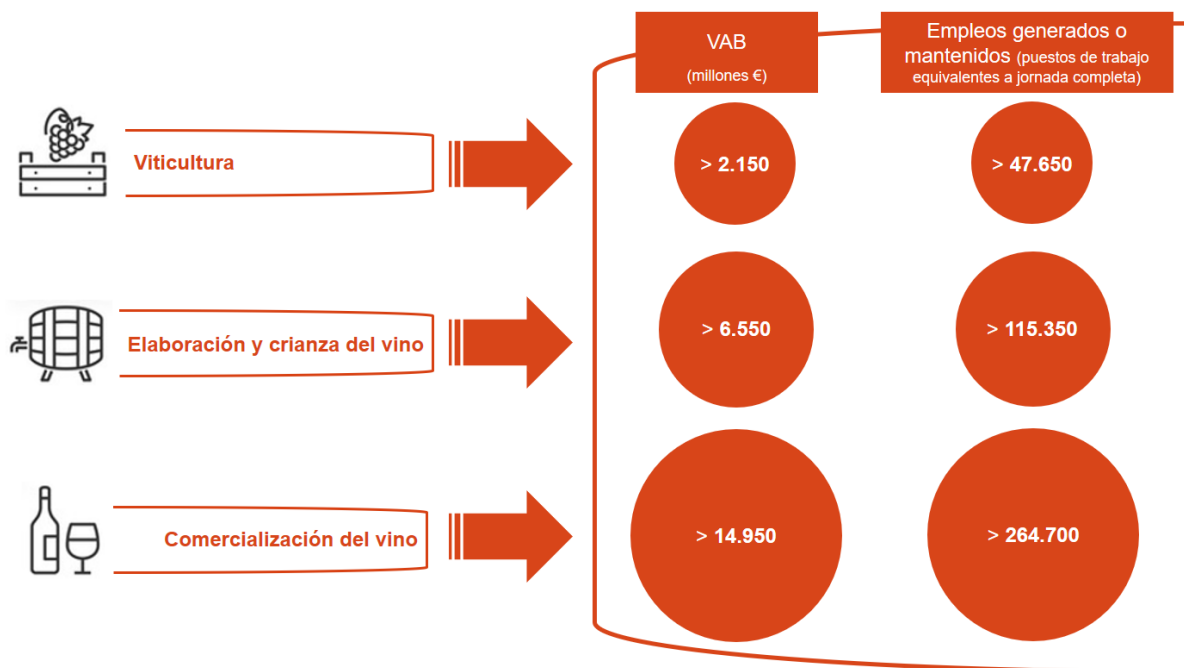
- **Viticultura:** esta actividad agrícola es responsable del 9% del valor añadido generado por el sector vitivinícola, ascendiendo a algo más de 2.150 millones de euros. Por cada euro aportado de manera directa por la viticultura, se estima que se genera un euro adicional de manera indirecta e inducida. La plantación y el cuidado de la vid, así como las actividades relacionadas con la vendimia, se estima que emplean (empleos equivalentes a tiempo completo) anualmente a unas 27.100 personas de manera directa, además de contribuir al mantenimiento de más de 20.550 empleos gracias a su efecto de arrastre sobre otros sectores económicos¹⁷.
- **Elaboración de vino:** los procesos de elaboración de los distintos estilos y tipos de vino que se producen en España son responsables de la generación de casi 1 de cada 3 euros de VAB del sector vitivinícola (más de 6.550 millones de euros). Además, por cada euro generado de manera directa en las actividades de vinificación, la economía registra alrededor de 2,4 euros suplementarios de manera indirecta e inducida. Los procesos de transformación de la uva en vino, así como su conservación y, en su caso, envasado, dan empleo a cerca de 27.100 personas de manera directa en España, mientras que son responsables de la creación de otros 88.250 empleos anuales de

¹⁷ Sin perjuicio de la existencia de un mayor número de viticultores que, de acuerdo con los registros del MAPA, ascienden a 561.875 (dato correspondiente a 31 de julio de 2019).

manera indirecta e inducida en otros sectores de actividad, gracias al efecto tractor de esta actividad transformadora.

- Comercialización de vino¹⁸: la venta del vino en el mercado español genera anualmente un valor añadido superior a los 14.950 millones de euros. El efecto de arrastre de esta actividad sobre otros sectores de la economía es comparativamente menor, ya que, por cada euro generado de manera directa por la comercialización de vino, la economía genera 0,7 euros de manera indirecta e inducida. La venta de vino da soporte a cerca de 161.100 empleos directos a tiempo completo en España. A ellos habría que añadir más de 103.600 empleos indirectos e inducidos.

Figura 4 – Desagregación de la aportación económica del sector vitivinícola, por actividad



Fuentes: Afi, a partir de INE, MAPA y representantes sectoriales. Estimación aplicando la metodología Input-Output.

La actividad del sector vitivinícola no solo es responsable de una contribución al VAB español del 2,2%, y del mantenimiento de más de 427.700 empleos, sino que además supone una importante fuente de ingresos para las arcas públicas en concepto de impuestos y cotizaciones sociales. En efecto, cada año el sector contribuye, de manera directa (sin incluir las contribuciones derivadas de la actividad que promueve de forma indirecta e inducida), en más de 3.800 millones de euros¹⁹ a la recaudación fiscal del Estado²⁰.

¹⁸ Se refiere a las ventas al por menor (se excluye, por tanto, el comercio mayorista de vino).

¹⁹ Nótese que en esta estimación solo se ha tenido en cuenta el impacto directo del sector, y que, de incluirse los efectos indirecto e inducido, la recaudación fiscal sería mayor.

²⁰ Estimación a partir de la aplicación de tipos impositivos medios.



El sector vitivinícola aporta más de 3.800 millones de euros anuales a las arcas públicas españolas.

La aportación al erario público se calcula utilizando únicamente la actividad vitivinícola (efecto directo). Dicha aportación se distribuye de la siguiente manera: más de 1.530 millones en concepto de cotizaciones sociales a la Seguridad Social, 1.200 millones de Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), por encima de 640 millones de Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), y más de 480 millones de Impuesto de Sociedades. De ese modo, las Cotizaciones Sociales y el IVA son las partidas con mayor relevancia.

Tabla 3 – Impacto directo en la recaudación fiscal, millones de euros

Impuesto	Recaudación (M €)
Cotizaciones Sociales	> 1.530
IVA	> 1.200
IRPF	> 640
Impuesto de Sociedades	> 480
Impuesto especial sobre productos intermedios	22*
Total	> 3.800

(*) Incluye la recaudación total en concepto de impuesto sobre productos intermedios de 2018.

Fuentes: Afi, a partir de INE, MAPA y representantes sectoriales.

A las mencionadas partidas de recaudación fiscal habría que añadir el impuesto sobre productos intermedios²¹, que grava el vino de uvas frescas y mosto de uva, así como el vermut y demás vinos aromatizados, siempre que la graduación alcohólica adquirida se sitúe entre el 1,2% y el 22%, y que no formen parte del impuesto sobre el vino y bebidas fermentadas (cuyo tipo impositivo es cero y que establece unos límites de grado alcohólico volumétrico entre el 15% y el 18%)²². La recaudación general de este impuesto sobre productos intermedios (no solo vitivinícolas) ascendió a 21,58 millones de euros en 2018²³.

²¹ Incorpora dos tipos de gravamen, en función de la graduación alcohólica: (i) 38,48 euros por hectolitro para productos intermedios con un grado alcohólico volumétrico adquirido no superior al 15%; y (ii) 64,13 euros por hectolitro para los demás productos intermedios.

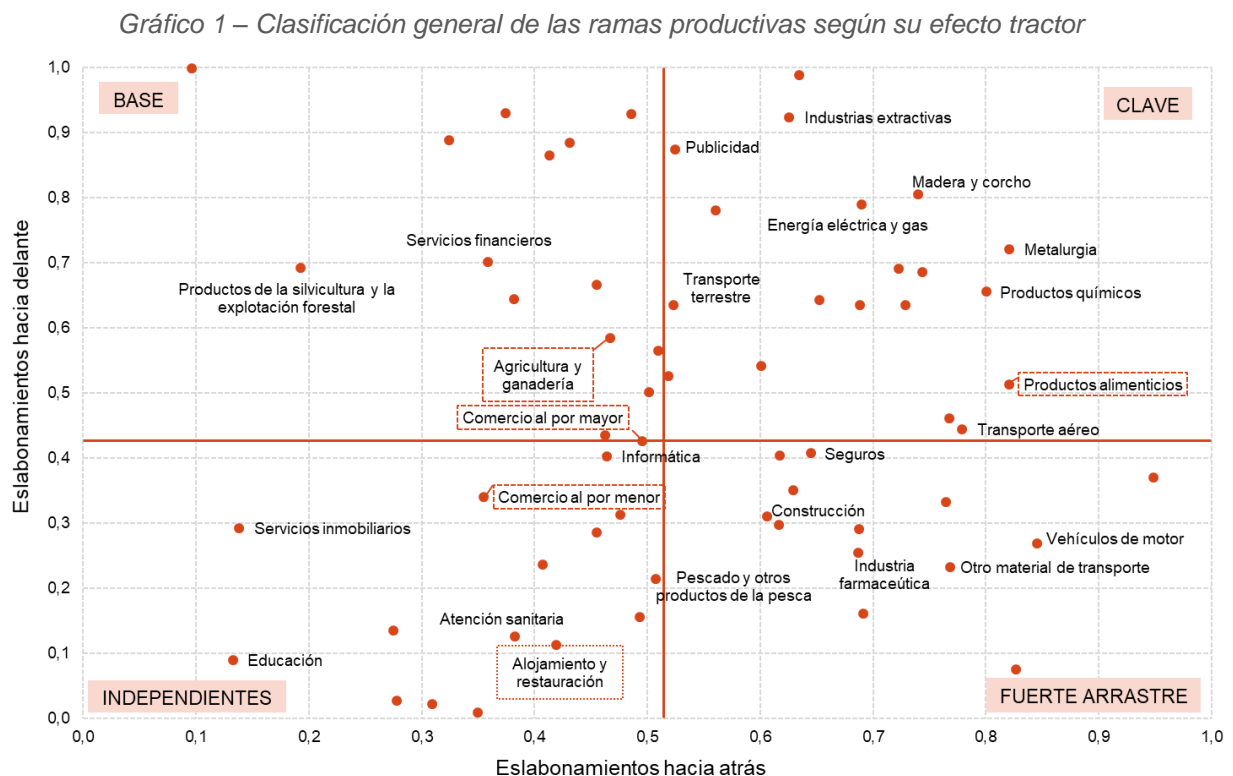
²² Véase [Impuestos especiales](#) (2020).

²³ Comisión Europea (2019). "Excise duty tables – alcoholic beverages". DG Impuestos y Aduanas.

Atendiendo a una desagregación de la contribución de acuerdo a cada eslabón de la cadena de valor, la comercialización del vino es la actividad que contribuye de manera más significativa al erario público. Dicha actividad aporta más de 3.000 millones de euros de recaudación. Le sigue, la elaboración del vino, con una aportación superior a los 600 millones de euros. Mientras, la viticultura, contribuiría con algo más de 240 millones adicionales.

3.2. El efecto tractor del sector vitivinícola sobre otras actividades

La dimensión del impacto indirecto del sector vitivinícola, descrita en el apartado anterior, pone de manifiesto el efecto tractor que ejerce sobre el tejido productivo español. Las actividades de viticultura, elaboración y comercialización de vino se pueden clasificar según la tipología de dicho efecto tractor o eslabonamientos hacia atrás (actividades proveedoras) y hacia delante (actividades a las que suministra).



Fuente: Afi, a partir de INE (tablas input-output, 2015)

La viticultura, en su condición de rama agrícola, se encuentra entre los denominados sectores “base”, al ser una actividad cuyo rol fundamental es el de suministro a otros sectores, presentando un mayor efecto tractor hacia delante.

El sector vitivinícola, sobre todo en lo relativo a la elaboración del vino, presenta fuertes eslabonamientos hacia delante y hacia atrás.

La elaboración del vino formaría parte de la industria alimentaria (“productos alimenticios, bebidas y tabaco”), configurándose como un sector “clave”, al ofrecer fuertes eslabonamientos hacia delante y hacia atrás. En este sentido, goza de un carácter estratégico, ejerciendo tanto una labor de arrastre sobre otras actividades, como de soporte para el desarrollo y crecimiento de sectores terceros.

La comercialización del vino, por su parte, se vincula a la distribución del producto, por lo que se cataloga como sector “independiente”. Es decir, presenta un efecto tractor más limitado.

Los sectores suministradores del vitivinícola, sobre los que este ejerce un efecto tractor, abarcan desde actividades íntimamente relacionadas con la producción y venta de vino, hasta diversos servicios de apoyo a la gestión, promoción e innovación.

En general, los sectores suministradores del vitivinícola son muy diversos. Se trata de actividades que se benefician de la demanda que les repercute el sector vitivinícola para la generación de rentas y empleo (efecto indirecto o tractor). Algunas están íntimamente relacionadas con el vitivinícola, como es el caso de la agricultura, la industria agroalimentaria y el comercio. Si bien, también se incluye un amplio abanico de actividades, que van desde los servicios administrativos, inmobiliarios, de transporte, y energía, hasta servicios “científicos y técnicos” (que podrían estar relacionados con la innovación y los procesos de calidad en la producción vitivinícola) y de publicidad (véase detalle en la *Tabla 4*).

Tabla 4 – Efecto tractor del sector vitivinícola sobre otras actividades económicas (top-15) en España

	VAB	Empleo
Principales sectores suministradores	% efecto indirecto	% efecto indirecto
Productos alimenticios; bebidas; tabaco	15,7%	12,4%
Productos de la agricultura, ganadería y caza	15,4%	22,6%
Servicios inmobiliarios	10,3%	0,8%
Servicios de comercio mayorista	9,8%	11,0%
Servicios administrativos, y de oficina	5,5%	9,9%

	VAB	Empleo
Principales sectores suministradores	% efecto indirecto	% efecto indirecto
Servicios de comercio minorista	5,2%	10,6%
Servicios de transporte terrestre	3,8%	3,7%
Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	3,4%	0,3%
Servicios financieros	3,1%	1,4%
Servicios jurídicos y contables	2,9%	3,7%
Servicios de almacenamiento	2,7%	2,2%
Construcciones y trabajos de construcción	1,7%	1,6%
Otros serv. profesionales, científicos y técnicos; serv. veterinarios	1,6%	0,9%
Servicios de telecomunicaciones	1,3%	0,3%
Servicios de publicidad y de estudio de mercado	1,2%	1,5%
Resto de sectores	16,4%	17,1%

Fuentes: Afi, a partir de INE, MAPA. Estimación aplicando la metodología Input-Output.

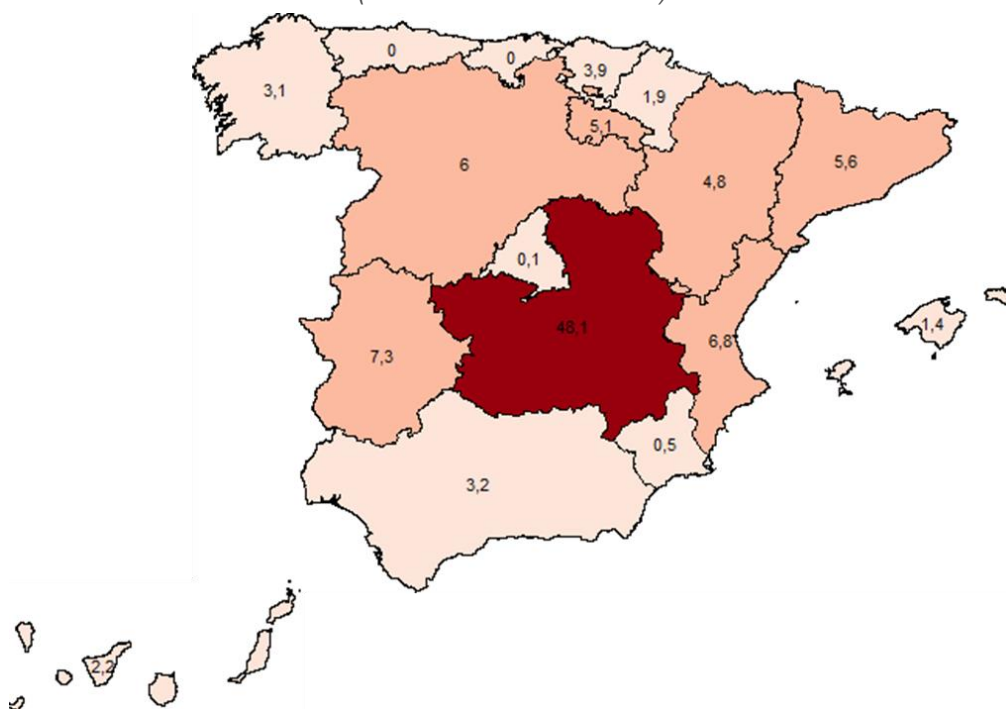
3.3. El peso económico de la viticultura y la comercialización de vino a escala regional

Desde una perspectiva geográfica, la dimensión y, por tanto, la aportación económica de la actividad asociada a la cadena de valor vitivinícola difiere por comunidad autónoma. A continuación se realiza una estimación cuantitativa de la distribución del peso económico regional, en términos de VAB, para dos de las actividades núcleo de dicha cadena de valor: la viticultura y la comercialización de vino (para conocer más detalle sobre la metodología utilizada, véase *Anexo II – Nota metodológica sobre la estimación de la relevancia económica del sector vitivinícola*).

En relación con la viticultura (cultivo de la vid y producción de uva para vino y mosto), a escala nacional esta actividad genera en torno a los 1.100 millones de euros de VAB directo. De ellos, un 48,1% corresponden a Castilla – La Mancha, siendo la región con mayor superficie de viñedo y la que lidera la producción de uva en España. Por detrás, aunque a mucha distancia, estaría Extremadura, que responde por algo más del 7% del VAB directo vitícola

español, seguida de la Comunidad Valenciana, con un 6,8%. Completan el *top-5* Castilla y León, junto con Cataluña, con un 6,0% y 5,6%, respectivamente. Las cinco comunidades autónomas mencionadas acaparan cerca de las tres cuartas partes (73,7%) del VAB total generado por la viticultura en España.

Figura 5 – Distribución regional del VAB directo de la actividad de viticultura en España, por CC.AA. (% sobre el VAB nacional)



Fuente: Afi, a partir de MAPA.

En términos de peso sobre el VAB regional, en Castilla-La Mancha la viticultura representa algo más de un 1,3% de su VAB total. También destacan los casos de La Rioja y Extremadura, en los que dicha actividad supone un 0,7% y un 0,4% del VAB de la comunidad autónoma, respectivamente.

En regiones como Castilla-La Mancha o La Rioja, el peso de la actividad de viticultura supone más del 0,5% del VAB regional (considerando solo el efecto directo).

Respecto a la actividad de elaboración del vino, cabe indicar que en comunidades autónomas como La Rioja su peso (efecto directo) alcanza el 3,9% del VAB regional y el 15,5% del VAB nacional (véase *Anexo II – Nota metodológica sobre la estimación de la relevancia económica del sector vitivinícola*, con los datos disponibles a escala regional sobre el peso del VAB relativo a la elaboración de vino).



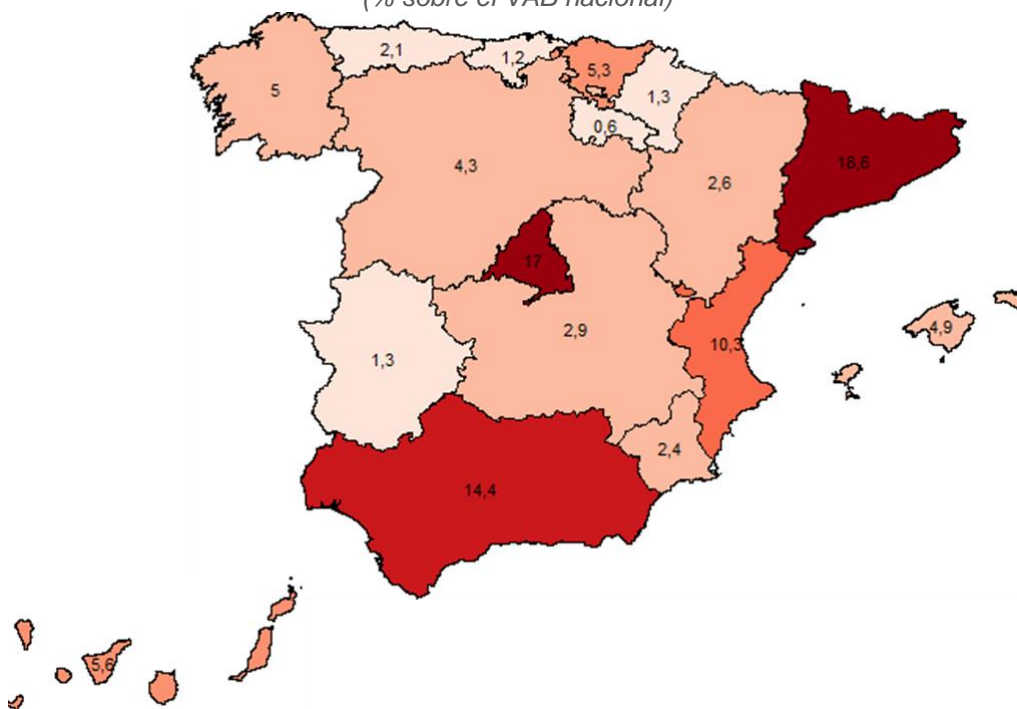
Afi

Interprofesional del
**VINO DE
ESPAÑA**

“Importancia económica y social
del sector vitivinícola en España”

Por su parte, la actividad de comercialización de vino en España aporta un VAB directo superior a los 8.650 millones de euros. En este caso, en la distribución regional, aquellas comunidades autónomas de mayor tamaño poblacional y que, por lo tanto, pueden ejercer una mayor demanda / consumo de vino, son las que presentan un peso más elevado. Así, Cataluña se posiciona en primer lugar, situándose algo por encima de los 1.600 millones de euros, un 18,6% del total. Le siguen Madrid, con un 17%, y Andalucía, con un 14,4%. Las tres comunidades autónomas suponen la mitad del VAB directo generado por la comercialización de vino a escala nacional.

Figura 6 – Distribución regional del VAB directo de la comercialización de vino
(% sobre el VAB nacional)



Fuente: Afi, a partir de INE y MAPA.

En términos relativos, sobre la población, las comunidades autónomas que más VAB per cápita generan vinculado a la comercialización del vino son: las Islas Baleares (aproximadamente 379 euros por persona), las Islas Canarias (227 euros), Madrid (223 euros), Cataluña (211 euros), y el País Vasco (207 euros). Si bien es cierto que existen algunos factores, como la mayor concentración de la actividad turística, que condicionan al alza estos resultados.

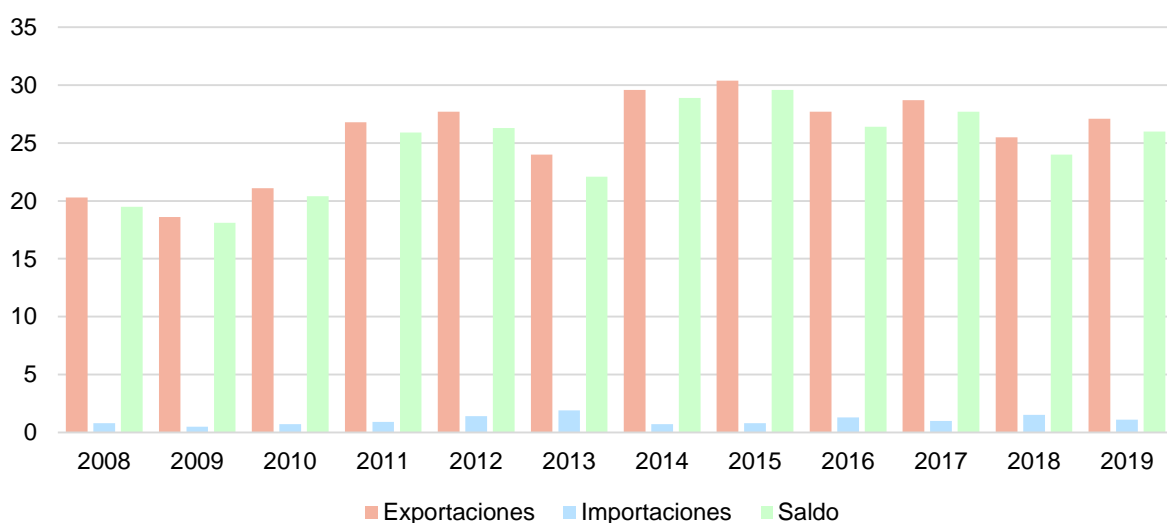
4. La dimensión internacional del sector vitivinícola

El sector vitivinícola confiere a España una posición de liderazgo en volumen de ventas mundiales de vino, y el tercer puesto en términos de valor de las exportaciones, situándose solo por detrás de los exportadores franceses e italianos, según datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) e Intracen (2019). Con ello, el vino español está presente en los principales mercados consumidores y contribuye a la proyección de la imagen de España a escala internacional.

El mercado español es el principal exportador mundial de vino, en términos de volumen, y el tercero, en valor. La balanza comercial del sector vitivinícola arroja un saldo ampliamente positivo para España.

El volumen de productos vitivinícolas²⁴ españoles exportados en 2019 superó los 27 millones de hectolitros y, aunque ha sido inferior al volumen anual vendido al exterior en 2014 – 2017, se sitúa por encima de la media anual de la última década.

Gráfico 2 – Flujos comerciales de productos vitivinícolas, en volumen (millones de hectolitros)



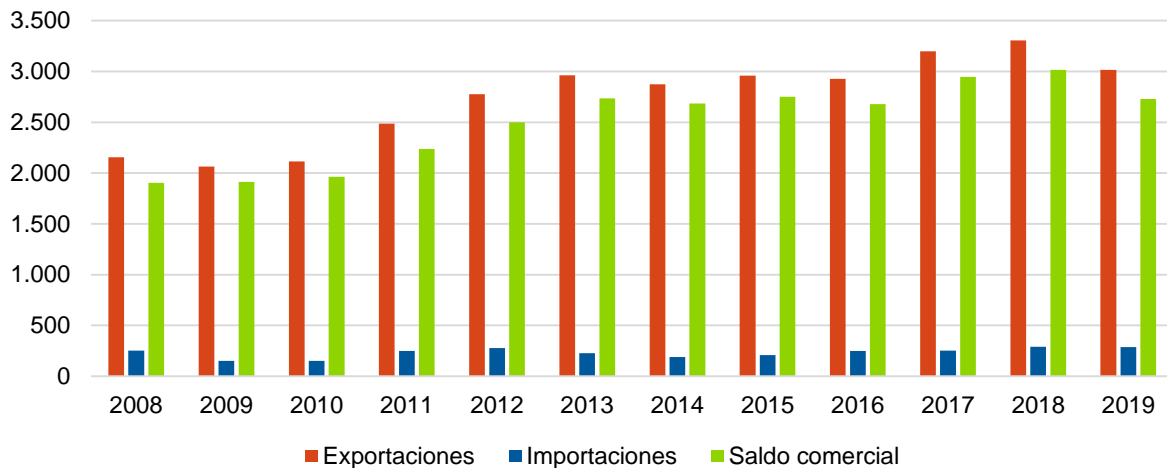
Fuente: Afi, a partir de OeMv

El saldo de la balanza comercial del sector vitivinícola español es claramente positivo para España. En 2019, el superávit comercial se situó por encima de los 2.700 millones de euros, tras haberse registrado unas ventas al exterior de productos vitivinícolas por valor de 3.015 millones. Así, las ventas anuales medias del último lustro (2015 – 2019) son un 16,6%

²⁴ Incluyen vinos tranquilos, envasados y a granel; vino espumoso; vino aromatizado; vino de licor; vino de aguja; mosto; y vinagre.

superiores a las del periodo de cinco años precedente. Asimismo, las exportaciones de 2019 registraron un incremento del 46,1% en comparación con las de diez años antes.

Gráfico 3 – Flujos comerciales de productos vitivinícolas, *en valor* (millones de euros)



Fuente: Afi, a partir de SEC

Los flujos de exportación de productos vitivinícolas representan el 1,1% de las ventas al exterior de España en el acumulado de los últimos cinco años y el 6,9% de las exportaciones españolas de productos de alimentación.

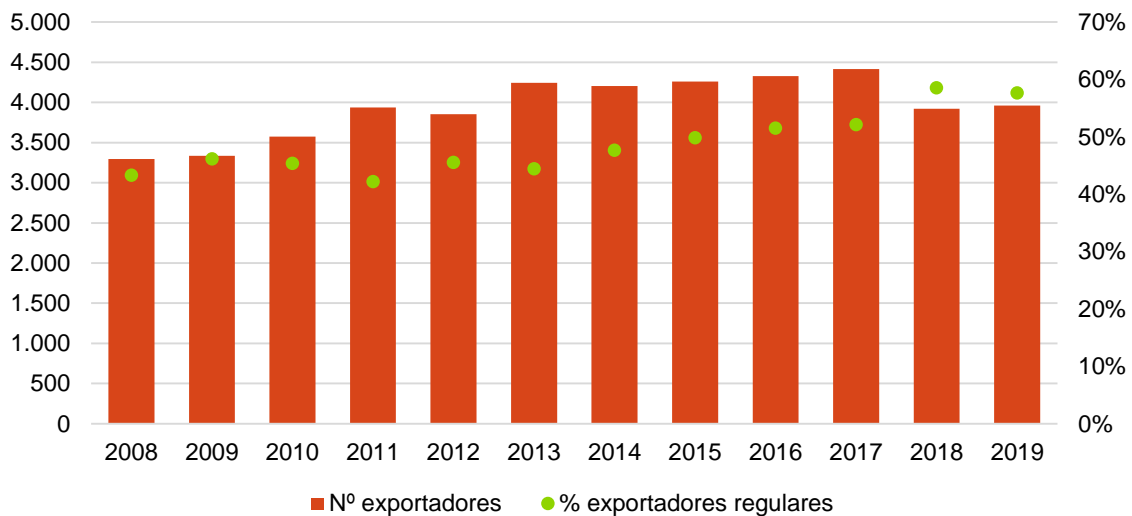
El vino figura además entre los principales productos objeto de exportación por la industria agroalimentaria española. Así, en 2019, fue la cuarta partida de alimentación²⁵ más exportada por España, solo por detrás de la carne de porcino, los cítricos y el aceite de oliva. Y en términos de saldo comercial (superávit), ocupa esa misma posición.

Las empresas exportadoras de productos vitivinícolas que han consolidado su actividad exterior representan más de la mitad del total de exportadores del sector.

El tejido empresarial exportador de productos vitivinícolas estaba compuesto por 3.959 empresas en 2019, de las cuales, un 58% ha consolidado sus ventas internacionales (es decir, son exportadoras regulares). De hecho, desde 2016, más de la mitad de las empresas exportadoras vende al exterior de forma regular, lo que denota la existencia de un buen número de empresas con capacidad competitiva global.

²⁵ Considerando la clasificación por partida arancelaria, según código Taric a 4 dígitos. De tal forma que el vino vendría dado por la partida 2204 – “vino de uvas frescas”, que incluye parte de productos de mosto, pero excluye el vino aromatizado.

Gráfico 4 – Evolución del tejido empresarial exportador de productos vitivinícolas en España



Nota: son exportadoras regulares las empresas que han vendido al exterior de forma consecutiva en los cuatro últimos años.

Fuente: Afi, a partir de ICEX y Aduanas

El buen hacer de las bodegas españolas también queda constatado en los galardones internacionales recibidos por las mismas. Así, por ejemplo, en la última edición (cata de primavera 2020) del Gran Premio Internacional del Vino otorgado por MUNDUS VINI los vinos españoles recibieron 631 medallas (9 de las cuales “grand gold”, la máxima distinción; y otras 344, de oro), situándose por delante de los franceses, portugueses y alemanes. En la 17ª edición de los Decanter World Wine Awards (2020), España ha recibido 20 medallas de platino y 4 medallas “Best in Show”. En la 27ª edición del Concurso Mundial de Bruselas (2020) España fue el segundo país más galardonado, solo por detrás de Francia, recibiendo los vinos españoles 495 medallas, además de un trofeo revelación del “Mejor Vino Biológico 2020” y otro trofeo al mejor vino con crianza en madera (categoría novedosa en esta edición del concurso). También en el XVIII Concurso Internacional de Vinos Bacchus (2020), celebrado en España (con un total de 16 países representados), 20 vinos españoles se alzaron con el máximo galardón: el “Gran Bacchus de Oro” (otorgado a un total de 25 vinos).



Todas las regiones españolas que producen vino exportan parte de su producción, reflejando, en media, una intensidad exportadora superior al 33% de lo producido.

Todas las regiones españolas productoras de vino destinan parte de su producción al mercado internacional, aunque la intensidad exportadora es variable. En la mayoría de las regiones predominan las ventas al exterior de vino envasado (solo en Castilla-La Mancha, Extremadura, Madrid y la Comunidad Valenciana tienen un peso minoritario; aunque ello no

significa que el vino producido en estas comunidades no se destine a operadores localizados en otras comunidades que puedan exportarlo en formato envasado).

Tabla 5 – Intensidad exportadora de vino, por regiones españolas, 2019

CC.AA.	Exportación (hectolitros)	Cuota de Exportación	Exportaciones, envasado (% s/total)
Andalucía	176.115	0,8%	73,5%
Aragón	545.990	2,6%	78,8%
Asturias	431	0,0%	--
Baleares	4.527	0,02%	100,0%
Canarias	684	0,0%	100,0%
Cantabria	131	0,0%	--
Castilla-La Mancha	12.212.857	57,5%	21,7%
Castilla y León	281.560	1,3%	98,3%
Cataluña	1.743.791	8,2%	89,6%
Extremadura	2.266.365	10,7%	17,4%
Galicia	192.861	0,9%	88,3%
Madrid	8.206	0,04%	37,5%
Murcia	793.157	3,7%	74,6%
Navarra	233.348	1,1%	92,3%
País Vasco	483.570	2,3%	98,8%
La Rioja	538.325	2,5%	93,1%
Com. Valenciana	1.745.606	8,2%	40,5%
Total nacional	21.227.524	100%	38,2%

Fuente: Afi, a partir de Infovi.

En relación con las importaciones, aunque de reducido valor (287 millones en 2019), se corresponden con flujos de productos vitivinícolas procedentes fundamentalmente de Francia e Italia. Del mercado francés se importa sobre todo champán (77% de las importaciones de vino procedentes de Francia), y del italiano destacan las compras de vinos espumosos (34%). Así, ambos mercados, importantes socios comerciales, suponen más del 70% de las compras al exterior del sector.

Los dos países se encuentran también entre los diez principales destinos de las exportaciones vitivinícolas españolas. Una decena de mercados entre los que figuran Estados Unidos y China como clientes no europeos de los vinos españoles.

Tabla 6 – Principales mercados de destino de las exportaciones vitivinícolas españolas (en términos de valor)

Rk	Países	Exportaciones (mill. EUR), 2017 - 2019	% sobre total exportado 2017 - 2019
1	Alemania	1.181.791	12,4%
2	Francia	1.020.214	10,7%
3	EE.UU.	983.077	10,3%
4	Reino Unido	979.523	10,3%
5	China	484.581	5,1%
6	Países Bajos	387.795	4,1%
7	Suiza	355.163	3,7%
8	Portugal	349.257	3,7%
9	Bélgica	333.077	3,5%
10	Italia	329.063	3,5%

Fuente: Afi, a partir de la SEC

En los cinco principales destinos de la exportación vitivinícola, el vino español goza de un buen posicionamiento. En este sentido, los principales proveedores de vino al mercado alemán son, en términos de valor: Italia, Francia y España; y, en volumen, Francia y España. En el mercado francés, el vino español ocupa una posición de liderazgo (España es su principal proveedor, respondiendo por el 28,6% de las importaciones de vino de Francia), tanto en valor como en cantidad adquirida. Por su parte, las importaciones de vino de Estados Unidos proceden de Francia, Italia, Nueva Zelanda y España en términos monetarios, aunque en volumen, Australia, Chile y Canadá se adelantan a la posición española. En el mercado británico, España ocupa la cuarta posición, situándose tras Francia, Italia y Nueva Zelanda, en valor; y por delante de este último país, aunque por detrás de Australia, en volumen. Por último, China adquiere vino principalmente de Australia, Francia, Chile, Italia y España (en términos de valor), aunque en volumen nuestro país adelanta a Italia²⁶.

²⁶ Análisis a partir de datos publicados por Intracen, para 2019 y correspondientes a la partida Taric 2204 – “vino de uvas frescas”.

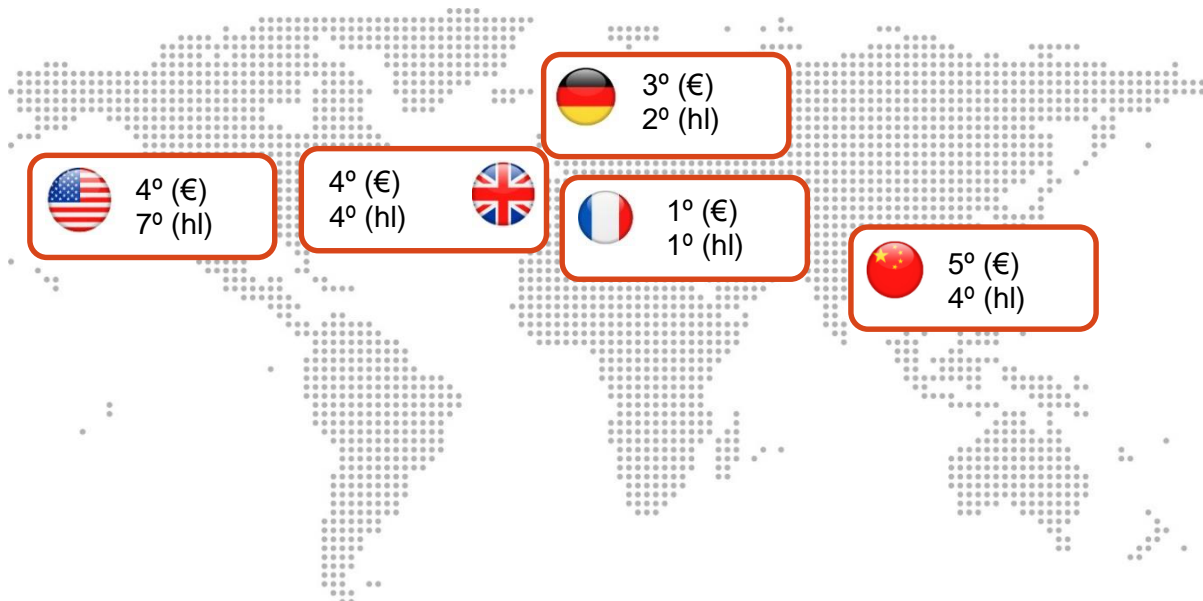


Afi

Interprofesional del
**VINO DE
ESPAÑA**

“Importancia económica y social
del sector vitivinícola en España”

Figura 7 – Posición de España como proveedor de vino en los cinco principales mercados compradores de productos vitivinícolas españoles (en valor y en volumen), 2019



Nota: consideración de las importaciones realizadas por cada país, correspondientes a la partida Taric 2204 – “vino de uvas frescas”.

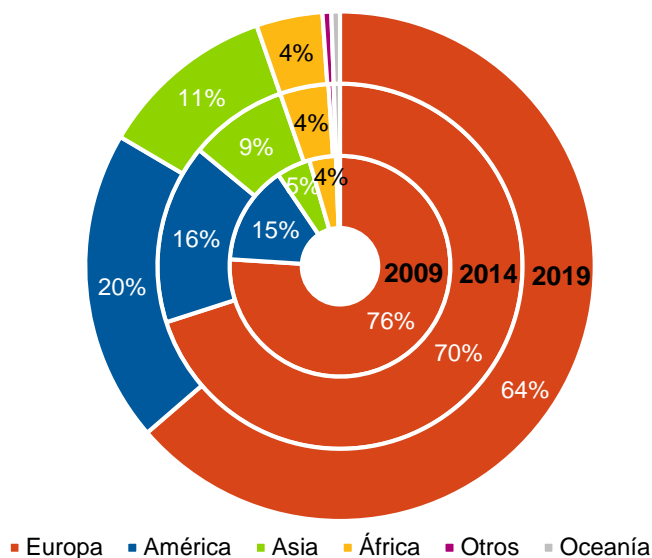
Fuente: Afi, a partir de Intracen

A pesar de que Europa sigue siendo el principal cliente exterior para muchas bodegas españolas, el sector vitivinícola ha registrado una creciente diversificación geográfica de sus exportaciones en los últimos años y está presente en todas las regiones del planeta. Así, en 2019 el sector facturó más de un millón de euros en 86 mercados – países.

Los productos vitivinícolas españoles están presentes en 189 mercados de todo el mundo. Además, 86 de ellos han realizado compras de dichos productos superiores al millón de euros en el último año.

Europa ha reducido en 12,3 puntos porcentuales su peso en las ventas internacionales españolas ente 2009 y 2019, hasta representar el 63,7% del total de las exportaciones ese último año. En el caso de la Unión Europea, dicha reducción ha sido de 11,5 puntos, hasta contar con una cuota del 56,1%.

Gráfico 5 – Evolución de la distribución geográfica de las exportaciones españolas vitivinícolas



Nota: consideración de las exportaciones en términos de valor.

Fuente: Afi, a partir de la SEC

La progresiva reducción de la dependencia del mercado europeo se ha producido en favor de una mayor penetración, sobre todo, en América y Asia. Ambas regiones ya representan un 20% y 11%, respectivamente, del valor exportado en 2019 (frente al 15% y 5% en 2009).

Esta presencia internacional más diversificada de los productos vitivinícolas españoles ha sido además impulsada desde las asociaciones sectoriales e instituciones. En este sentido, el Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español (PASVE) cuenta con una línea de apoyo para la promoción en el exterior de los vinos con denominación de origen protegida, vinos con indicación geográfica protegida, así como aquellos en los que se identifiquen las variedades de uva de vinificación. Se trata de medidas que permitan dar a conocer los atributos de los vinos españoles, de cara a reforzar su posición competitiva internacional, con la entrada o consolidación de su presencia en países fuera de la UE. Así, entre los mercados definidos como prioritarios figuran: EE.UU., Canadá, Japón, China, Rusia, México, Suiza y Reino Unido.

A la labor de difusión internacional de la calidad de los vinos españoles y el tejido empresarial del sector, fortaleciendo también con ello la imagen país, contribuye el portal digital *Foods and Wines from Spain* de ICEX España Exportación e Inversiones, además de otras acciones de promoción llevadas a cabo por este organismo. Asimismo, la conjugación del vino, con la gastronomía y el turismo es una de las apuestas estratégicas para vertebrar las acciones de promoción exterior y dar soporte a la imagen país. En este sentido, cabe hacer mención al nuevo diploma sobre vinos españoles (“[Wines from Spain Fundamental Certificate](#)”) y al [programa de certificación “Restaurants from Spain”](#) promovidos por ICEX.

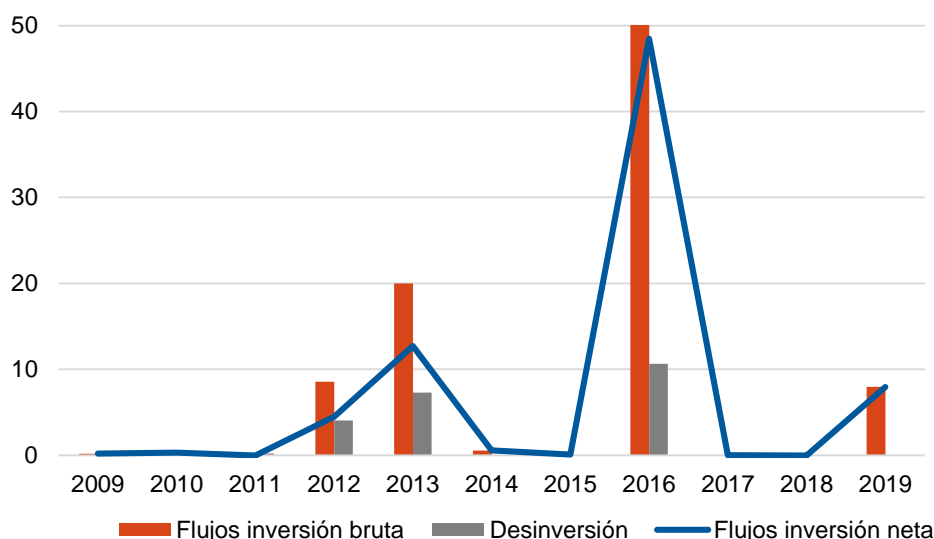


La internacionalización del sector vitivinícola también ha conllevado la realización de proyectos de inversión en el exterior, con Italia y Chile como principales destinos.

La estrategia de internacionalización seguida por el sector vitivinícola español también se ha traducido en inversiones directas en el exterior (IDE). Así, en 2019, se destinaron 7,96 millones de euros de inversión²⁷ para la elaboración de vinos en el mercado chileno. Si bien, los mayores flujos de inversión emitidos por el sector en la última década corresponden al ejercicio de 2016, cuando se contabilizaron: 12,99 millones de euros de inversión bruta (no ETVE) en la actividad del cultivo de la vid y otros 46,13 millones en elaboración de vinos (aunque en esta última, se realizaron desinversiones por valor de 10,64 millones). El grueso (86%) de dichas inversiones en viticultura se produjo igualmente en el mercado chileno y otro 14% en Perú. Mientras, la IDE en elaboración de vinos también tuvo a Chile como destino, respondiendo por el 38% del total; aunque un 62% se dirigió a Italia.

Los flujos de inversión bruta en el exterior, acumulados en el periodo 2010 – 2019, ascienden a 96,7 millones de euros. Unos flujos que contribuyen a la consolidación de la presencia internacional de las bodegas españolas, proyectando su saber hacer y sus señas de identidad fuera de nuestras fronteras. Los dos países que han sido objetivo de mayores volúmenes de inversión española en esta década han sido Italia y Chile.

Gráfico 6 – Flujos de inversión directa del sector vitivinícola español en el exterior (millones EUR)



Fuente: Afi, a partir de la SEC

Por otro lado, la posición de España como uno de los principales productores mundiales de vino ha permitido atraer flujos de inversión extranjera directa (IED) hacia el sector vitivinícola

²⁷ Inversión bruta, excluidas las inversiones de empresas de tenencia de valores extranjeros (no ETVE).



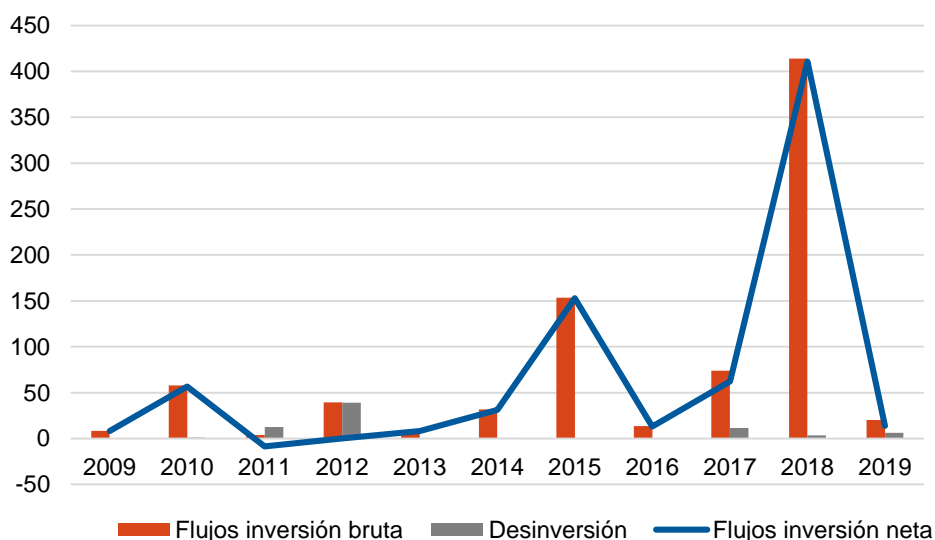
en nuestro país. Unos flujos que han sido de mucha mayor cuantía que los de la inversión española en el exterior.

El potencial vitivinícola español ha atraído inversión extranjera a España, con unos flujos de inversión acumulada superiores a los 800 millones de euros en la última década.

La IED recibida en 2019 (inversión bruta, no ETVE) ascendió a 20,21 millones de euros, destinándose un 88% a la elaboración de vinos y el restante 12% al cultivo de la vid. Los principales países de origen de los flujos de inversión en la actividad de viticultura fueron Países Bajos (69% del total), seguidos de EE. UU. (14%), Francia (9%) y Reino Unido (7%). Y en el caso de las inversiones en el cultivo de la vid, la principal procedencia del capital es Hong Kong (92% del total).

En el conjunto de los diez últimos años (2010 – 2019), los flujos de entrada de IED bruta en el sector vitivinícola en España alcanzaron los 816,18 millones de euros. En 2018 se captaron inversiones récord (máximo de la serie histórica, desde 1993) en vinicultura, por valor de 411,23 millones de euros. La mitad de ellas procedentes de Alemania, otro 43% de EE.UU. y un 4% adicional de Filipinas. Mientras, la inversión extranjera para el cultivo de la vid registró su máximo de la década en 2016, con unos flujos por valor de 5,11 millones de euros, procedentes fundamentalmente de Francia (98% del total).

Gráfico 7 – Flujos de inversión extranjera directa en el sector vitivinícola español (millones EUR)



Fuente: Afi, a partir de la SEC

5. El valor social del sector vitivinícola

La vinculación del vino con la cultura y sociedad españolas es ineludible, algo que incluso se ve reflejado en la acuñación del concepto de “vino español” en relación con un acto social. Son además diversos los lugares, dentro de la geografía española, en los que la tradición del cultivo de la vid y la elaboración del vino han dejado su impronta en el legado cultural y patrimonial, visibilizándose también en algunas festividades locales.

La presencia del viñedo muestra una gran capilaridad en el territorio español, encontrándose muestras en todas las comunidades autónomas españolas. Asimismo, son muchas las personas vinculadas directamente con la viticultura, reflejo de la aportación de valor que ejerce para un colectivo de la sociedad, los viticultores, que en España ascienden a 561.875²⁸. La dimensión de este colectivo por regiones está fuertemente condicionada por la estructura de propiedad y la dimensión de las explotaciones predominante en cada una.

Tabla 7 – Número de viticultores en España, por CC.AA., 2019

CC.AA.	Nº viticultores
Andalucía	16.521
Aragón	53.982
Asturias	388
Baleares	1.473
Canarias	36.420
Cantabria	245
Castilla-La Mancha	80.536
Castilla y León	83.082
Cataluña	8.381
Extremadura	15.049
Galicia	220.365
Madrid	5.626
Murcia	3.308
Navarra	3.549
La Rioja	11.396
País Vasco	1.682
Comunidad Valenciana	19.872
Total nacional	561.875

Nota: datos a 31 de julio de 2019 (últimos disponibles). Fuente: MAPA.

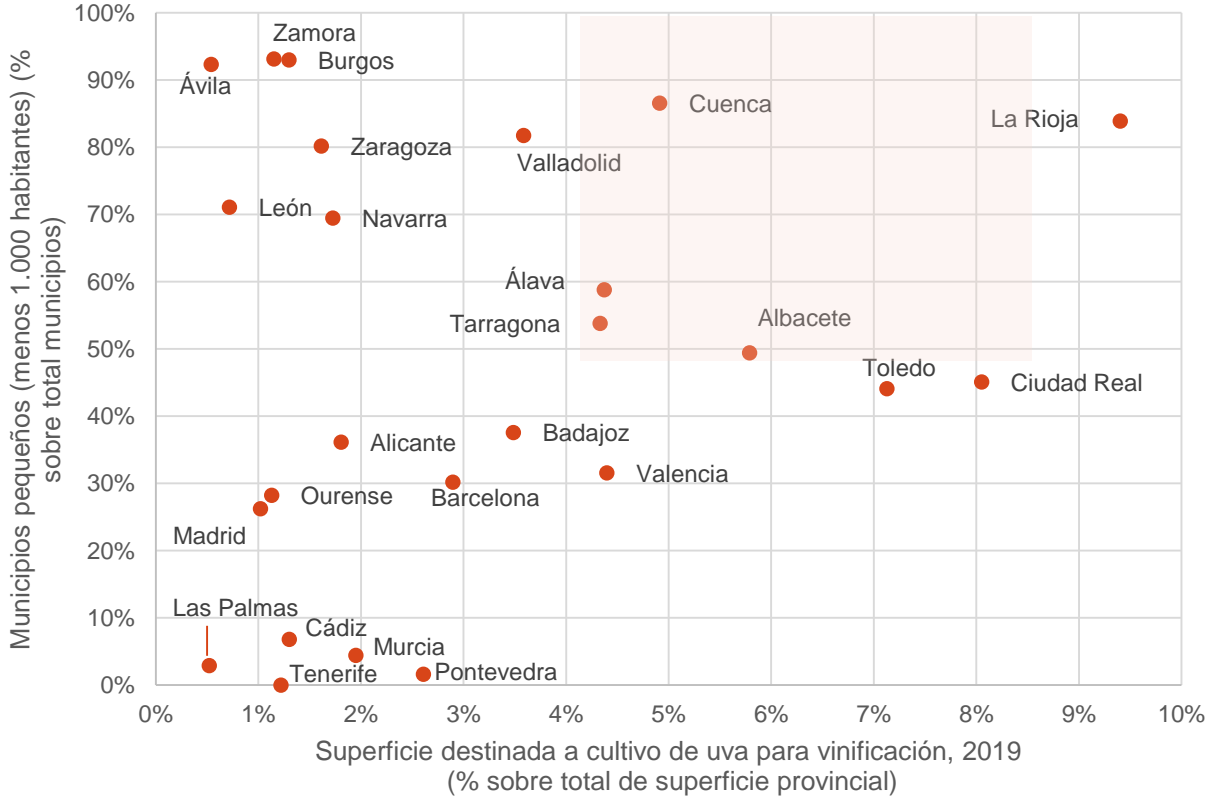
²⁸ Dato a 31 de julio de 2019 (último disponible), de acuerdo con los registros del MAPA (corregidos los casos de viticultores dados de alta en más de una comunidad autónoma, para evitar una doble contabilidad).



En línea con lo anterior, cabe recordar que una mayoría de explotaciones de viñedo existentes en España son de reducida dimensión. Un 68% de las explotaciones registradas a 31 de julio de 2019 contaba con una superficie no superior a media hectárea y solo un 4% posee más de 10 hectáreas²⁹.

Más allá de la presencia transversal en el conjunto de regiones españolas, la naturaleza agrícola de la viticultura la convierte en una actividad que contribuye a la fijación de población en el medio rural. Para algunos municipios de reducido tamaño esta actividad resulta clave para su supervivencia y lucha contra la despoblación. Cabe además señalar que en las cinco provincias con mayor superficie de viñedo para vinificación (La Rioja, Ciudad Real, Toledo, Albacete y Cuenca), los municipios de menos de mil habitantes representan más del 40% del total de municipios de la provincia (elevado grado de ruralidad).

Gráfico 8 – Relación entre ruralidad y viticultura, por provincia, 2019



Nota: solo se representan las provincias con una superficie de viñedo de al menos un 0,5% de la superficie total provincial. Fuente: Afi, a partir de INE (2018) y MAPA.

A su vez, entre las provincias cuya superficie de viñedo sobre el total de superficie se sitúa por encima de la media nacional (1,8%), solamente una, Cuenca, presenta un patrón

²⁹ MAPA (2020). “Informe sobre aplicación del régimen de autorizaciones de nuevas plantaciones de viñedo 2019 y potencial de producción vitícola en España”. Nótese que el número de explotaciones coincide con el total de viticultores mencionado anteriormente: 561.875.

demográfico que recoge una pérdida de población en los últimos cuarenta años, entre 1980 y 2020. El resto han incrementado su población, a lo que también habrá contribuido la generación de actividad e ingresos por parte de la vitivinicultura.

Tabla 8 – Evolución demográfica en las provincias con presencia de viñedo superior a la media nacional

Provincia	% Superficie de viñedo	Variación población 1980 vs 2020
Álava	4,4%	31%
Albacete	5,8%	15%
Badajoz	3,5%	3%
Barcelona	2,9%	24%
Ciudad Real	8,1%	3%
Cuenca	4,9%	-9%
La Rioja	9,4%	25%
Murcia	2,0%	59%
Pontevedra	2,6%	8%
Tarragona	4,3%	61%
Toledo	7,1%	47%
Valencia	4,4%	26%
Valladolid	3,6%	10%
Total Nacional	1,8%	27%

Fuente: Afi, a partir de INE y MAPA.

Asimismo, la actividad de elaboración del vino también mantiene una fuerte vinculación al territorio, toda vez que las bodegas se localizan en zonas próximas a los viñedos, generando empleos y riqueza, de forma directa, en los territorios de su demarcación.

El origen y entorno de procedencia del vino constituye un atributo del mismo, un elemento que transmite ciertos rasgos característicos y una historia, que pueden ser utilizados para reforzar la aportación de valor y la experiencia de degustación del vino. Bien sea en el propio entorno en el que se produce o en otro lugar (dentro y fuera del hogar).

La viticultura contribuye a la fijación de la población en el medio rural, tanto de forma directa, como a través de las actividades anexas.

En dicha aportación de valor radica, a su vez, la esencia de las denominaciones de origen, que integran una serie de elementos, tanto tangibles como intangibles, intrínsecamente ligados a los territorios en los que se produce el vino. Así, las características naturales vinculadas al clima, el suelo, la variedad de uva o la altitud, se combinan con la tradición, las

prácticas culturales y los procesos vitivinícolas en un determinado territorio - denominación de origen, determinando la singularidad de cada vino³⁰.

Por otro lado, el modelo cooperativo, tan presente en la estructura productiva vitivinícola española, junto con otras iniciativas de asociacionismo de los viticultores, también pueden ser concebidos como instrumento de cohesión social y fortalecimiento del vínculo entre las sociedades locales y la vitivinicultura. Cabe destacar que más del 20% de las cooperativas del sector agroalimentario en España se dedican al vino, siendo la producción vitivinícola la cuarta más importante dentro del universo cooperativo agroalimentario español, en términos de facturación (con un 8% del volumen de facturación total directa de dichas cooperativas en 2018)³¹.

Otro fenómeno vertebrador del territorio, que gira en torno al vino, viene dado por el enoturismo. La treintena de Rutas del Vino de España existentes en la actualidad son un destacado exponente, involucrando a unas 688 bodegas, además de diversos establecimientos de hostelería y restauración, así como profesionales y empresas de servicios turísticos y de ocio.

El enoturismo provee oportunidades de desarrollo socioeconómico regional, además de diversificar la oferta turística nacional y contrarrestar la estacionalidad.

El enoturismo generó un volumen de negocio superior a los 256 millones de euros en 2019, alcanzándose los 3 millones de visitantes, según datos de ACEVIN. Dicho número de visitantes triplica al registrado en 2008, habiéndose desarrollado múltiples infraestructuras, para dar soporte a la actividad enoturística, que también revierten positivamente en las comunidades y territorios implicados. Además, su baja estacionalidad en comparación con otros productos turísticos, lo hacen interesante como fuente de actividad socioeconómica sostenible, para muchas localidades, sobre todo de interior.

El enoturismo ofrece una aproximación diferente entre la elaboración y el consumo del vino. Permite crear experiencias especiales, en el entorno de las bodegas y localidades vinícolas, y añadir ciertos atributos e intangibles al proceso de comercialización del vino por esta vía, que se quedan en el recuerdo de los enoturistas (aun cuando presenten distintos perfiles) y que no es posible trasladar por otros canales de venta.

³⁰ Sánchez, J.L. (2014). “El valor social y territorial del vino en España”. Publicación sobre “La economía del vino en España y en el mundo”. Cajamar.

³¹ OSCAE (2019). “El cooperativismo agroalimentario español. Informe socioeconómico 2018”.

Cooperativas Agro-alimentarias de España (2020). “Informe 2019” (Memoria anual). El número de cooperativas de vino asociadas, ascendía a 429 en 2018.



El diseño de las iniciativas ligadas al enoturismo ha ido evolucionando sobre una óptica integral e inclusiva, adaptándose a las distintas necesidades de los consumidores. De tal forma que pueden, por ejemplo, plantearse en formato familiar o de grupos en los que se incluyan menores, al contemplarse otras actividades paralelas aptas para estos últimos.

Más allá de las experiencias de degustación y compra de vino en su lugar de origen, el vino no ha perdido su condición de acompañante gastronómico y su vínculo con los hábitos culinarios españoles y las relaciones sociales. Así, es mayoritario el consumo de vino junto con algún tipo de comida (siendo importante para el consumidor que el vino se adecúe en ese acompañamiento) y en compañía, sobre todo en momentos compartidos con familiares; a la vez que destaca su presencia en celebraciones³².

El vino está presente en las celebraciones y los actos de consumo del vino se producen generalmente de forma colectiva, en compañía de otras personas.

Por último, al abordar el valor social del sector vitivinícola es oportuno hacer referencia a la empleabilidad de los jóvenes, sin perjuicio de que la importancia de la viticultura en términos de empleo y, por tanto, de generación de rentas para muchos hogares españoles, ya se recogiese en una sección previa de este informe. Así, las oportunidades laborales vinculadas a toda la cadena de valor vitivinícola son muy diversas e involucran al colectivo de jóvenes.

En el sector se habían constatado en la anterior crisis, de 2008, ciertos movimientos de relevo generacional en la gestión de las explotaciones y proyectos de emprendimiento impulsados por jóvenes, en busca de opciones de empleabilidad viables. Cabe destacar en este sentido que el sistema de aprobación de nuevas plantaciones de viñedo para vinificación con fines comerciales favorece la actividad de los jóvenes viticultores³³. En 2019, un 21% del total de superficie solicitada para nuevas plantaciones en España correspondió a "jóvenes viticultores con buen comportamiento" y otro 6% a "jóvenes nuevos viticultores".

A su vez, las especialidades vinculadas al mundo del vino (enología y afines) también han venido despertando el interés de los jóvenes, tanto españoles como extranjeros, como opción de formación³⁴ y para la investigación científica. No en vano, distintos representantes sectoriales coinciden en la creciente profesionalización registrada en las últimas décadas, y en el hecho de que el mercado español es un referente para los profesionales, y futuros profesionales.

³² De acuerdo con los resultados de un estudio promovido por la OIVE en 2019, sobre las motivaciones de consumo, basado en 1.810 encuestas a consumidores.

³³ Real Decreto 1338/2018, de 29 de octubre, por el que se regula el potencial de producción vitícola.

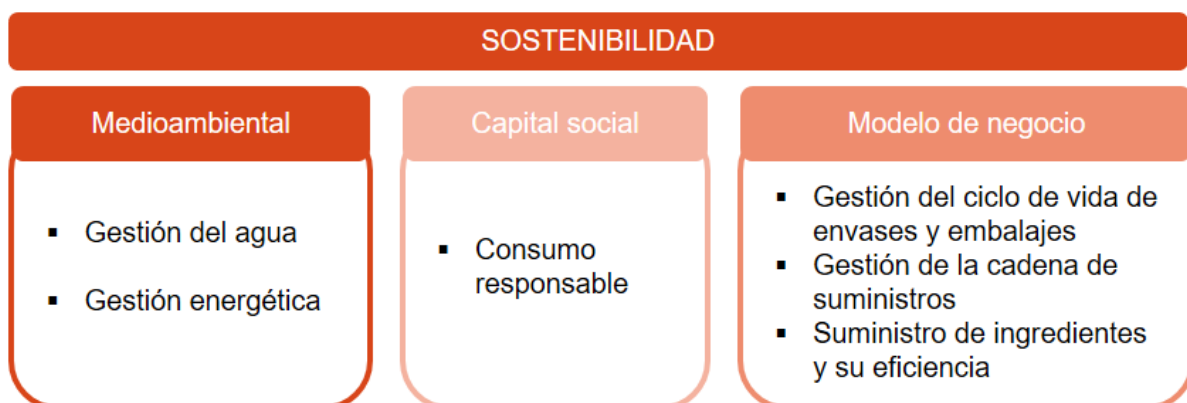
³⁴ Por ejemplo, el Grado en Enología es ofertado por las Universidades de Cádiz, Castilla-La Mancha, Córdoba, Extremadura, La Rioja, Valladolid y la Universidad Rovira i Virgili.

6. El valor medioambiental del sector vitivinícola

La propia naturaleza y características de la actividad vitivinícola la hacen especialmente sensible al cuidado y respeto del entorno en el que se desarrolla. Su dependencia de las condiciones climáticas contribuye a una mayor sensibilidad ante la conservación de los recursos naturales y medioambientales existentes en las localidades vitivinícolas.

Las empresas productoras de vino han de hacer frente a distintos retos en materia de sostenibilidad, tanto medioambiental, como vinculada a la gestión social y al modelo de negocio³⁵. En relación con la primera, destaca principalmente la gestión hídrica, además de la energética, por la demanda de agua que conlleva la producción vitivinícola y la consiguiente necesidad de utilizar de forma eficiente este recurso escaso, así como llevar a cabo una adecuada gestión de las aguas residuales.

Figura 8 – Aspectos de materialidad en la gestión de la sostenibilidad por parte de los elaboradores de vino



Fuente: Afi, a partir de SASB.

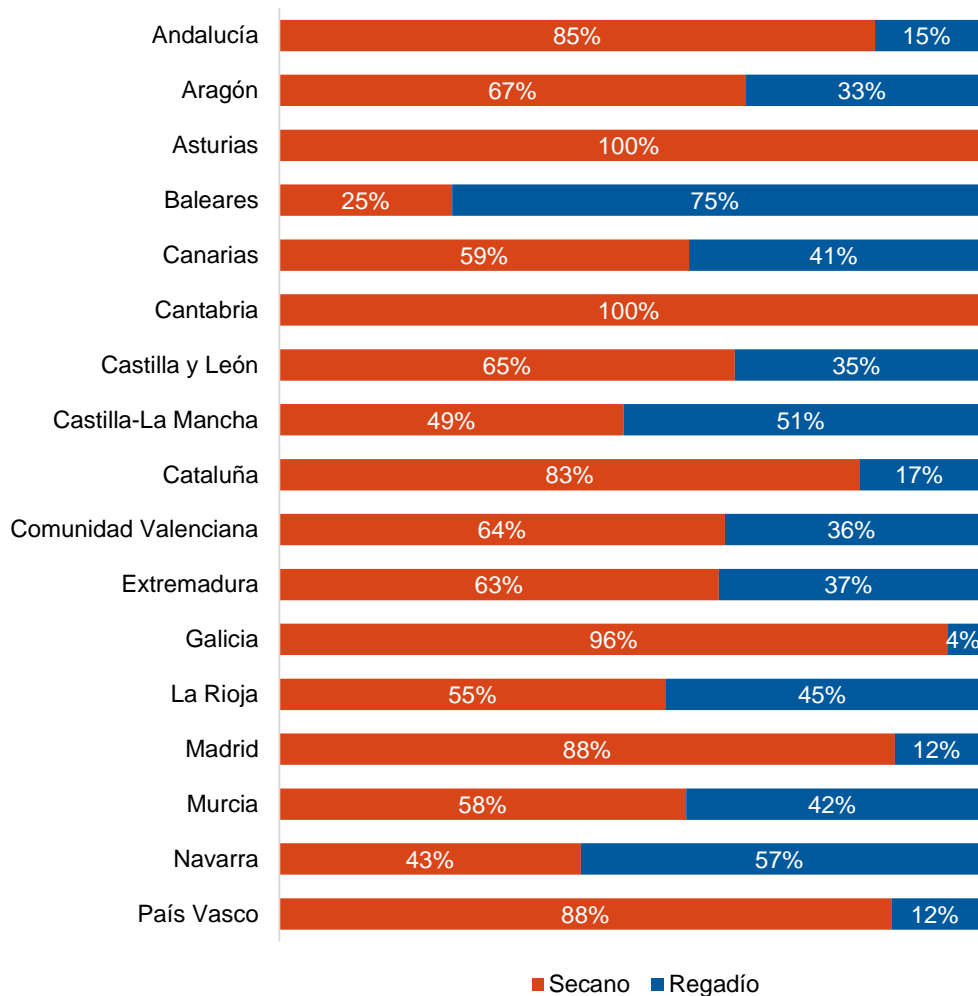
No obstante, en cuanto a la gestión del agua también hay que tener en cuenta que el cultivo de la vid es, en su mayoría, de secano. Si bien la superficie de viñedo de secano se ha venido reduciendo (en 2019 es un 34% inferior a la de quince años antes), esta supone cerca del 60% del total (sin considerar el viñedo de uva de mesa), según los datos de la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos en España (ESYRCE) para 2019.

La mayoría de la superficie de viñedo en España es de secano, siendo predominante en prácticamente todas las Comunidades Autónomas.

³⁵ De acuerdo con el planteamiento metodológico de SASB (Sustainability Accounting Standards Board).

Todas las Comunidades Autónomas españolas cuentan con una mayor superficie de viñedo de secano que de regadío, salvo los casos de Baleares (25% de secano), Navarra (43%) y Castilla-La Mancha (49%).

Gráfico 9 – Distribución de la superficie de viñedo de secano, por CC.AA., 2019



Fuente: Afi, a partir de ESYRCE.

Por otro lado, en el proceso de elaboración del vino se generan aguas residuales y otros residuos orgánicos (biomasa de la poda, posos de uva, residuos de orujo y otros), cuya tipología depende del proceso de vinificación. No hay que olvidar que para la elaboración de vino se emplea en torno a un 80% de la producción de uvas, mientras el 20% restante, en términos de volumen de uvas utilizadas, corresponde a subproductos y residuos. Algunos de los subproductos³⁶ obtenidos en dicha vinificación son susceptibles de ser valorizados, bien a

³⁶ El Reglamento (CE) N° 555/2008, establece que los productores retirarán los subproductos de la vinificación (o de otras formas de transformación de uvas), cumpliendo con la normativa europea en materia medioambiental; pudiendo verificar esta obligación con la entrega de los subproductos para la destilación.

través de la extracción de compuestos fitoquímicos para las industrias alimentaria, cosmética y farmacéutica; o bien para el cultivo de microorganismos (bioconversión) como levaduras, mohos y bacterias³⁷. Dicha valorización es importante de cara a gestionar adecuadamente el impacto medioambiental del sector vitivinícola, a través del tratamiento apropiado de los subproductos y residuos generados.

El tratamiento, bajo parámetros de respeto al medio ambiente, de los subproductos generados como resultado de la transformación de la uva de vinificación (orujos, lías), también pasa por la destilación, para uso energético o industrial del alcohol obtenido.

El proceso de vinificación da lugar a distintos subproductos que son objeto de valorización e investigación para un mejor aprovechamiento de los mismos.

En busca del cumplimiento de los principios de economía circular en el ámbito vitivinícola, existen proyectos, en España, de valorización de subproductos como el bagazo de uva, con la finalidad de utilizarlo como biofertilizante, que permite fortalecer la estructura del suelo en el que crece la vid y promover el desarrollo de microorganismos beneficiosos para este cultivo leñoso³⁸. Asimismo, se han llevado a cabo proyectos para el aprovechamiento de los restos de la poda (sarmientos)³⁹.

Aquellas soluciones que permiten evitar una degradación del suelo son relevantes ya que, en España, el viñedo es uno de los cultivos con mayor superficie en zonas de riesgo de erosión del suelo, atendiendo a los cultivos declarados en la solicitud de la PAC en 2018.

Cabe hacer mención también a la iniciativa Globalviti (2016 – 2020)⁴⁰, en la que participan 13 grupos de investigación procedentes de distintas comunidades autónomas españolas, 5 bodegas y 3 empresas de industrias auxiliares al sector vitivinícola, además de contar con el apoyo de la Plataforma Tecnológica del Vino de España. Se trata de un proyecto innovador, que busca mejorar la producción vitivinícola ante los efectos del cambio climático, haciendo uso de las nuevas tecnologías, así como de la implementación de acciones en materia de manejo del viñedo y de biotecnología.

³⁷ Maicas, S. y Mateo JJ. (2020). “Sustainability of Wine Production”. Sustainability 2020, 12, 559. MDPI.

³⁸ Por ejemplo, un proyecto con participación de equipos de investigación de las Universidades de Vigo y Santiago de Compostela, con financiación de los fondos FEDER, a través del CDTI, en el marco del Programa Operativo Plurirregional de Crecimiento Inteligente 2014-2020.

³⁹ Por ejemplo, el proyecto AGL2015-65133-C2-1-R – “Evaluación de la capacidad de los sarmientos como una nueva fuente de aditivos enológicos y productos bioestimulantes naturales del viñedo para mejorar la calidad del vino”, apoyado por el Ministerio de Economía (Programa retos del MINECO, 2015), con financiación de los fondos FEDER.

⁴⁰ Financiada por el CDTI, dentro del Programa Estratégico de Consorcios de Investigación Empresarial Nacional (CIEN).

Los efectos del cambio climático introducen unas condiciones más adversas para el cultivo de la vid y obligan a la búsqueda de soluciones. A escala global, algo más de la mitad de las regiones con condiciones apropiadas para el desarrollo de la viticultura podrían perder esa condición ante un calentamiento de 2°C, y si este fuese del doble, la tasa se ampliaría hasta el 85%⁴¹.

La calidad y el volumen de vino que se podrán obtener en el futuro en España están condicionados por la realidad climática vigente. En este sentido, las previsiones apuntan a incrementos de la temperatura, incidencias en la frecuencia de las precipitaciones y otros fenómenos meteorológicos adversos, con afección a amplios territorios vitivinícolas españoles⁴². Los proyectos e investigaciones en materia de diversidad genética y para la recuperación de determinadas variedades autóctonas, de ciclo más largo y más resistentes a la nueva realidad climática, forman parte del abanico de soluciones y esfuerzos sectoriales implementados⁴³.

La destacada afección de los efectos del cambio climático sobre el sector vitivinícola se traduce en la introducción de soluciones innovadoras y esfuerzos en I+D+i para mitigar dichos efectos.

El sector vitivinícola español contribuye a luchar contra el cambio climático, en línea con los objetivos de la Política Agrícola Común de la UE y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 13 – Acción por el clima) aprobados en el seno de Naciones Unidas en 2015, dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. También es relevante en la actuación sectorial la gestión sostenible de los recursos hídricos antes apuntada (ODS 6), la producción sostenible (que pasa, igualmente, por un uso eficiente de los recursos naturales; además de la gestión racional, desde el punto de vista ecológico, de los pesticidas y otros productos químicos; así como una adecuada gestión de los desechos en todos los eslabones de la cadena de valor vitivinícola) (ODS 12), y la preservación de la biodiversidad y del suelo⁴⁴ (ODS 15).

⁴¹ Morales-Castilla, I. et al. (2020). “Diversity buffers winegrowing regions from climate change losses”. PNAS.

⁴² Véase, por ejemplo: AEMET: “Estadísticas anuales 2019” y “Mapas de proyecciones de cambio climático para dos periodos del siglo XXI: 2046-2061, 2081-2100”; o National Geographic (2017): “El Cambio Climático en España: impacto y consecuencias”.

⁴³ Un referente es el proyecto nacional para la “valorización de variedades minoritarias de vid por su potencial para diversificar la producción de vinos y de resiliencia al cambio climático” (2019 – 2021), con financiación del INIA y la participación de 16 centros de investigación. También en el proyecto internacional MEDCLIV – Ecosistema climático mediterráneo de la vid y el vino, en el que participa España, junto con otros cinco países europeos, se trabaja en la sensibilización y búsqueda de soluciones en la lucha contra el cambio climático.

⁴⁴ El proyecto Soil4Wine (recientemente desarrollado por un consorcio italiano dentro del programa LIFE+ de la UE), apunta al uso de la cubierta vegetal y del abono verde en los viñedos, entre otras medidas para mejorar la gestión del suelo.

En relación con la biodiversidad, cabe indicar que los viñedos representan un elemento esencial en el paisaje de las zonas vitivinícolas. Para su preservación es fundamental proteger las distintas especies animales, vegetales y de microorganismos que conviven con las plantaciones de viñedo en una relación simbiótica que favorece la conservación de los ecosistemas y hábitats naturales, así como también tiene efectos positivos en el control biológico de plagas. En este sentido, es relevante la presencia de infraestructuras ecológicas: bordes y bancos de las plantaciones en terrazas en los que abunda la flora, callejones en los que se alterne la cubierta verde y las plantas de flor, setos y promontorios con distintas especies vegetales autóctonas que sirven de refugio y alimento para distintos organismos, entre otros⁴⁵. Asimismo, la instalación de cajas nido en las inmediaciones de los viñedos proporciona un hábitat para aves que se alimentan de insectos y que ayudan a combatir las plagas.

“En un viñedo, tanto los espacios productivos como los no estrictamente productivos, son elementos clave para la conservación de la biodiversidad. Crear y conservar un viñedo equilibrado y natural, que funcione como un verdadero ecosistema, contribuye a mejorar los servicios ecosistémicos y por tanto la producción a largo plazo”⁴⁶.

Figura 9 – ODS relevantes en la gestión de la sostenibilidad medioambiental en el sector vitivinícola



Fuente: Afi, a partir de la ONU

Por otro lado, la certificación *Wineries for Climate Protection* (WfCP), creada en 2015 por la FEV, también refleja el compromiso del sector con la sostenibilidad medioambiental. Así, fija una serie de criterios, en materia de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, gestión del agua, reducción de residuos, así como de eficiencia energética y uso de energías renovables; que han de verificar las bodegas para la obtención del certificado. Actualmente,

⁴⁵ OIV (2018). “Functional biodiversity in the vineyard 2018”.

⁴⁶ [European Partnership for Biodiversity Protection in Viticulture](#) (2017).

27 bodegas cuentan con esta certificación. Además, haciendo énfasis en la lucha contra el cambio climático, se ha diseñado una categoría particular: “Spanish Wineries for Emission Reduction”, asociada a compromisos más elevados ligados a la reducción de emisiones, que ha sido alcanzada por una bodega.

El sector vitivinícola español aporta, asimismo, más de 120.800 hectáreas de viñedo ecológico para vinificación, es decir, un 13,1% de la superficie total de viñedo para vinificación existente en España; del que se obtendría una producción ecológica estimada en algo más de 441.000 toneladas⁴⁷. De esta forma, el viñedo ecológico responde por el 5,1% del total de la superficie ecológica (calificada) cultivada a escala nacional⁴⁸, con una actividad industrial vinculada a la producción ecológica vegetal que es desarrollada por unas 1.152 bodegas y embotelladoras, según datos del MAPA. Si se consideran solo los cultivos permanentes calificados, el viñedo ecológico representa aproximadamente 1 de cada 5 hectáreas.

El sector vitivinícola contribuye positivamente a la producción ecológica en España, aportando más del 5% de la superficie ecológica total calificada.

La superficie de viñedo ecológico en España ha venido expandiéndose. En el último lustro se han ganado unas 36.637 hectáreas de viñedo ecológico destinado a vinificación. Es decir, dicha superficie ha registrado un crecimiento del 25,4% entre 2015 y 2019.

Tabla 9 – Producción ecológica: superficie de viñedo y tamaño industrial, por CC.AA., 2019

CC.AA.	Viñedo ecológico (ha)**	% s/total nacional	Bodegas y embotelladoras (nº)	% s/total nacional
Andalucía	1.201,75	1,0%	102	8,9%
Aragón	1.748,81	1,4%	28	2,4%
Asturias	0,52	0,0%		0,0%
Baleares	823,45	0,7%	30	2,6%
Canarias	414,2	0,3%	27	2,3%
Cantabria	4,92	0,0%	2	0,2%
Castilla-La Mancha	61.260,47	50,5%	213	18,5%
Castilla y León	6.850,21	5,6%	117	10,2%
Cataluña	18.632,14	15,4%	273	23,7%
Extremadura	1.681,57	1,4%	14	1,2%

⁴⁷ Datos provisionales para 2019, publicados por el MAPA en julio de 2020.

⁴⁸ Se incluyen cultivos de tierras arables, así como pastos y cultivos permanentes. No se incluyen huertos urbanos.

CC.AA.	Viñedo ecológico (ha)**	% s/total nacional	Bodegas y embotelladoras (nº)	% s/total nacional
Galicia	69,85	0,1%	19	1,6%
Madrid	572,43	0,5%	9	0,8%
Murcia	11.799,01	9,7%	52	4,5%
Navarra	1.395,77	1,2%	28	2,4%
La Rioja	1.088,03	0,9%	62	5,4%
País Vasco	929,91	0,8%	35	3,0%
Comunidad Valenciana	12.806,46	10,6%	141	12,2%
Total nacional	121.279,50	100,0%	1.152	100,0%

(*) Datos provisionales. (**) Incluye viñedo para producción de uva de mesa y uvas pasas. Fuente: Afi, a partir de MAPA

El número de operadores de procesamiento de vino orgánico también ha registrado una evolución positiva en España, con un crecimiento acumulado del 67,4% entre 2012 y 2018, aunque todavía representaban, en ese último año, menos de la mitad del censo de operadores franceses o portugueses⁴⁹.

La mayor superficie destinada a cultivo ecológico permitirá acompañar el comportamiento que también se observa por el lado de la demanda y que apunta a una creciente sensibilización de los consumidores hacia la sostenibilidad y los productos ecológicos. Los denominados “organic wines” podrán experimentar un crecimiento anual compuesto del 9,2% en el periodo 2017 – 2022 a escala mundial, hasta superar los 787 millones de litros⁵⁰.

⁴⁹ IVIE (2020). “Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo. Informe 2019”. Cajamar Caja Rural.

⁵⁰ IWSR (2019). “Organic wine report” (publicado en abril de 2019).

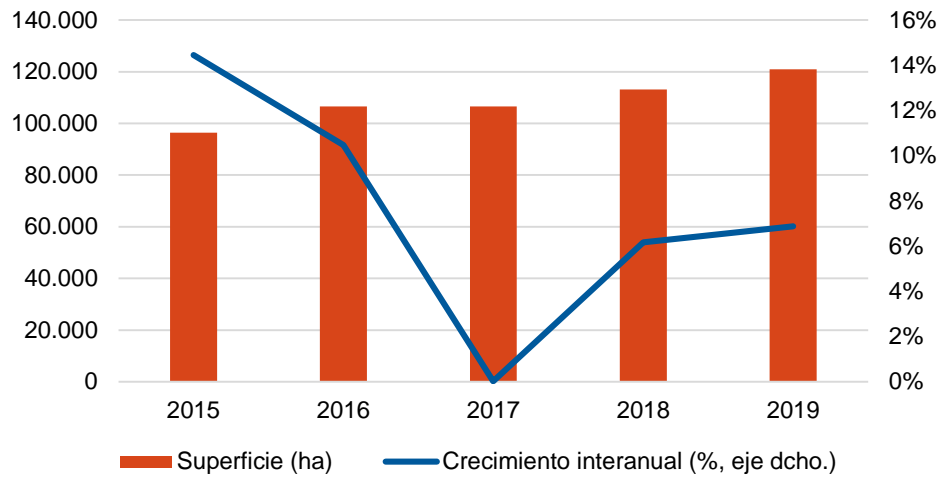


Afi

Interprofesional del
**VINO DE
ESPAÑA**

“Importancia económica y social
del sector vitivinícola en España”

Gráfico 10 – Evolución reciente de la superficie de viñedo ecológico en España (2015 – 2019)



Nota: Datos provisionales para 2019. Fuente: Afi, a partir de MAPA



Conclusiones

- La importancia económica de la cadena de valor del sector vitivinícola se constata en una aportación total en términos de Valor Añadido Bruto (VAB) estimada en más de 23.700 millones de euros, es decir, el 2,2% del VAB español. Además, contribuye a la generación o mantenimiento de más de 427.700 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, de forma directa, indirecta e inducida. Y su aportación directa a las arcas públicas, en concepto de impuestos y cotizaciones sociales, supera los 3.800 millones de euros anuales.
- Por cada euro de demanda final en el sector vitivinícola, la economía genera 1,75 euros de valor añadido directo e indirecto y algo más de 2 euros si se considera el efecto inducido.
- La contribución económica del sector vitivinícola se distribuye a lo largo de toda la geografía española. En todas las Comunidades Autónomas hay presencia de viñedo y producción de vino, además de una nutrida red de distribución y comercialización del mismo. Así, por ejemplo, el peso de la viticultura alcanza el 1,4% del VAB de la economía castellano-manchega y el 0,7% de la riojana. En este último caso, el de La Rioja, la elaboración de vino contribuye con otro 3,9% al VAB regional.
- Las adecuadas condiciones que ofrece el territorio español para el cultivo de la vid, así como la amplia tradición y conocimiento existentes en nuestro país en la elaboración del vino, redundan en un destacado posicionamiento internacional. Así, España ocupa una posición de liderazgo mundial en cuanto a superficie de viñedo y volumen de exportaciones de vino (tercer puesto en valor exportado, en 2019), además de ser el tercer mayor productor global de vino.
- La contribución del sector vitivinícola a la internacionalización y proyección internacional de la economía española viene respaldada, entre otros, por un consolidado superávit comercial y tejido exportador, así como por la presencia de los productos vitivinícolas de origen español en cerca de 190 países. Además, el buen hacer de las bodegas españolas es reconocido con la recepción de galardones en los principales certámenes internacionales. No obstante, uno de los retos pasa por “sofisticar” esa presencia, con una mayor penetración en los segmentos *premium*, que atestigüe la calidad de los vinos producidos en España.
- La importancia económica del sector vitivinícola traspasa la propia actividad, ya que existe una gran diversidad de operadores y sectores que tienen al vitivinícola como aliado y fuente de negocio. Entre ellos se incluyen las actividades suministradoras: industria de la madera, del vidrio, del corcho, y un largo etcétera; así como otras



actividades conexas, como pueden ser la articuladas en torno al enoturismo. Este último ha sido generador de una facturación superior a los 256 millones de euros en 2019, según ACEVIN, y también ejerce un rol destacado como dinamizador económico territorial.

- Tanto la viticultura como la elaboración de vino (localización de las bodegas próxima a los viñedos) mantienen una fuerte vinculación con el territorio, siendo fuente de actividad e ingresos para muchos jóvenes y hogares españoles del medio rural (en julio de 2019 se contabilizaban unos 561.000 viticultores). Su aportación en términos de fijación de población al entorno rural también estaría contribuyendo a hacer frente a un importante reto para España como es el demográfico y, en particular, el despoblamiento territorial.
- La notable incidencia de los efectos del cambio climático sobre el sector vitivinícola lo hacen propulsor de soluciones innovadoras para mitigar dichos efectos y velar por el cuidado de los ecosistemas naturales, además de contribuir a la consecución de otros objetivos de sostenibilidad medioambiental.
- El vino es un ingrediente de la esencia cultural y gastronómica, así como expresión social, españolas. Su presencia como acompañante gastronómico y su vinculación con los hábitos culinarios y las celebraciones en España también son parte del sustrato del valor social del vino.
- Los anteriores elementos ponen en perspectiva la importancia de la vitivinicultura en la realidad socioeconómica española, lo que ha de contribuir a reforzar la percepción que sobre la misma tienen tanto las instituciones públicas, como los distintos agentes privados y del tercer sector, así como la sociedad española en su conjunto.



Referencias bibliográficas y estadísticas

- ACEVIN (2020). "Informe de visitantes a bodegas y museos del vino. Año 2019".
- Alimarket (2019). "Vinos: Las bodegas españolas en alerta".
- Cooperativas Agro-alimentarias de España (2020). "Informe 2019" (Memoria anual).
- INE (2017). Estadística Estructural de Empresas.
- IVIE (2020). "Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo. Informe 2019". Cajamar Caja Rural.
- IWSR (2019). "Organic wine report".
- Jamali, H.R. et al (2020). "Wine research and its relationship with wine production: a scientometric analysis of global trends". Australian Journal of Grape and Wine Research, de la ASVO. Vol. 26, nº2. Abril 2020.
- Langreo, A., Castillo, J. S. (2014). "Estructura, organización y modelos empresariales en el sector", publicado en "La economía del vino en España y en el mundo". Cajamar.
- Maicas, S. y Mateo JJ. (2020). "Sustainability of Wine Production". Sustainability 2020, 12, 559. MDPI.
- MAPA (2020). "Datos Provisionales de Viñedo año 2019".
- MAPA (2020). "Informe sobre aplicación del régimen de autorizaciones de nuevas plantaciones de viñedo 2019 y potencial de producción vitícola en España".
- MAPA (2020). "Producción ecológica. Estadísticas provisionales 2019".
- Morales-Castilla, I. et al. (2020). "Diversity buffers winegrowing regions from climate change losses". PNAS.
- OIV (2018). "Functional biodiversity in the vineyard 2018".
- OSCAE (2019). "El cooperativismo agroalimentario español. Informe socioeconómico 2018".
- Sánchez, J.L. (2014). "El valor social y territorial del vino en España". Publicación sobre "La economía del vino en España y en el mundo". Cajamar.
- SEC (2020). Bases de datos de comercio exterior y de inversión directa en el exterior.
- Wine Intelligence (2020). "Global Trends in Wine 2020".



Agradecimientos

La elaboración del presente estudio sobre la importancia económica y social del sector vitivinícola en España ha contado con la estimable aportación de destacados profesionales vinculados a este sector. Es por ello que queremos trasladarles un sincero agradecimiento, por sus contribuciones y por compartir su conocimiento y visión del mundo del vino a través de las entrevistas realizadas a:

- *Alejandro García, responsable vitivinícola de la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA).*
- *David Palacios, presidente de la Conferencia Española del Consejos Reguladores Vitivinícolas.*
- *Javier Ruiz de Galarreta, presidente del Grupo ARAEX Rioja Alavesa.*
- *José Luis Benítez, director de la Federación Española del Vino (FEV).*
- *José Miguel Martínez, director del Instituto de Ciencias de la Vid y del Vino (ICVV).*
- *Juan Vázquez, director general de Bodegas Martín Códax.*
- *María Naranjo, directora de Alimentos, Vinos y Gastronomía, de ICEX España Exportación e Inversiones.*
- *Pau Roca, director de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).*
- *Pedro Ballesteros, Master of Wine.*
- *Rafael del Rey, director del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv).*
- *Román Cantarero, presidente / CEO de Vinos & Bodegas / Bodegas Don Quijote.*
- *Rosa Melchor, presidenta de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN).*
- *Salvador Manjón, director de La Semana Vitivinícola.*

Anexo I – Proyectos de I+D+i impulsados por la PTV en 2019

Proyecto	Área temática	Convocatoria
Plan Director para impulsar el sistema de innovación en el sector vitivinícola de la Comunidad De Madrid (SISTVITIMAD)	Economía vitivinícola	Programa de ayudas para potenciar la innovación tecnológica e impulsar la transferencia de tecnología al sector productivo de la Comunidad de Madrid
Desarrollo e implementación de nuevas técnicas de inteligencia artificial para optimización de riego en viñedo y disminución de contenido en sulfitos en bodega (IntelWINES)	Proceso	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Potencial vitivinícola para Galicia de 3 genotipos blancos inexplorados. Optimización del cultivo de la variedad Godello en la denominación de origen Rías Baixas y valoración de nuevas técnicas de vinificación (3GENOTIPOS)	Viticultura	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Estudio de la longevidad de la variedad verdejo en la DO Rueda a través de la gestión del suelo, el manejo del viñedo y la arqueología-enología	Viticultura	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Incorporación de activos en laboratorio en industria auxiliar vitivinícola (LATICAUXX)	Proceso	Línea Directa de Innovación de CDTI
Recursos biotecnológicos naturales y estrategias avanzadas de control para afrontar los retos del cambio climático en la elaboración de grandes vinos en España (NATURAL019)	Proceso	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
La huella digital del jerez mediante resonancia magnética nuclear (JEREZ-RMN)	Economía vitivinícola	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Mejorando la estructura coloidal del vino: nuevas herramientas de interés (WINEBALANCE)	Producto	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Desarrollo e implementación de una plataforma blockchain integral para vinos de alta gama, a lo largo de su ciclo de vida: de la viña a la mesa (CHAINWINES)	Economía vitivinícola	Proyecto Individual de Investigación y Desarrollo, Instituto para la Competitividad Empresarial de la Junta de Castilla y León
Soluciones innovadoras para predicción de enfermedades fúngicas en vid (VITICAST)	Viticultura	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Utilización de los sarmientos de poda de la propia viña para elaborar vinos diferenciados (USARVID019)	Sostenibilidad y Cambio Climático	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Optimización de procesos fermentativos espontáneos para potenciar la singularidad de los vinos pesquera (OPTIFERM19)	Producto	Proyecto I+D Individual Nacional (CDTI)
Desarrollo e implementación de nuevas técnicas y estrategias de intensificación ecológica para la recuperación de suelos en los viñedos (BETTERSOIL)	Viticultura	Proyecto I+D+i Eureka (CDTI), Bilateral España - Argentina
“Vineyard innovative tool based on the integration of earth observation services and in-field sensors” (VITIGE OSS)	Viticultura	Comisión Europea - Horizonte 2020
“Mid mountain adaptation to climate change” (MIDMACC)	Sostenibilidad y Cambio Climático	Comisión Europea - LIFE
MFP Plus	Economía vitivinícola	Comisión Europea - Horizonte 2020, Instrumento Pyme

Fuente: a partir de PTV

Anexo II – Nota metodológica sobre la estimación de la relevancia económica del sector vitivinícola

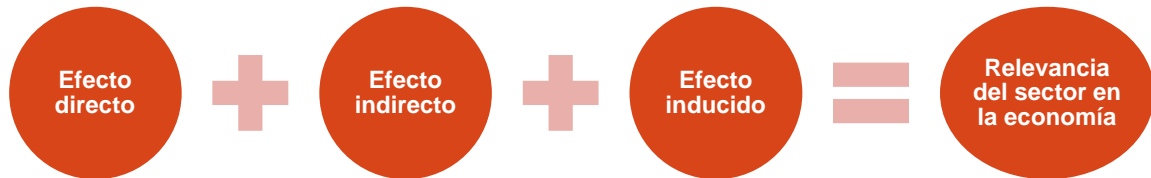
La estimación de la relevancia del sector vitivinícola en la economía española se ha realizado a través del análisis “Input-Output”, una metodología desarrollada por el economista Wassily Leontief (Premio Nobel de Economía en 1973) y cuyo uso está muy extendido en este tipo de ejercicios. Las tablas Input-Output (TIO), elaboradas en España por el INE, son una representación simplificada de la estructura económica y permiten conocer los siguientes elementos:

- I. Las dependencias intersectoriales. Por un lado, permite conocer la cantidad de consumos intermedios que necesita cada sector de actividad para producir una unidad, así como el origen sectorial de esos consumos intermedios. En otras palabras, el efecto arrastre hacia atrás. Por otro lado, permite conocer la parte de la producción de cada sector que se dedica a responder a la demanda final, y la parte destinada a la demanda intermedia, es decir, la parte que se provee como consumos intermedios para la producción de otras actividades (el efecto arrastre hacia delante). Cabe además indicar que, si bien la economía evoluciona de manera ininterrumpida y está sujeta a cambios coyunturales constantes, la estructura productiva de un país tiende a registrar alteraciones con mayor lentitud. Por ello, las relaciones o dependencias intersectoriales reflejadas en las TIO presentan un carácter estructural.
- II. La modelización de shocks. El diseño de las TIO permite estimar el impacto que un shock de la actividad genera en la economía en general. Dicho shock puede provenir de variaciones en el consumo de los hogares, en la inversión, en el gasto público, en las exportaciones, o en las importaciones. Las TIO permiten conocer el impacto de dicho shock en cada una de esas partidas, así como los efectos en la generación de rentas (trabajo y capital). El detalle estadístico por sector permite la obtención de una desagregación sectorial de cada uno de los impactos estimados.
- III. Estimación de la relevancia económica de un sector. La información relativa a las dependencias intersectoriales, unida a los resultados de la modelización de shocks permite estimar la contribución de un sector productivo en el total de la actividad económica. El análisis de las tablas Input-Output determina que el impacto de un sector en la economía será el resultado de un cúmulo de tres efectos interrelacionados entre sí:
 - *Efecto directo:* impacto directo de las actividades núcleo: viticultura, elaboración de vino y venta del mismo.
 - *Efecto indirecto:* impacto en los sectores que suministran bienes o servicios intermedios a las actividades afectadas por el impacto directo, para que estas puedan desarrollarse.



- *Efecto inducido*: resultado del giro de las rentas (salarios y excedentes empresariales) generadas por los impactos directo e indirecto en el conjunto de la economía

Estimación del peso del sector en la economía, a través del análisis Input-Output



Fuente: Afi

El impacto agregado de los tres efectos mencionados suele medirse en términos de: Valor Añadido Bruto (VAB), una magnitud similar al PIB (siendo este equivalente a la suma del VAB y los impuestos indirectos sobre los productos, menos las subvenciones), y empleo, cuantificado en número de ocupados equivalentes a tiempo completo.

Además, es posible calcular la aportación a la arcas públicas correspondiente a la actividad ejercida por el sector, aplicando los tipos medios de los siguientes impuestos y contribuciones: Impuesto de Sociedades, Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), Impuesto al Valor Añadido (IVA) y las Cotizaciones Sociales.

Por otro lado, cabe indicar que la estimación de la relevancia del sector vitivinícola en la economía española se ha realizado sobre la base de las tres actividades núcleo de la cadena de valor sectorial: la viticultura, la elaboración de vino y su comercialización. En la primera se ha tenido en cuenta la producción de vino y mosto en España en 2018, a partir de los datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). En la segunda, se ha considerado la cifra de negocios de las bodegas establecidas en el mercado español, según datos del INE, también para 2018. Mientras, la estimación del valor de la actividad de comercialización de vino se ha centrado en la estimación de ventas al por menor, a partir de la actividad de elaboración de vino.

El análisis se ha completado con la estimación del peso económico directo que representa la actividad vitivinícola a escala regional, en cada comunidad autónoma española. Para ello se ha partido de la estimación del VAB directo sectorial para el conjunto de España, así como de la distribución regional de la producción o facturación total. A continuación, se detalla la metodología de cálculo para la desagregación regional, seguida en cada una de las tres actividades núcleo de la cadena de valor:

- i. Viticultura: distribución regional a partir de la producción de vino y mosto por comunidad autónoma, recogida en las cuentas regionales de la agricultura, publicadas

por el MAPA. Se asume que la proporción de consumos intermedios para la producción de uva es homogénea entre las distintas regiones.

- ii. Elaboración del vino: en este caso, la carencia de información pública a escala regional limita las posibilidades de cuantificación para una mayoría de CC.AA., incluyendo algunas con fuerte presencia del sector vitivinícola, como pueden ser Castilla-La Mancha y Extremadura, entre otras. Para el resto, la estimación cuantitativa del peso de la actividad de elaboración del vino se realiza a partir de: (i) el VAB de la actividad “Elaboración de vinos” (Cnae 1102), a través de la *Encuesta Estructural de Empresas (EEE)*; o (ii), el valor de la producción total de vino (en términos de cifra de negocios), recogido en la *Encuesta Industrial Anual de Productos (EIP)*. En este último caso, se ha aplicado la ratio VAB / Cifra de Negocios a escala nacional, correspondiente al Cnae 1102, a partir de la EEE del INE.
- iii. Comercialización del vino: la desagregación regional del VAB directo nacional correspondiente a esta actividad se ha realizado mediante los datos de consumo de los hogares (gasto anual) publicados por el MAPA, asumiendo que existe una relación lineal entre el VAB generado por la comercialización de vino y el nivel de ventas, y que no prevalece ninguna diferenciación en términos de productividad entre regiones. A pesar de esta asunción, al utilizar un dato basado en el valor del consumo, se está teniendo en cuenta la calidad de los vinos consumidos (no solo la cantidad), por lo que las regiones en las que los hogares demanden vinos con mayores márgenes también se repercutirá en un VAB más elevado.

Tabla 10 – Distribución del VAB directo del sector vitivinícola, por CC.AA (% s/total nacional)

CC.AA.	Viticultura	Elaboración vino	Comercialización vino
Andalucía	3,16%	n.d.	14,42%
Aragón	4,76%	2,12%	2,58%
Baleares	1,44%	n.d.	4,94%
Canarias	2,25%	n.d.	5,58%
Cantabria	0,00%	n.d.	1,18%
Castilla - La Mancha	48,07%	n.d.	2,93%
Castilla y León	5,98%	n.d.	4,32%
Cataluña	5,59%	12,80%	18,55%
Madrid	0,13%	n.d.	16,95%
Navarra	1,94%	n.d.	1,28%
Comunidad Valenciana	6,80%	2,56%	10,31%
Extremadura	7,28%	n.d.	1,33%
Galicia	3,05%	1,54%	4,97%
La Rioja	5,09%	15,46%	0,64%
País Vasco	3,92%	n.d.	5,27%
Asturias	0,00%	n.d.	2,14%

**Afi**

Interprofesional del
**VINO DE
ESPAÑA**

“Importancia económica y social
del sector vitivinícola en España”

CC.AA.	Viticultura	Elaboración vino	Comercialización vino
Región de Murcia	0,54%	n.d.	2,44%
Total nacional	100%		100%

Fuente: Afi, a partir de MAPA e INE.

Tabla 11 – Peso del VAB directo del sector vitivinícola por CC.AA (% s/VAB regional)

CC.AA.	Viticultura	Elaboración vino	Comercialización vino
Andalucía	0,0%	n.d.	0,9%
Aragón	0,2%	0,1%	0,7%
Baleares	0,1%	n.d.	1,5%
Canarias	0,1%	n.d.	1,2%
Cantabria	0,0%	n.d.	0,8%
Castilla - La Mancha	1,4%	n.d.	0,7%
Castilla y León	0,1%	n.d.	0,7%
Cataluña	0,0%	0,1%	0,8%
Madrid	0,0%	n.d.	0,7%
Navarra	0,1%	n.d.	0,6%
Comunidad Valenciana	0,1%	0,0%	0,9%
Extremadura	0,4%	n.d.	0,6%
Galicia	0,1%	0,1%	0,8%
La Rioja	0,7%	3,9%	0,7%
País Vasco	0,1%	n.d.	0,7%
Asturias	0,0%	n.d.	0,9%
Región de Murcia	0,0%	n.d.	0,7%

Fuente: Afi, a partir de MAPA, INE e Institutos de Estadística regionales.

Anexo III - Indicios sobre el impacto de la COVID-19 en el sector vitivinícola

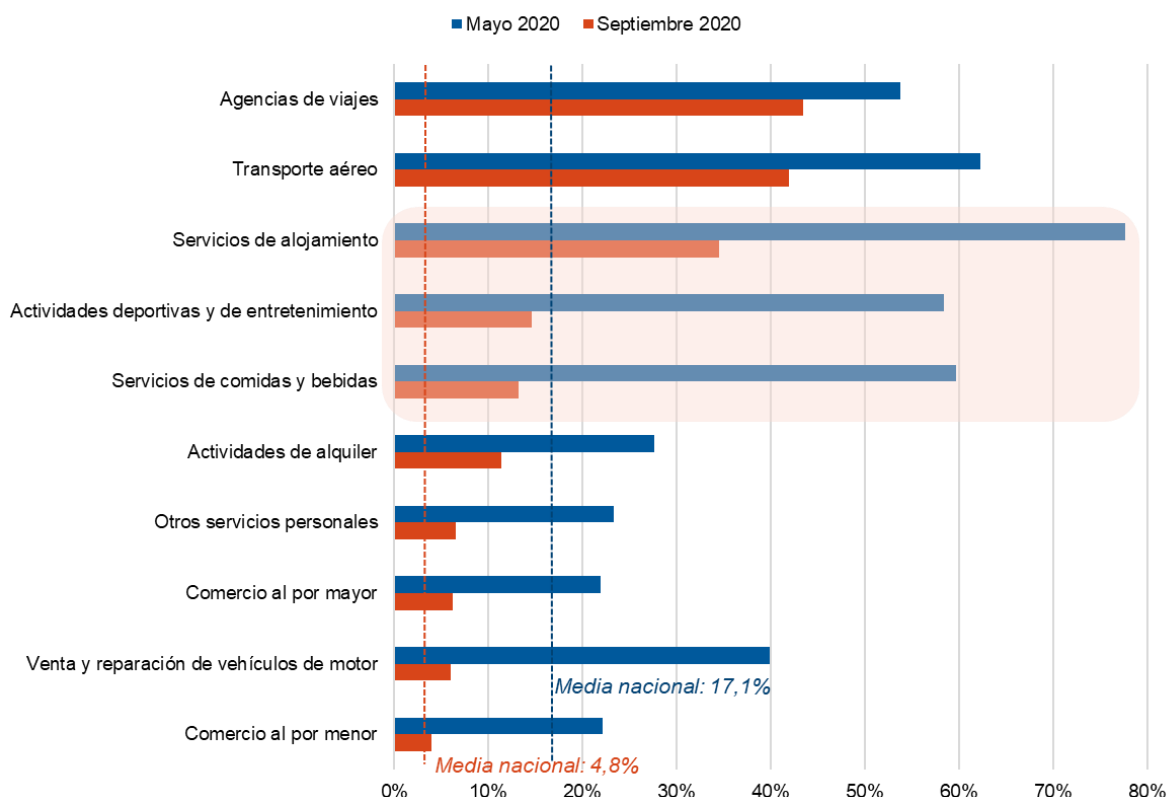
El sector vitivinícola español no ha permanecido ajeno al impacto de la pandemia de la COVID-19. En los primeros meses tras la declaración del estado de alarma (el 14 de marzo de 2020), la principal fuente de afección vino dada por el cierre temporal de establecimientos del canal horeca (bares, restaurantes), así como por la cancelación de eventos y las restricciones a la movilidad.

No hay que olvidar que los bares y restaurantes se estima que responden por más de la mitad de la facturación asociada a las ventas de vino en el mercado español. De ahí la elevada repercusión en el sector vitivinícola de la menor actividad del canal horeca como consecuencia de la pandemia y la implementación de medidas para limitar los contagios.

El cierre temporal del canal horeca, junto con la cancelación de eventos y las restricciones a la movilidad como consecuencia de la COVID-19 han afectado negativamente al sector vitivinícola.

Las actividades de hostelería y restauración, junto con las de entretenimiento (espectáculos y otros eventos), que configuran una pieza esencial en la comercialización del vino (sobre todo, en términos de valor), son las que más están acusando la incidencia de la pandemia, lo que repercute, por ende, en el sector vitivinícola. Así, por ejemplo, en términos de empleo, dichas actividades están en el *top-5* de las que han tenido que acogerse a Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) para hacer frente a un contexto económico más adverso.

Gráfico 11 – Principales sectores (top-10) afectados por los ERTE en España, mayo y septiembre de 2020 (% trabajadores afectados por un ERTE sobre el total de trabajadores del sector)



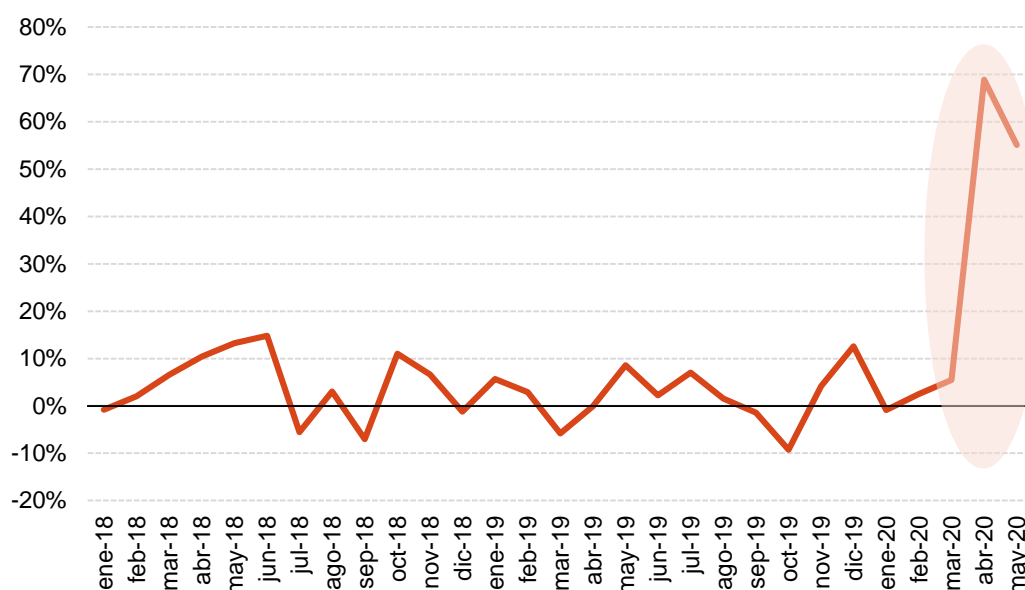
Nota: ERTE – Expediente de Regulación Temporal de Empleo
 Fuente: Afi, a partir de Seguridad Social.

No obstante, parte del consumo extra-doméstico del vino ha podido trasladarse al ámbito doméstico de los hogares (ligado a compras, sobre todo, en el comercio minorista). Tras el cierre de establecimientos de hostelería y restauración, en abril de 2020, se observa un crecimiento en el consumo de vino por parte de los hogares españoles cercano al 69%, en comparación con el mismo mes del año anterior, según datos del MAPA⁵¹. Una tasa de crecimiento que, aunque corrigió hasta el 55% interanual en mayo⁵², se sitúa en niveles atípicamente elevados.

⁵¹ No incluyen algunos canales de venta minorista como clubs de vino, vinotecas y otros.

⁵² Último dato disponible en el momento de elaborar el presente informe.

Gráfico 12 – Evolución del consumo mensual de vino de los hogares españoles (% variación interanual del consumo mensual de vino y espumosos)



Fuente: Afi, a partir de MAPA

Las menores ventas de vino a través del canal horeca, esencial en términos de valor, habrán podido compensarse solo parcialmente con el incremento del consumo doméstico por parte de los hogares españoles.

Por otro lado, durante los cerca de un centenar de días de duración del estado de alarma en España (finalizado el 21 de junio), en los que no estaban permitidos los desplazamientos entre Comunidades Autónomas⁵³, ni tampoco la llegada de turistas extranjeros (el restablecimiento de esta última todavía ha sido más progresivo), no se produjo consumo de vino vinculado a los flujos de turismo. Y en los meses inmediatamente posteriores al fin del estado de alarma, las entradas de turistas fueron limitadas. En este sentido, cabe indicar que la caída en el número de turistas extranjeros que visitaron España por motivos de ocio y vacaciones alcanzó el 86,1% interanual en el periodo de marzo – agosto de 2020, sin que se hayan registrado llegadas de dichos turistas en los meses de abril y mayo, según datos de la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

⁵³ Los viajes (desplazamientos) realizados por residentes en España, dentro del territorio nacional, registraron una caída interanual del 80,5% en el segundo trimestre de 2020, según datos de la Encuesta de Turismo de Residentes, del INE.

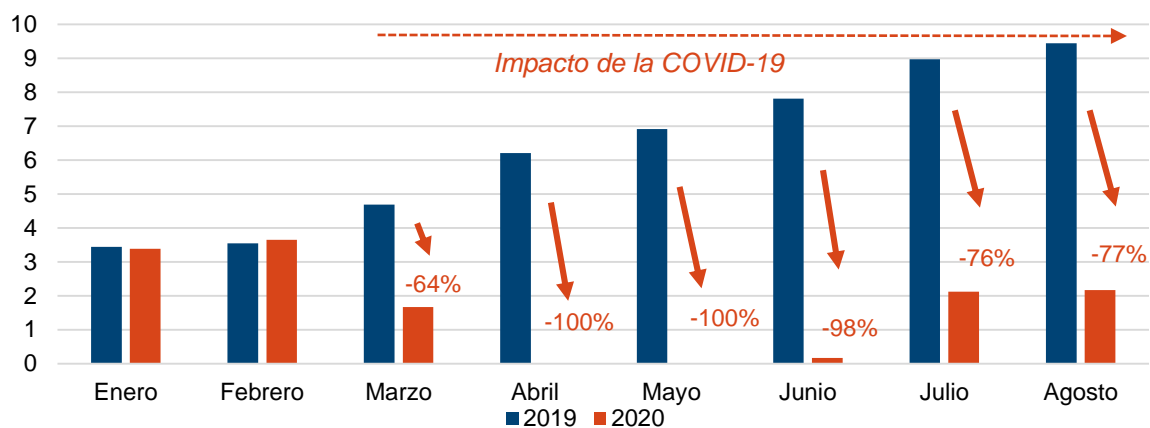


Afi

Interprofesional del
**VINO DE
ESPAÑA**

“Importancia económica y social
del sector vitivinícola en España”

Gráfico 13 – Número de turistas internacionales que visitaron España por motivos de ocio, enero-agosto (millones de turistas)



Nota: datos de 2020, provisionales.
Fuente: Afi, a partir de FRONTUR, INE

Dichos flujos turísticos no solo inciden en la actividad del canal horeca, sino también en las ventas directas de las bodegas, así como en otras actividades económicas vinculadas al enoturismo.

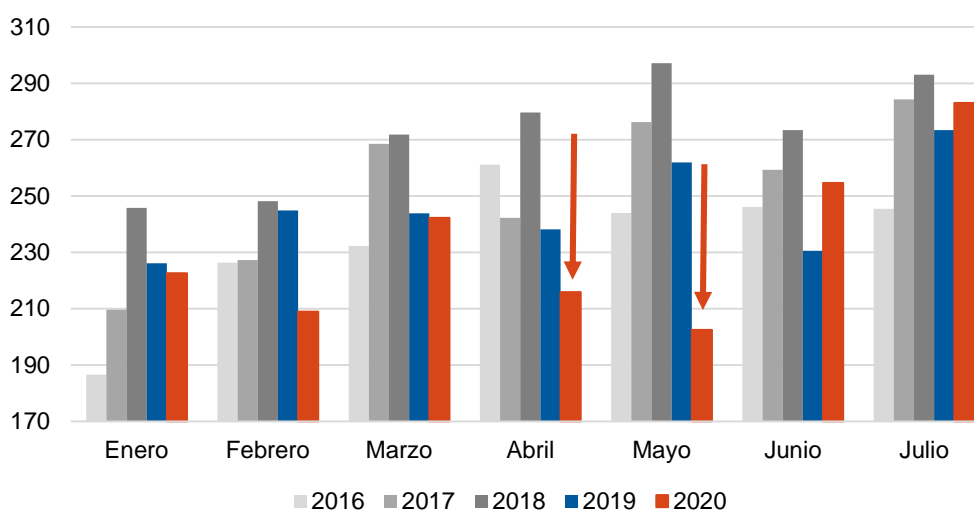
Dentro de España, la incidencia de la pandemia ha sido además desigual por territorios, de acuerdo con la evolución de los contagios en cada uno ellos. En importantes centros de consumo, como son Madrid y Barcelona, dicha incidencia ha sido elevada.

La afección de la pandemia a los pedidos de las bodegas, sobre todos los asociados al canal horeca, ha traspasado las fronteras, afectando a las exportaciones. En este sentido, una mayoría de bodegas ha tenido que hacer frente a alguna incidencia en sus ventas al exterior, principalmente por el cierre temporal de establecimientos de hostelería y restauración en otros países. Sin embargo, la variabilidad en la serie histórica de flujos mensuales de exportación de productos vitivinícolas, dificulta la cuantificación del impacto específico de la COVID-19 en los mismos (también condicionados por la gestión de stocks o el nivel de abundancia de las cosechas, entre otros)⁵⁴.

Con todo, el valor de las exportaciones españolas de productos vitivinícolas registró mínimos del último lustro en los meses de abril y mayo de 2020, situándose en los 202,4 millones de euros en ese último mes.

⁵⁴ Más allá del impacto de la pandemia, las exportaciones españolas de vino también están sujetas a otras fricciones comerciales. Entre ellas, cabe citar la incertidumbre en torno al potencial acuerdo comercial con el Reino Unido, tras el Brexit, o las barreras arancelarias impuestas por EE.UU.

Gráfico 14 – Evolución mensual de las exportaciones españolas de productos vitivinícolas, marzo – julio, 2016 - 2020 (millones de euros)

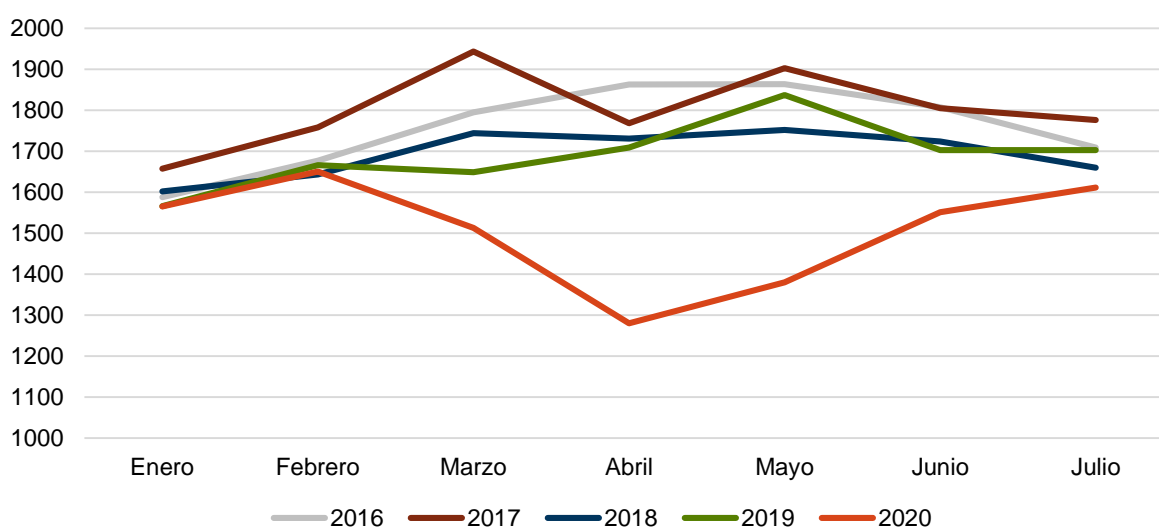


Nota: datos 2019 y 2020, provisionales. Último dato disponible, julio 2020.

Fuente: Afi, a partir de SEC

El tamaño del tejido empresarial exportador de productos vitivinícolas también se ha visto afectado desde el surgimiento de la pandemia en marzo. No en vano, el número de empresas exportadoras se ha situado en niveles mínimos de los últimos cinco años de forma consecutiva en los meses de marzo a julio de 2020. Así, en el mes de abril tan solo 1.280 empresas del sector contabilizaron operaciones de exportación, habiéndose elevado hasta las 1.611 exportadoras en el mes de julio (un 5,4% menos que en el mismo mes de 2019).

Gráfico 15 – Evolución mensual del censo de empresas españolas exportadoras de productos vitivinícolas, enero – julio, 2016 - 2020 (nº de empresas)



Nota: datos 2019 y 2020, provisionales. Último dato disponible, julio 2020.

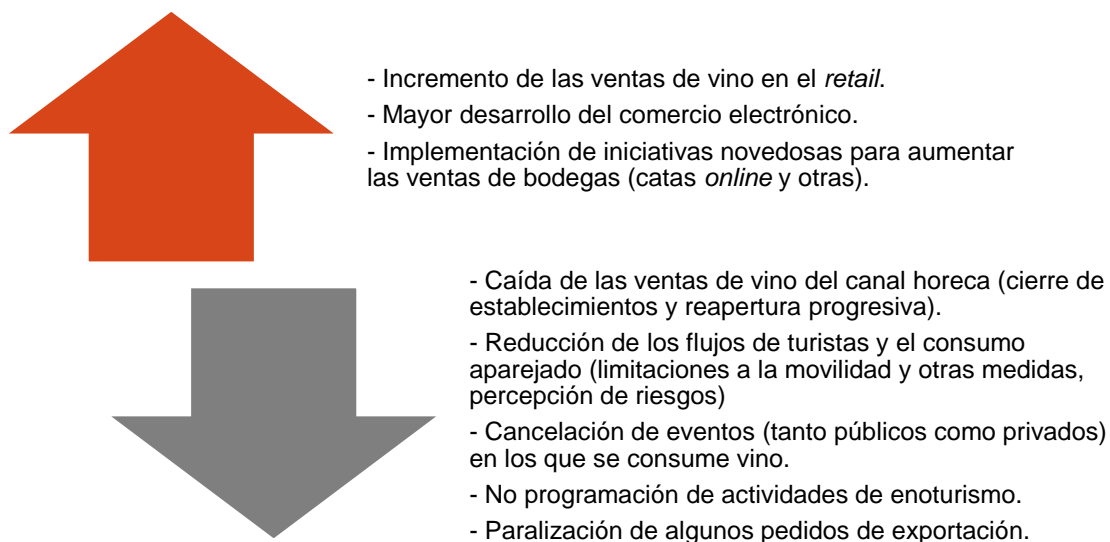
Fuente: Afi, a partir de SEC

Las exportaciones españolas de productos vitivinícolas marcaron mínimos en los meses de abril y mayo, y el censo de exportadores permanecía contraído en julio de 2020, aunque muestra señales de recuperación.

En paralelo, la caída de las ventas físicas ha llevado a algunas bodegas y establecimientos de comercio minorista especializados a implementar o desarrollar el canal *online* y/o las entregas a domicilio. Algunos Consejos Reguladores han habilitado plataformas digitales para facilitar las ventas *online* de las bodegas de su demarcación, así como también existen bodegas que han buscado innovar en acciones de promoción y de relación con el cliente, llevando a cabo iniciativas como las catas *online*.

Por otro lado, el enoturismo puede configurarse como una actividad atractiva para aquellos turistas que buscan lugares tranquilos, un mayor contacto con la naturaleza y otra serie de atributos que se conjugan bajo esta fórmula de turismo. Asimismo, habrá que observar si se consolidan algunos cambios en los hábitos de los consumidores y las empresas vitivinícolas impulsados por la crisis sanitaria, como por ejemplo el referido al comercio electrónico o la mayor presencia del vino en la cesta de la compra de los españoles registrada durante el confinamiento. También habrá que analizar si, en un contexto de recesión económica y mayor penetración del canal *online*, se revierte la tendencia que se venía observando en el mercado del vino hacia el consumo de productos *premium*, según Wine Intelligence⁵⁵.

Figura 10 – Principales canales de impacto inicial de la COVID-19 en el sector vitivinícola



Fuente: Afi

⁵⁵ Wine Intelligence (2020). “Global Trends in Wine 2020”. Actualización, marzo 2020.

El presente informe sobre la importancia económica y social del sector vitivinícola en España fue encargado por la Interprofesional del Vino de España (OIVE) a la consultora Afi, Analistas Financieros Internacionales, en base a la Orden Ministerial APA/806/2019, y gracias a las aportaciones de los operadores del sector vitivinícola español contempladas en la citada Orden.

OIVE es una organización sin ánimo de lucro que agrupa a las entidades representativas de la cadena de valor del sector vitivinícola español tanto de la rama de producción (1) como comercialización (2). Se constituye como un instrumento al servicio del sector para atajar sus debilidades a través de la unión y trabajo conjunto de los diferentes agentes que la forman.

(1) Cooperativas Agro-Alimentarias de España; Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (Asaja); Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) y Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA)

(2) Cooperativas Agro-Alimentarias de España; Federación Española del Vino (FEV) y Asociación Empresarial de Vinos de España (AEVE).

