

## V REUNIÓN DE ECONOMÍA MUNDIAL. SEVILLA, 2003

### Impactos económicos, sociales y territoriales de la globalización de los mercados del vino

Marta Soler Montiel

Dpto. Economía Aplicada II

Universidad de Sevilla

Correo electrónico: msoler@us.es

Tlf: 954-55 66 37

En las últimas dos décadas se han producido importantes cambios en los mercados internacionales del vino. En el contexto actual de globalización, la producción mundial vino decrece, pero ésta se destina cada vez más a los mercados internacionales pese a la caída del consumo. Por otra parte, el mapa de países productores está cambiando y nuevos países productores de vino como Australia, Sudáfrica, Chile o Estados Unidos (California) están siendo protagonista de la redefinición de la vitivinicultura actual.

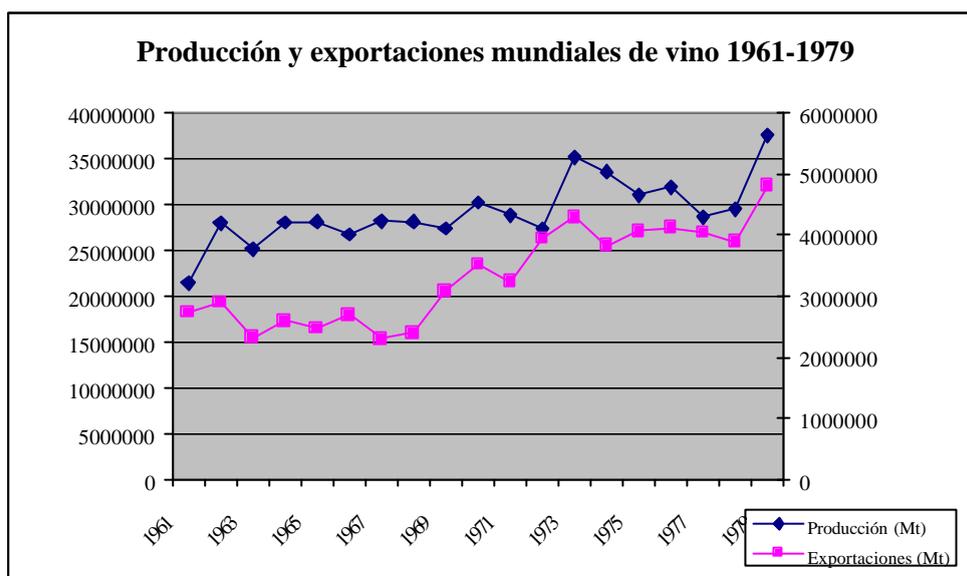
La importancia de estos nuevos espacios no es sólo cuantitativa sino sobre todo cualitativa, transformando las condiciones de competencia en el sector. El desarrollo de la vitivinicultura en estos espacios está vinculada a un nuevo modelo productivo que rompe con la tradición de los países europeos, Francia Italia y España sobre todo, líderes durante el periodo de expansión tras la segunda guerra mundial. El nuevo modelo vitivinícola está ejerciendo una importante presión competitiva en los espacios vitivinícola tradicionales y ello se está traduciendo e la reestructuración de la vitivinicultura europea con importantes repercusiones económicas, sociales y medioambientales.

La evolución de los mercados internacionales del vino desde la segunda guerra mundial hasta los años setenta se analizan en el primer apartado. A continuación se analizan los cambios en los mercados internacionales del vino en las últimas dos décadas, así como el conflicto entre los modelos productivos de los nuevos espacios y la Unión Europea. Finalmente, a modo de conclusión, se realiza una reflexión sobre los impactos económicos, sociales y territoriales que el proceso de globalización y reestructuración de los mercados del vino está teniendo en los sistemas vitivinícolas locales europeos.

#### **1) La expansión del mercado internacional del vino en el contexto del fordismo**

Según los datos de la FAO, la producción mundial de vino, en términos físicos, creció en los años sesenta a un ritmo anual medio del 3,5%, crecimiento que continúa aunque a menor

ritmo en los años setenta, creciendo un 2,4% anual. El aumento de la producción mundial de vino fue unida en este periodo al crecimiento de las exportaciones mundiales de vino, también en términos físicos, que aumentaron a una tasa del 4,6% anual en los años sesenta y un 4% en los setenta. Dicho crecimiento se sitúa en el contexto del intenso crecimiento de la economía en los principales países industrializados tras la segunda guerra mundial, periodo definido en término de la teoría de la regulación como periodo fordista<sup>1</sup> (Aglietta, 1979).



Fuente: elaboración propia. Dato FAOSTAT (FAO, 2002)

### 1.1. La expansión de la producción y las exportaciones de vino en el fordismo

La expansión de la vitivinicultura mundial en este periodo fue impulsado por un reducido número de países. La producción de vino ha estado históricamente muy concentrada en pocas regiones con las características climatológicas y edafológicas adecuadas para este cultivo. Esta concentración geográfica de la producción, reflejo de la dependencia natural de un producto cuasiagrario, se consolida durante este periodo fordista de expansión vinícola.

Los diez países mayores productores de vino aportaban el 83,5% de la producción mundial de vino en la década de los sesenta y el 85,4% en los setenta. Europa, y sobre todo los países

<sup>1</sup> El fordismo, como paradigma productivo, se define por la producción en masa de productos estandarizados, cuya rentabilidad se fundamentaba en unos costes medios decrecientes. La organización del trabajo fordista sigue los principios del taylorismo y los profundiza al combinarlos con los avances tecnológicos gestados en el período bélico que permitieron la semiautomatización de la cadena de montaje (Aglietta, 1979; Coriat, 1982). En el sistema agroalimentario, el fordismo se traduce en la transformación de los alimentos en productos no perecederos producidos en masa. La industrialización alimentaria se basa en la modernización de la agricultura, con crecientes rendimientos productivos.

mediterráneos, eran ya a principios de los sesenta la principal área vinícola del mundo, aportando más del 70% de la producción mundial, protagonismo que mantiene aunque con una ligera disminución<sup>2</sup>.

### **Cuadro 1. Expansión de la producción mundial de vino 1961-1980**

(% tasas de crecimiento medias anuales)

<b>Países</b>	<b>Años 60</b>	<b>Años 70</b>
Italia	3,4	1,8
Francia	5,4	1,7
Argentina	4,1	1,5
España	3,4	7,1
URSS	12,9	3,7
Portugal	8,1	7,0
Estados Unidos	8,8	2,5
Alemania	10,1	7,0
Rumania	6,0	7,4
Yugoslavia	3,6	3,5
<b>Total 10 países</b>	<b>4,2</b>	<b>2,2</b>
<b>Total mundo</b>	<b>3,5</b>	<b>1,8</b>

Fuente: elaboración propia, datos de FAOSTAT (FAO, 2002)

La expansión de la vitivinicultura durante el fordismo profundizó la especialización productiva vitivinícola de los países guiada por la creciente rentabilidad de este mercado. Fueron los mayores productores tradicionales los que impulsaron la expansión vitivinícola creciendo su producción a tasas que doblaban la media de la producción mundial (cuadro 1).

La expansión de la producción de vino fue unida al crecimiento de las exportaciones coincidiendo la geografía de la producción con la geografía de las exportaciones, aunque con una orientación exportadora desigual en los países productores. Los países que actualmente integran la Unión Europea pasaron de exportar en los años sesenta en torno al 6,5% de su producción a exportar el 14% en los años setenta. Esta creciente vocación exportadora se dio sobre todo en los principales productores como Italia, que pasa de exportar el 3,3% de su producción al 17%, Francia, pasa del 6% al 10%, España, del 9% al 15% y Alemania, país con menor tradición productiva pero donde la orientación exportadora crece en mayor medida, pasó de exportar el 3,6% al 13,7% de su producción. Ello pone de manifiesto una creciente desvinculación de la producción de vino de los mercados locales y regionales.

<sup>2</sup> En los años sesenta, el 73% de la producción mundial de vino se producía en Europa. Un 65,5% en los países actualmente integrantes de la Unión Europea, destacando Italia que producía el 24% del vino mundial, Francia (23%) y, en menor medida, España (9,5%) y Portugal (4%). Los países de Europa del Este producían en estos años el 7,5% del vino mundial, siendo los principales productores Rumania (2%) y Yugoslavia (2%) y en menor medida, Hungría o Bulgaria. En los años setenta, Europa aportaba el 70% de la producción mundial. Este ligero descenso del peso de la vitivinicultura europea se debió sobre todo al crecimiento de la producción de vino en países como la URSS y Estados Unidos durante los años sesenta.

Aunque la geografía del comercio internacional del vino no coincide totalmente con la de la producción, en este periodo, los principales países productores europeos, sobre todo Francia, Italia y en menor medida España, se consolidan como los mayores exportadores mundiales<sup>3</sup>, como ponen de manifiesto los datos recogidos en el cuadro 2.

**Cuadro 2. Principales países exportadores de vino 1961-1980 (% medios)**

Países	Cantidades físicas (%)		Valores monetarios (%)	
	Años 60	Años 70	Años 60	Años 70
Italia	7,7	29,7	8.1	17.9
Francia	13,6	16,7	28.8	35.8
Argelia	35,4	12,1	20.4	4.6
España	8,4	11,3	7.3	8.9
Bulgaria	4,7	5,7	7.2	4.6
Portugal	8,2	4,5	7.0	5.8
Hungría	2,4	4,1	3.8	4.5
Alemania	0,8	2,5	2.7	5.6
Rumania	1,7	2,1	2.4	2.9
Yugoslavia	1,6	1,9	1.2	1.1
<b>Total 10 países</b>	<b>84,6</b>	<b>90,5</b>	<b>88,9</b>	<b>91,7</b>

Fuente: Elaboración propia, FAOSTAT (FAO, 2002)

Las exportaciones de vino en este periodo se caracterizaron por una elevada concentración geográfica, superior a la de la producción, y que también se agudizó a medida que se expandían los mercados. La concentración en el comercio internacional del vino se hace especialmente evidente en términos monetarios, lo que muestra además que no todos los países productores y exportadores se beneficiaron en igual medida de la expansión de los mercados internacionales del vino. Países como Francia y en menor medida Alemania se caracterizan por una participación mayor en términos monetarios que en términos físicos en el mercado internacional de vino, lo que pone de manifiesto su poder comercial y la especialización en vinos de calidad y con marcas.

Francia, país con larga tradición vitivinícola, había desarrollado desde principios de siglo una regulación muy estricta de su vitivinicultura basada en el control de calidad y la promoción de

<sup>3</sup> El predominio europeo y, sobre todo francés es aun mayor que lo que indican las cifras si se tiene en cuenta que las exportaciones argelinas se destinaban casi exclusivamente al mercado francés para la mezcla con vinos locales para su posterior exportación por empresas bodegueras francesas. La vitivinicultura de Argelia se desarrolló a principios del siglo XX siendo colonia francesa como intento de superar la crisis de producción causada por la filoxera. A principios de los sesenta, más del 40% de las exportaciones mundiales eran vino argelino con destino a Francia y la producción de vino argelino representaba en torno al 5% de la producción mundial. La independencia de Argelia en 1962 y el temor francés a un fuerte desequilibrio del mercado nacional impulsó la firma de los Acuerdos de Evian, vigentes hasta 1970, que garantizaban la continuidad de las exportaciones de vino argelino. Durante los años sesenta ya comenzó a producirse la sustitución de las importaciones francesas de vino argelino por vino italiano, favorecida por la Comunidad Económica Europea (Niederbacher, 1983). A finales de los años setenta, la producción de vino de Argelia representaba menos del 1% en continuo descenso.

los vinos con denominación de origen. Además, ya contaba con el prestigio y la tradición en el comercio internacional consolidado durante el siglo XIX. Ello contribuyó a que los vinos franceses se beneficiaran especialmente del fuerte crecimiento del comercio internacional, convirtiéndose en los líderes del mercado. En los años setenta las exportaciones francesas de vino representaban el 16,7% del total mundial en cantidades pero el 35,8% de las exportaciones en valor monetarios. La industria vitivinícola francesa era sin duda la más rentable.

En Alemania, país con escasa tradición vitivinícola dadas las adversas condiciones climatológicas<sup>4</sup>, se produce en estos años tanto la expansión de la producción de vino como de las exportaciones<sup>5</sup>. El aumento de la producción se basó en la práctica de la chaptalización consistente en elevar de forma artificial el nivel de sacarosa del mosto, mediante la mezcla con mostos concentrados o añadiendo directamente azúcar al mosto para hacer posible la fermentación. Esta práctica, tradicional en los países septentrionales, abarata la producción de vino y facilita el aumento de la producción en respuesta al mercado ya que supone una menor dependencia agraria de la producción de vino<sup>6</sup>. Sin embargo, las exportaciones de vino alemán crecieron a mayor ritmo que la producción consolidando además su cuota de mercado en términos de valor monetario<sup>7</sup>. Ello pone de manifiesto el poder de comercialización de las empresas alemanas tanto para los vinos propios y la reexportación. En los años setenta, Alemania era el séptimo productor y exportador mundial en términos físicos pero el cuarto en términos monetarios.

Los restantes países exportadores se caracterizaban por un menor peso de sus exportaciones en términos monetarios que en cantidades físicas, como es el caso de España, el tercer productor y exportador mundial, sin considerar el caso particular de Argelia. Ello pone de manifiesto que el crecimiento de las exportaciones de vino español se centró en la venta de vino a granel sin marca, con menor desarrollo de las denominaciones de origen y las marcas.

---

<sup>4</sup> Las escasas horas de sol en estas latitudes implica la escasa maduración del fruto y la escasez de azúcar en la uva para su fermentación y transformación en vino.

<sup>5</sup> La producción de vino en Alemania creció a una tasa media anual del 10% durante los años sesenta y del 7% durante los setenta, tasas de crecimiento muy por encima de la media mundial y de la de los principales países

<sup>6</sup> La chaptalización es una práctica productiva que se incluye en el concepto de "procesos de sustitución" que Goodman y Redcliffe (1991) identifican como uno de los principales definidores del proceso de industrialización agraria y alimentaria en este periodo. Los inputs agrarios son sustituidos por inputs industriales de menor coste y susceptibles de producción en masa impulsando el desarrollo de los "alimentos fabricados" cada vez menos dependientes de los límites biológicos que la naturaleza impone a la producción agraria.

<sup>7</sup> Las exportaciones de vino alemán crecieron a una tasa anual media del 11,9% en los años sesenta y del 16,8% en los setenta, pasando de representar el 0,8% de las exportaciones mundiales en cantidad al 2,5%, mientras que el peso de sus exportaciones en valor alcanzaban en doble de peso (cuadro 2).

Sin embargo, el desarrollo de la vitivinicultura fordista en los países europeos tuvo rasgos comunes, resultado tanto de una larga historia vitivinícola como de los cambios de posguerra. No se dispone de espacio para analizar este proceso, pero resulta fundamental señalar que en el crecimiento de la producción de vino en Europa fue unido a la consolidación de las denominaciones de origen, rasgo definitorio de la vitivinicultura europea.

Una de las características más importantes de las denominaciones de origen es la fuerte vinculación con el territorio o arraigo local que dicha regulación confiere a la actividad productiva y económica. La regulación de las denominaciones de origen está inspirada en la doctrina jurídica naturalista francesa que defiende la necesidad de una doble vinculación entre el nombre geográfico y el producto. Esta doble vinculación con el territorio se concreta en la delimitación de la zona de producción de la uva y el vino y la obligación de compra local para las bodegas. Además implica la obligación de localizar la fase industrial de transformación en la zona. Esta vinculación tiene una gran transcendencia económica y social. Por una parte, la vinculación productiva se traduce en la fijación local del empleo generado, tanto agrario como industrial, directo e indirecto. Por otra parte implica que el valor añadido generado por estos vinos se reparta obligatoriamente entre los agricultores y los bodegueros locales. Esta última situación se traduce en una mayor estabilidad en las rentas de los viticultores, ya que la denominación de origen implica una protección contra el riesgo de deslocalización en el abastecimiento de la materia prima, aunque también obliga a la venta de la uva. Ello a su vez va unido a mayores precios de la uva.

Esta obligación de compra entre bodegueros y viticultores no está exenta de conflicto por el reparto del valor añadido que se centra en el precio de la uva y en el momento en el que se materializa la compra por parte de las bodegas. Pese a los conflictos entre viticultores y bodegueros por el reparto del valor añadido, la vinculación productiva que implica la denominación de origen funciona como un “contrato social” territorializado entre viticultores y bodegueros que presiona hacia soluciones negociadas sobre el reparto del excedente.

## 1.2. La demanda de vino en el periodo fordista

La fuerte concentración de las ventas de vino en un número reducido de mercados es otra característica estructural del mercado internacional del vino que se consolida en este periodo. En los años sesenta, diez países concentraban el 81,8% de las importaciones mundiales en cantidades físicas y el 81,5% en términos monetarios. En los años setenta, estos porcentajes se elevan a 83,7% y 85% respectivamente (cuadro 3).

**Cuadro 3. Principales países importadores 1961-1980 (% medios)**

Países	Cantidades físicas (%)		Valores monetarios (%)	
	Años 60	Años 70	Años 60	Años 70
Alemania	19,3	21,3	14,2	16,3
Francia	35,2	17,8	23,8	8,7
URSS	8,1	18,1	10,4	14,9
Reino Unido	4,8	7,3	10,8	11,6
Estados Unidos	1,9	5,4	8,5	12,3
Suiza	5,8	5,3	5,0	5,2
Bélgica-Luxemb.	3,4	3,6	3,9	5,8
Holanda	1,9	3,3	2,0	4,5
Canadá	0,6	1,7	1,6	2,8
Dinamarca	0,6	1,2	1,0	1,6
<b>Total 10 países</b>	<b>81,8</b>	<b>84,9</b>	<b>81,5</b>	<b>83,7</b>

Fuente: elaboración propia, datos FAOSTAT (FAO, 2002)

El fuerte crecimiento de las exportaciones de vino se basó pues en el intenso incremento de la demanda de vino en un número reducido de países. La causa de este fuerte aumento del consumo en masa de vino está directamente relacionado con el proceso de intensa industrialización en estos países iniciado tras la Segunda Guerra Mundial en el contexto del modo de regulación fordista.

La producción en masa requería de un consumo en masa para mantener y ampliar el ciclo económico. Ello exigía la generalización del consumo a un mayor segmento social, lo que se articuló a través de una relación salarial pactada (Aglietta, 1979) o pacto keynesiano entre capital y trabajo arbitrado por el estado<sup>8</sup>. En esta etapa, la clase trabajadora se convierte por primera vez en la historia en la principal fuerza de consumo como resultado de unas condiciones laborales estables y de unas remuneraciones salariales crecientes. Se garantizaba así la estabilidad social e institucional neutralizándose el conflicto empresario-trabajador e integrando en el mercado a la clase trabajadora vía consumo (Alonso y Corominas, 1995).

<sup>8</sup> Este pacto, se concretó por una parte, en unas relaciones laborales estables canalizadas a través de la negociación colectiva y por otra en el "estado del bienestar" asumiendo el estado el papel de suministrador de servicios públicos. Se daba así respuesta, además, a las fuertes reivindicaciones laborales de los movimientos obreros, neutralizando la agudización del conflicto capital-trabajo.

**Cuadro 4. Consumo de alcohol en países no productores de vino 1961-1980**

<b>Consumo per cápita de vino (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1961</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>
<b>Alemania</b>	12,2	16,0	25,5
<b>Reino Unido</b>	1,8	2,9	7,2
<b>Estados Unidos</b>	3,5	4,9	7,9
<b>Suiza</b>	36,7	41,9	47,4
<b>Bélgica</b>	8,6	14,2	20,6
<b>Holanda</b>	2,3	5,2	12,8
<b>Canadá</b>	2,2	3,7	8,2
<b>Dinamarca</b>	3,3	5,9	14,0

<b>Consumo per cápita de cerveza (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1961</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>
<b>Alemania</b>	101,6	141,1	145,9
<b>Reino Unido</b>	89,2	103,0	118,3
<b>Estados Unidos</b>	56,9	70,0	92,0
<b>Suiza</b>	68,5	78,5	69,0
<b>Bélgica</b>	115,4	132,4	131,3
<b>Holanda</b>	26,4	57,4	96,3
<b>Canadá</b>	60,3	70,8	84,9
<b>Dinamarca</b>	75,5	108,5	121,6

<b>Consumo de bebidas espirituosas (litros de alcohol puro)</b>			
<b>País</b>	<b>1961</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>
<b>Alemania</b>	2,1	3,0	3,0
<b>Reino Unido</b>	0,8	0,9	1,8
<b>Estados Unidos</b>	2,1	2,9	3,1
<b>Suiza</b>	1,6	1,9	2,0
<b>Bélgica</b>	0,7	1,3	2,8
<b>Holanda</b>	1,2	2,0	2,7
<b>Canadá</b>	1,5	2,1	3,1
<b>Dinamarca</b>	0,7	1,3	1,5

Fuente: World Drink Trends (2000)

Es este consumo de masas, fundamental para mantener el proceso de industrialización fordista, el que impulsó el crecimiento de la demanda de vino en estos países. En los países ricos sin tradición vitivinícola, históricamente el vino se había consagrado como un producto exótico y símbolo del prestigio y el poder de las clases dirigentes (Unwin, 1991). Por ello, desde tiempo muy temprano, en estos países el vino era una mercancía objeto de comercio con un valor monetario alejado de su valor de uso como producto alimentario. Sin embargo, este comercio se había restringido a cantidades muy limitadas de un reducido número de vinos susceptibles de ser transportados a larga distancia.

El aumento de las rentas de la clase trabajadora se tradujeron en una creciente demanda de productos que como el vino habían estado hasta el momento fuera del alcance de la mayor parte de la población, sobre todo, en los países no productores. Esta demanda estimuló el desarrollo de la producción vitivinícola y a su vez la creciente disponibilidad de vino en masa abarataba su precio y contribuía a la generalización del consumo. Como indican los datos recogidos en el cuadro 4, el aumento del consumo de vino en en los principales países industrializados que no eran productores tradicionales de vino fue unido a un aumento general del consumo de otras bebidas alcohólicas tradicionalmente producidas en estos países. Tanto el consumo de cerveza como de bebidas espirituosas<sup>9</sup> creció en estos años impulsado por el proceso de industrialización fordista.

**Cuadro 5. Consumo de alcohol en países productores tradicionales de vino 1961-1980**

<b>Consumo per cápita de vino (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1961</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>
<b>Francia</b>	126,1	109,1	91,0
<b>Italia</b>	108,2	113,7	92,9
<b>España</b>	52,5	61,5	64,7
<b>Consumo per cápita de cerveza (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1961</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>
<b>Francia</b>	37,2	41,3	44,3
<b>Italia</b>	6,1	11,3	16,7
<b>España</b>	13,3	38,5	53,4
<b>Consumo per cápita de bebidas espirituosas (litros alcohol puro)</b>			
<b>País</b>	<b>1961</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>
<b>Francia</b>	2,17	2,3	2,5
<b>Italia</b>	1,2	1,8	1,9
<b>España</b>	2,25	2,3	3,2

Fuente: World Drink Trends (2000)

La creciente disponibilidad de bebidas alcohólicas en los países industrializados también afectó los hábitos de consumo de los principales países productores tradicionales de vino, aunque de distinta forma como indican los datos del cuadro 5. En los años sesenta, el

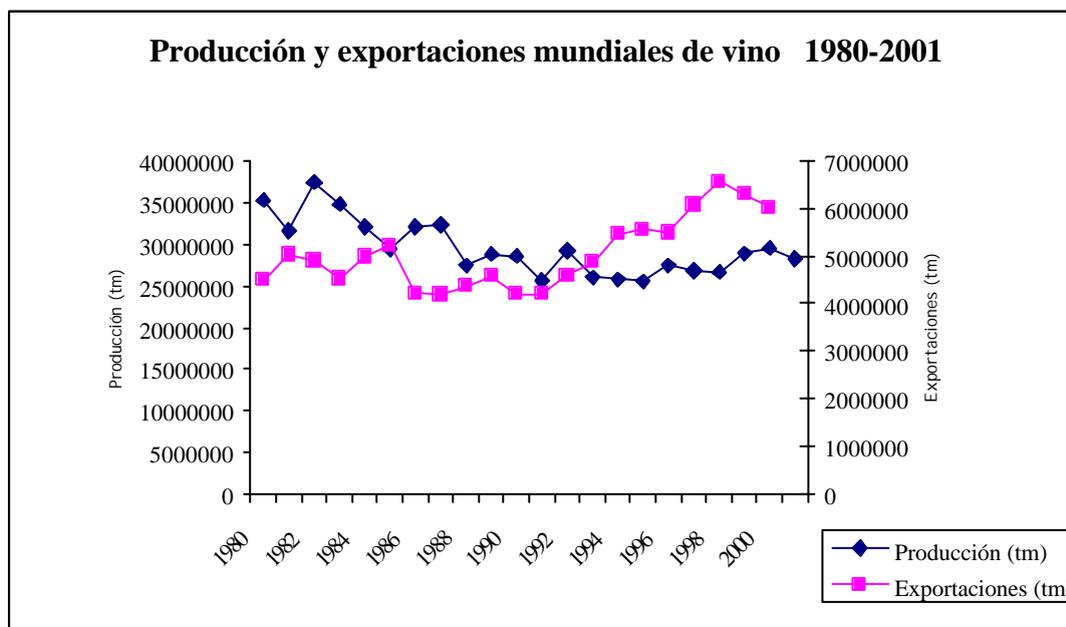
<sup>9</sup> La producción de estas bebidas se vió afectada en mayor medida que el vino por el proceso de industrialización fordista. El vino continuó siendo un proceso semiartesanal y fuertemente dependiente de la naturaleza, manteniendo un carácter agrario. Por el contrario, la cerveza se caracterizaba por la importación de la inversión de capital en el proceso productivo y el predominio de la producción en masa. Por ello esta industria vivió, tras la Segunda Guerra Mundial, una etapa de fuerte expansión y concentración industrial. Proceso similar siguen las bebidas espirituosas cuyo proceso productivo está sujeto a economías de escala y su localización no tiene una dependencia natural tan fuerte como el vino, lo que permite su acercamiento al consumo urbano. El crecimiento de la producción y el consumo de cerveza y espirituosos se centró inicialmente en los países industrializados productores tradicionales como Alemania, Reino Unido, Holanda, Dinamarca o Bélgica, aumentando el consumo per cápita.

consumo de vino en los países productores tradicionales comienza a decrecer como resultado de un proceso de sustitución por la cerveza<sup>10</sup>. El consumo de bebidas espirituosas se mantiene, sin embargo, estable aunque esconde, en el caso de Francia e Italia, el comienzo de la sustitución de los aguardientes locales por otros espirituosos de importación.

En estos países, el vino había formado parte desde siempre de la dieta habitual de la población en general. Producto esencial de la trilogía agraria mediterránea, el vino, valorado por su aporte calórico y su carácter no perecedero, había sido consumido en grandes cantidades en estos países como producto alimentario. Consumo que se había concentrado tradicionalmente en los vinos comunes o de mesa de producción local y bajo precio. En los años sesenta, el vino deja definitivamente de ser valorado en los países vitivinícolas por su valor de uso como producto alimentario y consolida su posición como producto rentable crecientemente orientado a la exportación.

## 2) Cambios en los mercados internacionales del vino en las últimas dos década

Desde principios de los años ochenta hasta la actualidad se registra un cambio de tendencia estructural en los mercados internacionales de vino. Mientras la producción mundial se reduce en términos globales, la orientación exportadora aumenta (gráfico 2).



<sup>10</sup> En España en los años sesenta el consumo de vino aun crece. Ello se debe a la tardía industrialización y aumento del consumo de vino en los años de la autarquía franquista.

Es decir, se asiste a una crisis de producción en los años ochenta afecta también al comercio internacional, pero que en los años noventa va unida a un auge del comercio internacional del vino. Estas tendencias indican importantes cambios en los mercados internacionales del vino tanto por el lado de la demanda como de la oferta que se analizan a continuación.

## 2.1. Los cambios en la demanda de vino desde los años ochenta

En las últimas dos décadas la geografía de las importaciones mundiales de vino ha continuado concentrada en los mismos países industrializados que impulsaron el crecimiento de la producción y la exportación en el periodo fordista. Si en los años ochenta, las tendencias nacionales no son homogéneas<sup>11</sup>, en los noventa el crecimiento, aunque a distinto ritmo, es generalizado en todos los países, excepción Suiza donde las compras se estancan<sup>12</sup>.

**Cuadro 6. Principales países importadores 1981-2000 (% medios)<sup>13</sup>**

Países	<u>Cantidades físicas (%)</u>		<u>Valores monetarios (%)</u>	
	Años 80	Años 90	Años 80	Años 90
Alemania	23,7	20,5	16,6	15,6
Reino Unido	11,8	14,7	15,9	19,2
Francia	12,3	11,1	4,7	4,4
Estados Unidos	8,2	6,5	17,2	14,1
URSS (*)	9,3	4,9	9,3	2,6
Bélgica-Luxemb.	4,3	4,7	5,5	6,4
Holanda	4,5	4,3	5,0	4,8
Suiza	4,8	3,6	5,4	5,2
Canadá	2,9	3,4	3,2	3,6
Dinamarca	2,1	2,8	2,1	2,9
Japón	1,2	2,5	2,2	5,2
<b>Total 11 países</b>	<b>85,1</b>	<b>79,0</b>	<b>87,1</b>	<b>84,0</b>

(\*) A partir de 1992 incluye sólo datos de la Federación de Rusia

Fuente: elaboración propia, datos FAOSTAT (FAO, 2002)

Tradicionalmente, el Reino Unido se ha caracterizado por ser el mercado más internacional del vino y en el contexto de la globalización esta característica se profundiza, por ello los cambios en este mercado nos pueden servir como indicador de la dinámica global. De hecho, las importaciones británicas de vino no dejan de crecer desde principios de los ochenta en un contexto de fuerte aumento del consumo per cápita de vino<sup>14</sup>, en

<sup>11</sup> En los ochenta, las importaciones de vino crecieron en el Reino Unido (a una tasa anual media del 6,3%), Bélgica y Luxemburgo (1,8%), Holanda (1,9%), Canadá (3,3%), Dinamarca (5,6%) y Japón (12,6%). Sin embargo, disminuyen o se estancan en Alemania (-0,2%), Francia (-1,2%), Estados Unidos (-3,4%), la URSS (-10,9%) y Suiza (-2%) (cálculos a partir de datos de la FAO).

<sup>12</sup> En la década de los noventa, las importaciones de vino crecieron a un ritmo del 0,6% anual en Alemania y Francia, 1,6% en Holanda, 2,6% en Bélgica y Luxemburgo, 3,7% en el Reino Unido, 5,2% en Canadá, 5,1% en Dinamarca, 7,1% en Estados Unidos, 13,4% en Japón y 15,6% en Rusia.

<sup>13</sup> En este cuadro se han incluido los once principales países en lugar de los diez ya que no coincide el ranking en términos físicos y en términos monetarios. Así, las importaciones en cantidad de Japón tan sólo representan el 2,5%, pero en términos monetarios el 5,2%, siendo el sexto importador mundial.

<sup>14</sup> El consumo de vino en el Reino Unido se dobla a lo largo de las dos décadas, pasando de 7,2 l.p.c.a a 14,5 l.

detrimento de la cerveza, la bebida local (cuadro 7). Las importaciones de vino del Reino Unido se han centrado históricamente en los vinos franceses, aunque también han tenido gran importancia los italianos, alemanes y en menor medida los españoles. Sin embargo, en los últimos años se han producido importantes cambios en el origen de las importaciones, siendo el principal el crecimiento acelerado de las importaciones de vino australiano, aunque también han crecido las importaciones de vinos californianos, sudafricanos y chilenos<sup>15</sup>.

**Cuadro 7. Consumo de alcohol en países no productores de vino 1980-1998**

<b>Consumo per cápita de vino (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Alemania</b>	25,5	26,1	22,9
<b>Reino Unido</b>	7,2	11,6	14,5
<b>Estados Unidos</b>	7,9	7,7	7,6
<b>Suiza</b>	47,7	49,4	43,6
<b>Bélgica</b>	20,6	24,9	24,9
<b>Holanda</b>	12,8	14,5	18,6
<b>Canadá</b>	8,2	8,9	8,9
<b>Dinamarca</b>	14	21,3	29,8
<b>Consumo per cápita de cerveza (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Alemania</b>	145,9	142,9	127,5
<b>Reino Unido</b>	118,3	113,2	99
<b>Estados Unidos de América</b>	92	90,8	84,4
<b>Suiza</b>	69	69,8	58,6
<b>Bélgica</b>	131,3	120,7	94,5
<b>Holanda</b>	96,3	87,7	84,2
<b>Canadá</b>	84,9	77,4	68,0
<b>Dinamarca</b>	121,63	123,64	101,9
<b>Consumo de bebidas espirituosas (litros de alcohol puro)</b>			
<b>País</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Alemania</b>	3,05	2,23	2,0
<b>Reino Unido</b>	1,78	1,7	1,5
<b>Estados Unidos</b>	3,07	2,27	1,85
<b>Suiza</b>	2,05	1,78	1,44
<b>Bélgica</b>	2,37	1,2	1,13
<b>Holanda</b>	2,72	1,98	1,98
<b>Canadá</b>	3,14	2,25	1,8
<b>Dinamarca</b>	1,48	1,31	1,12

Fuente: World Drink Trends (2000)

<sup>15</sup> En 1999, el 15% del vino consumido en el Reino Unido era australiano, mientras los vinos chilenos y sudafricanos representaban un 6% del consumo cada uno, mientras en 1993 apenas alcanzaban el 1% del mercado. Los vinos australianos y neozelandeses alcanzaban en el Reino Unido mayores precios medios que los vinos franceses, italianos o españoles (Rachman, 1999).

Mientras que el consumo de vino total continúa creciendo, el consumo de bebidas locales como la cerveza disminuye en un proceso de sustitución de bebidas y no de crecimiento de ambas en contraposición a la etapa anterior. Esta es una tendencia general que se produce en los países industrializados que no son productores tradicionales de vino (cuadro 7).

Los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas en los países productores de vino evolucionan en sentido contrario. Estos cambios determinan la evolución del consumo del vino en su conjunto ya que estos países siguen siendo los principales consumidores de vino<sup>16</sup> (cuadro 8). En los últimos años en estos países se profundiza el proceso de sustitución de bebidas alcohólicas iniciado tras la segunda guerra mundial. Continúa la caída del consumo de vino a la vez que crece el de cerveza (excepto en Francia). La caída del consumo de espirituosos esconde la sustitución de espirituosos locales por bebidas globales como whisky, vodka o ron.

**Cuadro 8. Consumo de alcohol en países productores de vino 1980-1998**

<b>Consumo per cápita de vino (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Francia</b>	91,0	72,7	58,1
<b>Italia</b>	92,9	62,5	52,0
<b>España</b>	64,7	37,4	35,6
<b>Consumo per cápita de cerveza (litros)</b>			
<b>País</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Francia</b>	44,3	41,5	38,6
<b>Italia</b>	16,7	25,1	26,9
<b>España</b>	53,4	71,9	66,4
<b>Consumo per cápita de bebidas espirituosas (litros alcohol puro)</b>			
<b>País</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Francia</b>	2,5	2,5	2,4
<b>Italia</b>	1,9	1,0	0,6
<b>España</b>	3,2	2,7	2,5

Fuente: World Drink Trends (2000)

Se profundiza así el proceso iniciado en la etapa fordista por el que el vino deja definitivamente de ser un producto alimenticio consumido cotidianamente y vinculado a mercados locales y se consolida como mercancía orientado al mercado, sobre todo internacional. Tanto en los países productores como en los importadores, el vino es consumido de forma ocasional como producto de lujo asociado a momentos de ocio y con un fuerte poder simbólico creado activamente por las estrategias de publicidad y marketing.

<sup>16</sup> Algunos países importadores han superado ya a los principales productores, como es el caso de Luxemburgo que en 1998 era el país con mayor consumo per cápita con 64,5 litros, Suiza el quinto con 40,9 litros o Austria el octavo con 34,3 litros, según los datos de OIV. Sin embargo, los principales países productores además de mantener elevados consumos per cápita son países grandes en población.

La profundización de este cambio en el consumo de vino durante los años ochenta y noventa explica la quiebra del consumo en los principales países productores asociada a mercados locales y regionales que se traduce en la caída general del consumo de vino en el mundo. Sin embargo, en los últimos años esta tendencia regresiva parece revertir (cuadro 9). Este repuntar del consumo de vino es el resultado de pautas de consumo muy distintas respecto a la etapa precedente, ya que cada vez más está vinculado al comercio internacional<sup>17</sup>. Este consumo de vino se centra en vino embotellado y con marca de elevado precio, el denominado "premium", mientras que el vino de mesa a granel sin marca ni la protección de denominaciones de calidad queda excluido del mercado.

**Cuadro 9. El consumo mundial de vino 1976- 1998 (miles hls)**

<b>Años</b>	<b>Consumo (miles hls)</b>	<b>Diferencia (%)</b>
<b>1976-80</b>	285.746	
<b>1981-85</b>	280.718	-1,7%
<b>1986-1990</b>	239.889	-14,5%
<b>1991-1995</b>	223.057	-7,0%
<b>1996</b>	219.812	
<b>1997</b>	219.948	-0,06%
<b>1998</b>	223.787	1,7%

Fuente: OIV (2000)

El fuerte crecimiento del consumo de bebidas alcohólicas durante el periodo fordista se tradujo en la saturación del mercado de alcohol vinculado al límite biológico de todo consumo alimentario. Ello lleva, en la actualidad, a una creciente competencia no sólo en el mercado de un mismo producto, sino también entre las distintas bebidas alcohólicas por un consumo de alcohol en conjunto estancado. En respuesta a esta situación, una de las estrategias más importantes de las empresas de bebidas alcohólicas ha sido la internacionalización. Así el comercio internacional de bebidas alcohólicas se multiplicó por cuatro entre 1961 y 1996 siendo especialmente intenso el crecimiento en los años noventa (Spahni, 1999). El mayor crecimiento del comercio internacional de alcohol se ha centrado en la cerveza y los espirituosos que han desplazado en importancia al vino en los mercados internacionales. Si en 1961 el vino representaba el 73% del volumen de alcohol comercializado internacionalmente en 1996 representaba el 39% en volumen y el 43% en valor. La cerveza, sin embargo, pasa de representar el 18% al 43% en volumen, aunque el 18% en valor, mientras que los espirituosos

<sup>17</sup> Los principales países productores continúan siendo, sin embargo, los principales consumidores y además centran su consumo en la producción nacional de vino, siendo las importaciones inferiores al 10%. Esta situación es común a los productores tradicionales y a los nuevos productores, como Australia. Solo Alemania y Estados Unidos son dos importantes productores con niveles de importación de vino significativas. Por tanto, resulta

pasan de representar el 8% del volumen de alcohol al 18%, llegando en valor a presentar el 39%. Esta caída de la importancia relativa del vino en el comercio internacional del alcohol indica la creciente presión competitiva existente en estos mercados que se ha traducido además en una fuerte reestructuración productiva en las distintas industrias.

## **2.2. Los cambios en la producción y exportación de vino en la globalización**

El freno en el crecimiento del consumo del vino unido al fuerte aumento de la producción en el periodo precedente explican la evolución regresiva de la producción mundial desde los años ochenta, pero no explica la creciente tendencia exportadora (gráfico 2). Por otra parte, hay que tener en cuenta los importantes cambios en la geografía de la producción.

La reducción de la producción mundial en los años ochenta se debió esencialmente a la caída de la producción en los principales países productores mundiales como Francia e Italia en el contexto del ajuste productivo que se estaba produciendo en la vitivinicultura en la Comunidad Económica Europea<sup>18</sup>. La desintegración del bloque soviético también tuvo una repercusión negativa en la producción mundial de vino. También disminuye la producción en Argentina, mientras España se mantiene estable<sup>19</sup>. Sin embargo, simultáneamente, la producción de vino crece con rapidez en otros países con menos tradición vitivinícola. Así, la producción de vino en Alemania creció a una tasa anual media del 18% en los años ochenta y en China creció a ritmo anual del 15%.

Esta senda de crecimiento se generaliza en los años noventa a todos los grandes países productores, con la excepción de Italia<sup>20</sup>. Sin embargo, los países donde se produce el mayor crecimiento de la producción son nuevos espacios vitivinícolas que en la etapa anterior habían tenido una escasa relevancia mundial. El mayor crecimiento se registra en China con unas tasas de crecimiento anual medio del 14,5% resultado de la creciente liberalización de su

---

arriesgado hablar de globalización de los mercados del vino, aunque sí se constata una creciente internacionalización.

<sup>18</sup> La modernización agraria unida a la regulación productivista de la PAC llevó a una fuerte crisis de sobreproducción ya en los años setenta que se tradujo en un cambio en la regulación del vino cuyo objetivo prioritario sería la reducción de la oferta. El cambio de política no resultó sin embargo totalmente efectivo ya que la reducción de la superficie fue parcialmente compensada con el aumento de los rendimientos del viñedo y la sobreproducción se veía agravada por la continua caída del consumo en los principales países productores.

<sup>19</sup> La reducción de la producción se produjo en la primera mitad de los años ochenta, antes de la entrada en la CEE, mientras que a finales de los ochenta en el contexto de la integración europea la producción de vino en España crece y lleva a la sobreproducción. En la primera mitad de los años noventa la producción disminuye pero se compensa con el crecimiento en los últimos años de los noventa.

<sup>20</sup> Los estímulos productivistas del periodo fordista y las dificultades de la PAC para modificar dicha estructura productiva lleva a una fuerte crisis de excedentes en un país donde predomina la producción de vino de mesa indiferenciado y barato.

economía. También se produce un crecimiento acelerado en Australia (9,7% anual), Chile (8,9%), Sudáfrica (4,1%) y Estados Unidos (4,8%).

**Cuadro 10. Crecimiento de la producción mundial de vino 1980-2001**  
(tasas de crecimiento anual medio %)

<b>Países</b>	<b>Años 80</b>	<b>Años 90</b>
Francia	-2,9	4,5
Italia	-2,6	-1,1
España	0,33	2,1
Estados Unidos	0,36	4,8
Argentina	-2,5	2,4
Sudáfrica	1,7	4,1
China	15,3	14,5
Alemania	18,1	0,5
Australia	0,4	9,7
Portugal	9,2	5,2
<b>Total mundo</b>	<b>-2,7</b>	<b>1,21</b>

Fuente: elaboración propia, datos FAOSTAT (FAO, 2002)

Por tanto, aunque la geografía mundial de la producción de vino se mantiene muy concentrada<sup>21</sup> y los países mediterráneos europeos continúan teniendo un papel predominante<sup>22</sup>, el crecimiento acelerado de la producción en estos nuevos espacios vitivinícolas introduce cambios en la geografía de la vitivinicultura<sup>23</sup>. Estos cambios se hacen sin embargo más evidentes en la geografía del comercio internacional del vino (cuadro 11).

**Cuadro 11. Principales países exportadores de vino 1980-2000 (% medios)**

<b>Países</b>	<b>Cantidades físicas (%)</b>		<b>Valores monetarios (%)</b>	
	<b>Años 80</b>	<b>Años 90</b>	<b>Años 80</b>	<b>Años 90</b>
<b>Francia</b>	25,3	24,0	46,0	44,4
<b>Italia</b>	30,7	26,0	17,5	17,5
<b>España</b>	11,2	14,3	7,5	9,3
<b>Alemania</b>	5,8	4,7	7,6	4,2
<b>Portugal</b>	3,2	3,7	4,8	4,6
<b>Chile</b>	0,4	3,6	0,3	2,5
<b>Estados Unidos</b>	1,0	3,1	1,0	2,7
<b>Australia</b>	0,4	2,6	0,6	3,7
<b>Sudáfrica</b>	0,2	1,4	0,2	1,1
<b>Rep. Moldava</b>	-	2,2	-	0,8
<b>Total 10 países</b>	<b>78,2</b>	<b>85,6</b>	<b>85,5</b>	<b>88,1</b>

Fuente: Elaboración propia, FAOSTAT (FAO, 2002)

<sup>21</sup> En los años ochenta, los diez mayores países concentran el 85% de la producción y el 80% en los años noventa.

<sup>22</sup> Francia, Italia y España siguen produciendo en los años noventa el 53,4% de la producción mundial y el conjunto de los países integrantes de la Unión Europea el 60%.

<sup>23</sup> Estos nuevos espacios desplazan en el panorama mundial a los países de la Europa del Este y de la antigua URSS que sin embargo siguen teniendo un importante potencial productivo, de ahí la menor concentración espacial de la producción mundial.

El comercio internacional del vino continúa en la actualidad dominado por los tres países mediterráneos, Francia, Italia y España, y el vino francés como líder mundial<sup>24</sup>. Sin embargo, el crecimiento de las exportaciones en éstos países es mucho más lento que el de los nuevos espacios productivos. En los noventa, las exportaciones crecieron una media anual del 2,2% en Francia, 3,3 en Italia y 8,3% en España, mientras que las exportaciones chilenas crecieron a un ritmo anual medio del 26,7%, las australianas un 26% anual, las estadounidenses (California) a un ritmo del 11,7% y las exportaciones sudafricanas un 39%<sup>25</sup>.

**Cuadro 12. Orientación exportadora de la vitivinicultura 1981-2000 (%)**

País	Media años 80	Media años 90
Chile	4,3	46,3
Portugal	18,8	32,4
España	15,7	27,0
Nueva Zelanda	3,3	25,6
Italia	21,1	24,6
Francia	17,5	23,6
Australia	4,5	23,4
Alemania	27,1	24,7
Italia	21,1	24,6
Sudáfrica	1,4	10,1
Estados Unidos	2,5	8,6

Fuente: elaboración propia, datos FAOSTAT (FAO, 2002)

En los años noventa, la orientación exportadora de todos estos países crece (cuadro 12). El cambio es menos drástico en los países europeos que ya desarrollaron una importante orientación exportadora en el periodo fordista. España y Portugal son los dos países europeos donde el aumento de la orientación exportadora es mayor vinculado a una tardía apertura económica.

Sin embargo, el mayor cambio en la orientación exportadora se ha producido en los nuevos espacios vitivinícolas como Chile, donde se pasa de exportar el 4,3% de la producción en los ochenta a exportar el 46,3% en los noventa, Nueva Zelanda, donde se pasa de exportar el 3% al 25,6%, Australia, del 4,5% al 13,4% o Sudáfrica, del 1,4% al 10%. Se pone así de manifiesto que el fuerte crecimiento de la producción que se registra en estos países está en

<sup>24</sup> Las exportaciones francesas suponen un cuarto del comercio mundial de vino, pero el 45% del comercio en términos monetarios. Se consolida el dominio del vino francés en la globalización. Italia mantiene su especialización en vinos baratos. Sin embargo, exportando menos cantidad mantiene su peso monetario en un intento de romper la especialización en el vino de masa estandarizado. España refleja una especialización en vinos baratos, aunque a medida que aumenta el peso de sus exportaciones en cantidad también lo hace el peso en valor monetario. Estos tres países representaban en los ochenta el 67% de las exportaciones mundiales y el 64% en los noventa. Continúan como líderes mundiales, pero pierden cuota de mercado frente a nuevos productores.

<sup>25</sup> En 1980 las exportaciones en cantidad de Chile, Australia, Estados Unidos y Sudáfrica representaban el 1,4% de las exportaciones mundiales mientras que el 2000 representaban el 19% (Chile el 6,7%, Australia en 5,2%, Estados Unidos el 4,6% y Sudáfrica el 2,8%). En términos monetarios, las exportaciones de estos países han pasado de representar conjuntamente el 1,6% en 1980 a representar el 18% en 2000 (Chile el 4,5%, Australia el 7,1%, Estados Unidos el 4,2% y Sudáfrica el 2%).

función del mercado internacional y que son estos países los que han impulsado el auge de los mercados internacionales del vino en los últimos años.

Se pueden identificar pues dos grupos de países vitivinícolas, por una parte, los países integrados en la Unión Europea con mayor tradición vitivinícola y con la producción más orientada a los mercados nacionales, y por otra, los nuevos espacios vitícolas con rápido crecimiento y fuerte orientación exportadora. Las diferencias en los sistemas vitivinícolas entre estos espacios resultan fundamentales para comprender las nuevas condiciones de competencia en los mercados mundiales del vino a las que se enfrenta la vitivinicultura jerezana. Estas diferencias no se limitan a los aspectos productivos sino que también afectan a la articulación con la distribución, las estrategias de marketing y publicidad y, en general, a la forma en que se produce la articulación en red en los mercados globales y que se analizan a continuación.

## **2) El modelo productivo de los nuevos espacios productivos en la globalización**

En el Reino Unido, el mercado vitivinícola más internacionalizado, a partir de los años setenta se permite la venta de bebidas alcohólicas en todos los establecimientos minoristas y no sólo los especializados. A partir de este momento los supermercados y grandes superficies comerciales comienzan a controlar la mayor parte de la distribución de estas bebidas (Spahni, 1999). En Estados Unidos a finales de los noventa el 45% del vino se vendía en supermercados frente al 25% en 1987 y en Holanda y el Reino Unido dicho porcentaje ascendía al 60% del mercado del vino (Rachman, 1999). Según la estimación realizada para el mercado internacional por Wittwer et al. (2001), actualmente, el valor añadido de una botella de coste medio se divide en un 10% para el viticultor, un 30% para la bodega, un 37% para mayoristas y minoristas, un 16% de impuestos sobre ventas, un 6% IVA y un 1% impuestos sobre importaciones. Esta distribución del valor añadido pone de manifiesto el creciente dominio de la distribución comercial y la subordinación de la fase agraria en el sistema vitivinícola internacional actual.

La nueva situación de mercados saturados y con una demanda inestable que se generaliza desde principios de los ochenta implica que la realización del excedente en el mercado no está garantizada de forma cuasi automática como en el periodo fordista, caracterizado por unos mercados en expansión. En este contexto resultaba imprescindible para mantener el ciclo económico un perfecto conocimiento de los cambios en el mercado y las tendencias en la demanda y su traslación a la esfera de la producción, funciones que sólo la distribución comercial puede realizar.

Más allá de la reestructuración productiva, se produce a partir de los años ochenta una profunda reorganización de las relaciones intersectoriales dentro del sistema agroalimentario de la que también participa la vitivinicultura<sup>26</sup>. La filosofía de este proceso de reestructuración se puede resumir en *"pensar al revés"*<sup>27</sup> (Coriat, 1992) aunque con el mismo fin de aumento de la rentabilidad empresarial, produciendo sólo lo que ya está vendido en una organización flexible. En esta organización económica *"el elemento esencial es la componente comunicacional de las nuevas tecnologías, las posibilidades que ofrecen de interconectar tareas, sistemas y organizaciones, y el poderoso proceso de integración resultante"* (Veltz, 1990; pag. 196).

En este contexto, los principales distribuidores de bebidas alcohólicas, muchos de ellos grandes empresas multinacionales que también participan en la producción, y las grandes empresas de distribución comercial alimentaria comienzan a exigir a sus proveedores vitivinícolas nuevas condiciones para el acceso a los mercados ante la nueva situación de saturación de los mercados vitivinícolas. Por una parte, buscan proveedores más baratos<sup>28</sup> que puedan garantizar además un abastecimiento en masa más flexible y homogéneo pero a la vez estable y, por otra, buscan nuevos tipos de vinos más adaptados a un consumo de masas destinado a nuevos segmentos de población hasta entonces alejados del consumo vinícola. Ante una demanda cambiante y segmentada, la estrategia de la distribución y de las principales empresas de bebidas pasa por la diversificación de la oferta.

El modelo de vitivinicultura fordista imperante en los países europeos no podía responder a estas nuevas exigencias del mercado por sus características estructurales de producción y regulación que los hacía muy rígidos. Sin embargo, la vitivinicultura de otros espacios con menor tradición se encontraba en una situación que facilitaba el adaptarse a estas nuevas condiciones de competencia de los mercados internacionales con una organización del sistema vitivinícola completamente distinto al imperante en Europa. La producción y exportación de vino en los nuevos países productores crece con una orientación clara a los mercados

---

<sup>26</sup> La reestructuración no es sólo de las empresas productivas sino del conjunto del sistema agroalimentario en general (Friedmann, 1991; Friedmann y McMichael, 1989) afectando también a la organización vitivinícola. El objetivo de la reestructuración posfordista es superar los límites de la rigidez de la estandarización fordista para que la oferta productiva responda a los continuos cambios de la demanda en el menor tiempo posible siguiendo la filosofía "just in time" y recuperar así la rentabilidad perdida.

<sup>27</sup> Coriat (1991, 1992) al analizar el proceso de reestructuración postfordista del sector industrial argumenta que los dos principios que guían este proceso son la flexibilidad y la integración productiva que aprovechando las posibilidades de las nuevas tecnologías de la comunicación tratan de adaptar el ritmo de producción a los cambios en la demanda en tiempo real a partir del flujo de información que va desde el consumo a la fábrica. Esta filosofía es común a todos los sectores económicos aunque la tecnología empleada varíe.

<sup>28</sup> El creciente poder de las grandes empresas de distribución se traduce en una creciente capacidad de éstas para imponer las condiciones de precio y calidad en que los productos llegan al mercado, así como para apropiarse de un mayor parte del valor monetario del producto a lo largo de la cadena.

internacionales guiada exclusivamente por criterios de rentabilidad. Así, por ejemplo, el crecimiento de la vitivinicultura australiana en los años ochenta está claramente vinculado a la producción en masa de vino para los supermercados británicos<sup>29</sup> (Anderson, 2001).

Por su parte, la vitivinicultura europea estaba inmersa en una grave crisis de sobreproducción. La producción en masa de vino de mesa barato alentado por las garantías de la PAC se destinaba prioritariamente a los mercados locales. La crisis de consumo en estos mercados y el fuerte aumento de la producción llevó a la aparición de fuertes excedentes, con caída de los precios y de la rentabilidad de la vitivinicultura. Este vino tenía difícil salida en los mercados internacionales por su baja calidad y no podía responder a las exigencias de la distribución internacional.

Por otra parte, la producción de vinos de calidad amparados en denominaciones de origen<sup>30</sup> no podían responder tampoco a dichas exigencias aunque por motivos distintos. Estos vinos también se enfrentaban a la saturación de los mercados nacionales, pero se beneficiaban del cambio en la demanda hacia el vino como producto de lujo y ocio. Los vinos de calidad europeos se han ido orientando cada vez más a la exportación, sin embargo, en muchos casos, estos vinos ya estaban en las estanterías de las grandes superficies desde hacía tiempo, como era el caso del jerez, el oporto o el burdeos. Pero para ampliar su cuota de mercado tenían que competir con las condiciones de precio de los nuevos vinos lo que exigía la reducción de los costes de producción. Esta reestructuración productiva encontraba una fuerte resistencia social y cultural, así como dificultades técnicas, y políticas. La regulación de las denominaciones de origen implica, en el actual contexto de globalización económica y en comparación con los nuevos espacios vitivinícolas, una mayor rigidez productiva y en la estructura de costes como resultado de su mayor arraigo local.

La obligación de compra de la uva en la zona de producción amparada se traduce en mayores precios de la uva y en una mayor dependencia de los factores físicos que se pueden traducir en restricciones cuantitativas a la oferta en los años con condiciones climatológicas adversas. Esta obligación de compra territorializada de la materia prima era el resultado de un proceso histórico no sólo de definición de la calidad sino de unas condiciones sociales del reparto del valor añadido entre viticultores y bodegueros.

---

<sup>29</sup> El inicial aumento de las exportaciones australianas fue ayudado además por la depreciación del dólar australiano a mediados de los años ochenta.

<sup>30</sup> La regulación de los vinos de calidad varía según los países europeos recibiendo en cada país una denominación y simultáneamente existe una legislación comunitaria mínima común de los que se denominan "vinos de calidad producidos en regiones determinadas". En este análisis se utiliza el término español "denominaciones de origen" en sentido amplio en referencia a los distintos sistemas de protección europeos.

Los nuevos espacios vitivinícolas con menor tradición no estaban limitados por esta restricción. En estos espacios la uva tiene un coste mucho más reducido ya que los bodegueros pueden adquirirla en cualquier territorio e incluso importarla lo que garantiza el abastecimiento de materia prima. Un ejemplo, es el caso australiano donde la legislación de precios mínimos de la uva desapareció a principios de los años noventa y donde los bodegueros han importado en alguna ocasión vinos a granel de Europa para la producción de sus propios vinos (Haughton y Browett, 1995). Como apunta Anderson (2001) para el caso australiano *"los grandes volúmenes de uva producida y comprada en numerosas regiones por estas grandes empresas les ha permitido proveer embarques masivos y constantes de vino barato y homogéneo con pocas variaciones de un año a otro para los supermercados del Reino Unido y Estados Unidos. De hecho algunos tipos de vino (por ejemplo el Lindemans bin 65 Chardonnay) fueron específicamente desarrollados para ser inicialmente vendidos exclusivamente en esos mercados siendo lanzados en Australia varios años después tras la suficiente expansión de la producción de las uvas requeridas"*<sup>31</sup> (Anderson, 2001; pag. x)

Los menores costes de la materia prima en los nuevos espacios también responden a los menores costes de la tierra dada la abundancia de la misma y el apoyo público en muchos casos a la plantación de viñedo en los nuevos espacios<sup>32</sup>. A ello se unen las distintas exigencias técnicas del cultivo que también implican diferencias de costes. El cultivo de las denominaciones de origen europeas está definido por prácticas tradicionales vinculadas a la calidad y que, en general, implican una mayor utilización de mano de obra y, en algunos casos, frenos a la mecanización<sup>33</sup> o el riego<sup>34</sup> o a la utilización de determinados agroquímicos.

Esta regulación del cultivo y el concepto de calidad<sup>35</sup> a él asociado ha sido el resultado de un largo proceso histórico donde las luchas sociales<sup>36</sup> han tenido un importante papel. Se trata

---

<sup>31</sup> Se pone de manifiesto la nueva lógica postfordista que implica "pensar al revés" fluyendo tanto la información como las decisiones desde la distribución hacia la producción que desempeña ahora un papel subordinado.

<sup>32</sup> En Australia, el apoyo público a la producción vitivinícola se reduce a los incentivos fiscales a la expansión de viñas con el objetivo de estimular la oferta y garantizar la capacidad de abastecimiento de la demanda exterior en expansión (Anderson, 2001).

<sup>33</sup> El concepto de calidad imperante en Europa exige en muchos casos la realización de determinadas tareas de forma específica y manual, sobre todo la poda y la vendimia. En otros casos, la mecanización se ve frenada por los daños que pueda causar al viñedo o porque la formación tradicional de las viñas impide su mecanización y sólo las viñas jóvenes pueden mecanizarse totalmente.

<sup>34</sup> Es el caso en la mayor parte de las denominaciones de origen europeas, aunque este aspecto está cambiando. En España, el riego de la vid estaba prohibido hasta 1996, en que la homologación con la regulación comunitaria abre la puerta a la autorización del riego, sin embargo, deben ser los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen las que especifiquen esta autorización y las condiciones para la misma.

<sup>35</sup> La calidad no es un concepto homogéneo y estable ni en el espacio ni en el tiempo, sino por el contrario es una construcción social, política y económica. A continuación se exponen las diferencias entre los dos modelos productivos arquetípicos de la vitivinicultura europea amparada por una denominación de origen y la vitivinicultura de los nuevos espacios. Estos dos modelos se basan en dos conceptos diferentes de calidad vinculados a diferentes sistemas de producción, organización del trabajo, tradición y cultura.

pues de prácticas que recogen tanto un consenso social como económico e incorporadas a la cultura vitivinícola de cada zona, cuya modificación encuentra pues una gran resistencia. Máxime cuando estas "restricciones"<sup>37</sup> en el cultivo de la vid se han traducido a su vez en una mayor generación de empleo, en el mantenimiento de un mayor número de explotaciones familiares y en un cierta garantía en la renta agraria gracias al contrato social entre viticultores y bodegueros. Por tanto, la modificación de esta regulación y el concepto de calidad a él asociado encuentra una fuerte oposición en las zonas vitivinícolas europeas ya que implican importantes costes sociales, económicos y culturales para una parte de los productores, sobre todo viticultores.

En contraposición, en los nuevos espacios, el sistema de cultivo imperante es el de una "vitivinicultura sin manos"<sup>38</sup> muy intensiva en capital con una mecanización casi total de las tareas, incluidas la poda y la vendimia, la automatización del riego y el control de plagas y pesticidas mediante la aplicación de las nuevas tecnologías de la información<sup>39</sup>, así como la utilización de agroquímicos sofisticados. En Australia la intensidad de capital en viticultura es un 50% superior a otros cultivos agrícolas (Anderson, 2001).

Las diferencias entre países en la intensificación del viñedo se plasma, entre otros aspectos, en los rendimientos en los distintos países (cuadro 13). Las denominaciones de origen europeas implican límites a los rendimientos por hectárea con la finalidad de preservar la calidad del vino<sup>40</sup>. España y Portugal, con las mayores restricciones debido a la prohibición tradicional de riego y las dificultades climatológicas, tienen los menores rendimientos junto con Chile.

Los rendimiento del viñedo en Francia e Italia, aunque mayores como resultado de la mayor pluviometría, están, sin embargo, claramente por debajo de los de Australia o Sudáfrica y aun nivel similar a California<sup>41</sup>, donde el riego del viñedo sí está permitido. El riego del viñedo no

---

<sup>36</sup> Tanto de los trabajadores viticultores como de los propietarios agrarios.

<sup>37</sup> Son restricciones desde el punto de vista de la lógica empresarial del "máximo beneficio" en el nuevo entorno de competencia internacional, pero desde la óptica de los agentes locales constituyen en muchos casos elementos esenciales de su cultura y su identidad, además de logros históricos que garantizan la continuidad de su puesto de trabajo y su modo de vida.

<sup>38</sup> Los antecedentes históricos de la vitivinicultura en los nuevos espacios son más recientes y siempre marcados por la libertad de mercado y la desregulación vinculado a la menor incidencia económica y social de este cultivo en estas zonas. Además, la expansión de la vitivinicultura en el periodo fordista fue menor, por lo que la expansión en los ochenta se produce en un contexto en el que la modernización de la agricultura se había traducido en una fuerte escasez de mano de obra, por lo que ésta se suple por un intensiva inversión en capital.

<sup>39</sup> En California es generalizado el control mediante GPS de las necesidades de replantación y reposición de viñas, el seguimiento informatizado de los cambios climáticos o la detección temprana mediante vistas aéreas con infrarrojos de brotes de filoxera, también se están utilizando programas de inteligencia artificial con la finalidad de predecir los resultados de la cosecha (California Technology, Trade & Commerce Agency, 2000).

<sup>40</sup> Los altos rendimientos del viñedo implican niveles bajos de azúcar y altos de acidez que dificultan la fermentación de la uva en detrimento de la calidad del vino. Las abundantes precipitaciones y el riego son los principales responsables de las diferencias de rendimiento entre países.

<sup>41</sup> El 90% de la producción vitivinícola estadounidense se localiza en California.

sólo implica un aumento de los rendimientos sino que también permite un mayor control del cultivo y la producción, tanto de su cantidad como de su calidad, disminuyendo la dependencia de la climatología y la heterogeneidad del vino según los años. La excepción europea es Alemania, cuyos altos rendimientos son el resultado no sólo de las elevadas precipitaciones sino de la generalización de la práctica de la chaptalización que es objeto de fuerte controversia en el ámbito europeo<sup>42</sup>.

**Cuadro 14. Rendimientos en el viñedo 1971-1998 (hls/ha)**

País	1976/80	1981/85	1986/90	1991/95	1996/98
<b>Alemania</b>	77,5	98,0	100,4	98,3	88,2
<b>Sudáfrica</b>	56,2	83,2	80,1	90,2	79,2
<b>Australia</b>	53,8	60,1	76,4	74,1	75,8
<b>Italia</b>	53,7	59,4	61,2	62,4	60,1
<b>Francia</b>	54,7	61,7	65,6	57,6	59,4
<b>Estados Unidos</b>	54,6	52,6	53,1	53,3	57,7
<b>Chile</b>	45,6	54,1	36,1	28,4	34,4
<b>España</b>	19,7	22,4	21,7	20,3	26,9
<b>Portugal</b>	26,0	24,6	21,8	22,5	25,0

Fuente: elaboración propia, datos OIV (varios años)

Otra diferencia es que las denominaciones de origen europeas implican un fuerte control de las variedades autorizadas para ser cultivadas para la producción de los vinos locales<sup>43</sup>. En los nuevos espacios, la carencia de una imagen de marca regional equivalente a las denominaciones de origen ha sido parcialmente suplantada por el nombre de los principales varietales de la vitivinicultura europea, sobre todo la francesa<sup>44</sup>. En vez de producir y vender el equivalente a un burdeos se vende un cabernet sauvignon que se asocia al "glamour" y calidad de los vinos franceses evitando la dificultad de crear una nueva marca.

La variedad de uva tiene también un fuerte impacto en el coste de producción total del vino y por tanto en el precio final del vino. En el modelo europeo, las variedades responden a los factores ecológicos locales y la tradición que se consolidan durante el periodo fordista. En este periodo, en un contexto de mercados en expansión, la organización de la vitivinicultura se centraba en producir, asumiéndose la venta como automática. En el modelo actual, los vinos se diseñan en función del segmento del mercado al que van destinados, fijándose un

<sup>42</sup> Esta práctica prohibida hasta 1996 en los países mediterráneos representaba una competencia desleal para estos países donde la regulación de los vinos de calidad exige una graduación alcohólica mínima natural. Por otra parte, la chaptalización implica una creciente desvinculación territorial de la producción, por una parte, y una creciente flexibilidad en la producción, además de una importante reducción en los costes de producción. Su práctica ha estado siempre liberalizada en los nuevos espacios productores.

<sup>43</sup> Por ejemplo, la denominación de origen de Borgoña limita la producción de tinto a unas variedades concretas, la más importante, pinot noir y el tinto de Burdeos está vinculado a las variedades cabernet sauvignon y merlot. Los vinos de estas denominaciones de origen no se pueden producir a partir de cualquier otra variedad a iniciativa de los bodegueros, como el Jerez no puede ser producido a partir de una variedad de uva que no sea palomino.

precio y un tipo de vino para cada "nicho" de mercado y a partir de estos parámetros se decide la variedad a plantar, que determinará los rendimientos y, por tanto, el coste de la materia prima y el precio final del vino. Se trata pues de una organización centrada en el mercado, en la demanda, y no en la producción como en el modelo fordista precedente e imperante en Europa.

No sólo el cultivo de la vid, sino también la producción de vino en Europa, y sobre todo, en las denominaciones de origen está regulada con criterios de calidad muy estrictos que responden a su tradición histórica. De forma generalizada existen exigencias de envejecimiento mínimo para la producción de los vinos, lo que además de la calidad implica la inmovilización del capital en detrimento de la rentabilidad<sup>45</sup>. Además, se requiere que dicho envejecimiento se realice en barrica de madera, lo que supone un encarecimiento adicional de la producción y se fija la graduación alcohólica que cada tipo de vino debe tener.

En los nuevos espacios vitivinícolas, la elaboración de vino se realiza en masa en grandes recipientes de acero inoxidable a los que se les puede añadir virutas de madera que aportan sabor al vino sin el coste del envejecimiento en barricas. La graduación alcohólica y las demás características de sabor, color y aroma del vino pueden ser más libremente adaptadas al tipo de producto que se desea obtener aplicando las nuevas tecnologías en la producción del vino, así como distintos aditivos<sup>46</sup>.

El mayor control de la producción de vino que se ha alcanzado en los últimos años implica que cada vez más la calidad del vino dependa de la aplicación de tecnología y en menor medida de las condiciones climáticas del entorno físico. Estas nuevas tecnologías han sido impulsadas y desarrolladas sobre todo por nuevos espacios productores<sup>47</sup> siguiendo una filosofía productiva menos vinculada al entorno físico y menos regulada.

---

<sup>44</sup> Las principales variedades universales que se están imponiendo en los mercados internacionales son para vino tinto cabernet sauvignon, merlot, pinot noir, syrah y para vino blanco chardonnay o resling.

<sup>45</sup> Sobre todo en la actual situación de globalización financiera e hipermovilidad del capital donde prima la rentabilidad a corto plazo. En este contexto, la inversión en vinos cuya producción implica años de elaboración resulta comparativamente poco rentable.

<sup>46</sup> Las diferencias en las prácticas enológicas se traducen en importantes conflictos comerciales internacionales ya que implican barreras al comercio. Estas diferencias se están solucionando a través de acuerdos bilaterales entre países como el firmado en 1992 entre Estados Unidos y Australia. Recientemente la Unión Europea ha firmado acuerdos con Chile y Sudáfrica. Sin embargo, las diferencias en materia enológicas están lejos de estar resueltas como pone de manifiesto el abandono de Estados Unidos de la Organización Internacional del Vino (OIV) en el año 2000. El no reconocimiento por parte de la OIV, controlada por países europeos, de determinadas prácticas enológicas es la cuestión central del conflicto. Estados Unidos ha impulsado la creación de una nueva entidad "New World Wine Trade Group" formado inicialmente por Sudáfrica, Australia, Chile, Canadá, Argentina y Nueva Zelanda cuya primera iniciativa ha sido impulsar un acuerdo de reconocimiento mutuo de prácticas enológicas (Wine Institute, 2000).

<sup>47</sup> Por ejemplo, en Australia se genera en la actualidad en torno al 20% de los artículos científicos sobre enología y viticultura y los enólogos australianos y californianos está asesorando a vitivinicultores de todo el mundo, no sólo en nuevos espacios vitivinícolas sino también en Europa (Rachman, 1999).

La vinculación al medio físico<sup>48</sup> y los límites al uso de ciertos aditivos y prácticas enológicas en Europa redundan en una mayor heterogeneidad de los vinos según los años y los productores, lo que además se ha asociado tradicionalmente a la calidad. En contraposición, la enología de los nuevos espacios implica un mayor control sobre las características del vino, además de las economías de escala y los bajos costes de producción, resultando más rentable.

La mayor heterogeneidad de los vinos europeos implica una dificultad añadida desde el punto de vista del marketing ya que el consumidor debe tener un cierto conocimiento especializado, en concreto sobre años de cosechas, denominaciones de origen y tipos de vinos. Ello dificulta el acercamiento del consumidor no iniciado, sobre todo, cuando el desarrollo de la industria vitivinícola europea se ha traducido en una gran variedad de denominaciones de origen y dentro de ellas numerosas bodegas con vinos de muy distintas calidades.

Por el contrario, los nuevos espacios han centrado el marketing de sus vinos en tres aspectos, el país como referencia espacial genérica, el varietal y la marca. Frente a la carencia de una marca regional similar a las denominaciones de origen, los nuevos espacios han desarrollado campañas publicitarias, apoyadas con financiación pública, centradas en la imagen de marca genérica del país como vino de "Australia" o de "Chile"<sup>49</sup>.

Los californianos fueron los primeros que pusieron la variedad de la uva en la etiqueta como parte del marketing<sup>50</sup> y esta práctica se ha extendido a los demás nuevos espacios, de forma que el consumidor identifica como producto un "chardonnay australiano" o un "merlot chileno" o "sauvignon neozelandés" (Rachman, 1999). Como ya se ha indicado, el varietal incorpora el glamour de los vinos europeos, sobre todo franceses, a la vez que orienta al consumidor no especializado con muy poca información.

Los nuevos espacios productores han combinado el uso de los varietales universales con la creación de marcas por parte de las empresas bodegueras, lo que implica una importante inversión que sólo grandes empresas pueden realizar. Por tanto, estas diferencias en los modelos productivos y en las estrategias de marketing y comercialización del vino van unidas a estructuras empresariales muy distintas. La estricta regulación y el mantenimiento de un

---

<sup>48</sup> En Francia esta visión de la vitivinicultura está muy ligada a la importancia del "terroir" entendido como el conjunto de condiciones del entorno físico que determinan las características del vino y que deben ser respetadas. En contraposición, en los nuevos espacios, la atención se centra en la tecnología y en el control humano de las características finales del vino.

<sup>49</sup> Sin embargo, a medida que aumenta la competencia en los mercados internacionales, el interés en estos países por crear marcas regionales que diferencie los vinos y las calidades crece. Es el caso de los australianos en respuesta a la creciente presión de los vinos chilenos o sudafricanos (Anderson, 2001).

<sup>50</sup> La legislación europea tan sólo permitía indicar la variedad en la etiqueta trasera. En el año 2002 la Unión Europea ha modificado su legislación sobre etiquetados de vinos con la finalidad de homogeneizar la legislación de todos los países, permitiendo indicar en la etiqueta el nombre de las variedades. Indicar el año de la cosecha pasa a ser opcional.

proceso de elaboración más artesanal explica la fuerte fragmentación de la industria vitivinícola europea donde perviven una gran cantidad de bodegas familiares de tamaño medio y cooperativas<sup>51</sup> con un fuerte arraigo territorial.

**Cuadro 15. Concentración en la industria del vino 2000**

<b>País</b>	<b>5 mayores empresas en la producción nacional de vino (%)</b>	<b>Ventas medias de las 5 mayores empresas (mill \$)</b>
<b>Francia</b>	13	330
<b>Italia</b>	5	125
<b>España</b>	10	190
<b>Estados Unidos</b>	73	750
<b>Australia</b>	68	310
<b>Nueva Zelanda</b>	80	N d
<b>Argentina</b>	50	97
<b>Chile</b>	47	90

Fuente: Rabobank citado en Anderson et al. (2001)

En los nuevos espacios vitivinícolas, la característica dominante es la fuerte concentración empresarial que está directamente relacionada con la mayor intensidad en capital de un modelo productivo<sup>52</sup> dominado por las economías de escala, la producción en masa automatizada y flexible para atender la demanda de grandes empresas de distribución comercial, fuertes inversiones en I+D y en promoción y marketing de marcas propias en mercados exteriores. Un caso ilustrativo es Australia donde los tres mayores productores controlan el 50% de la vendimia, del número de botellas vendidas y del valor de las ventas nacionales, además del 70% de las exportaciones. Las nueve empresas de mayor tamaño elevan estos porcentajes al 75% y 95% respectivamente (Andersen, 2001).

#### **4) Las repercusiones económicas, sociales y territoriales en la vitivinicultura de la Unión Europea del proceso de globalización.**

Esta dualidad en el sistema vitivinícola internacional implica una fuerte competencia que juega en contra del modelo europeo menos flexible y consecuentemente menos rentable. El modelo de los nuevos espacios vitivinícolas implica una creciente presión para la reestructuración en los sistemas vitivinícolas locales europeos más tradicionales. La competencia vitivinícola va, por tanto, muy unida a la competencia entre espacios. Las regiones y sistemas vitivinícolas locales compiten además en un contexto de mercados globalmente saturados, por lo que inevitablemente existen regiones que ganan y regiones que pierden. Las regiones vitivinícolas perdedoras se concentran en los países tradicionales

<sup>51</sup> Según los datos de Rabobank, la cuota de mercado de las cooperativas es en Francia del 52%, el 55% en Italia, el 49% en Italia y el 70% en España.

<sup>52</sup> En Australia la producción de vino es un 20% más intensiva en capital que la producción en otros sectores industriales (Anderson, 2001).

productores de vino, por lo que la globalización de los mercados del vino está afectando de forma muy especial a la Unión Europea.

La crisis europea no es sin embargo, resultado exclusivamente de la competencia de los nuevos espacios, sino también de la inercia productivista del periodo fordista. La confianza en un crecimiento indefinido de la demanda, estimulado por la PAC, se tradujo en un exceso de plantaciones de viñedo y de capacidad productiva instalada en bodega. La producción en masa de vino en Europa, alentado por las garantías de la PAC, ha ido en muchos casos unida a una baja calidad que se ha puesto de manifiesto ante la competencia de nuevos vinos de mejor calidad y más baratos provenientes de nuevos espacios.

La incapacidad para competir de algunas regiones vitivinícolas tradicionales europeas se ha traducido en el arranque masivo de viñedo, sobre todo entre 1988 y 1997 en que el arranque fue subvencionado por la Unión Europea. El arranque lejos de solucionar el problema de sobreproducción, debido al continuo aumento de los rendimientos, ha tenido sin embargo importantes impactos socioeconómicos y territoriales. Por una parte, el arranque del viñedo ha contribuido en muchos casos a marginar determinadas áreas rurales sin alternativas solventes a este cultivo, incrementando los desequilibrios entre campo y ciudad. Por otra parte, el arranque ha tenido en muchas zonas, sobre todo las más áridas y septentrionales, un importante impacto medioambiental al contribuir a la erosión y desertización de los suelos. A ello se ha unido, las importantes pérdidas de empleo, tanto en la fase industrial como en la agrícola. En esta última, las pérdidas por arranque han sido tanto de empleo asalariado como de explotaciones familiares de viticultores tradicionales. La profundización de la especialización vitícola en el periodo fordista se ha traducido en la ausencia de alternativas de empleo en estos espacios, con el consiguiente incremento del desempleo y la problemática social que ello conlleva.

A la luz de los negativos resultados de la política de arranque, en los últimos años la UE ha cambiado de estrategia, centrando su política en planes de modernización que permitan mantener el liderazgo europeo en los mercados internacionales. Las regiones vitivinícolas europeas que se han mantenido tras la política de arranque incentivado no están sin embargo, al margen de las presiones de la reestructuración como resultado de la fuerte competencia internacional. Esta presión es resultado de las diferencias en los modelos vitivinícolas europeo y de los nuevos espacios productores y que está forzando la reestructuración tanto productiva como regulatoria de las denominaciones de origen.

Un ejemplo de esta presión es la creciente deslocalización de inversiones dentro de la Unión Europea hacia regiones con menor tradición vitivinícola. En Francia un ejemplo claro es el

auge de la zona del Languedoc y Midi, tradicionalmente una zona de vinos de baja calidad donde se están dirigiendo inversiones de las principales empresas multinacionales y de las casas de las denominaciones históricas como por ejemplo Rothschild (Rachman, 1999). En España esta creciente tensión competitiva se manifiesta, por una parte, en el auge de denominaciones de origen con menor tradición y, por tanto, más flexibles, como es el caso de Rueda, Ribera del Duero o el Priorato. Por otra parte, se está asistiendo a un fuerte auge de los vinos del país, menos regulados tanto en su cultivo como en su producción y, por tanto, más rentables siguiendo el modelo productivo de la nueva viticultura. Otra evidencia de la presión y la competencia entre regiones vitivinícolas es la venta de derechos de replantación que se está produciendo en algunos espacios a favor de las regiones ganadoras. Ello ha llevado a legislar frenando el trasvase de derechos de replantación con la justificación de criterios de equilibrio territorial.

Los vinos europeos con denominaciones de origen compiten en los mercados internacionales por el mismo espacio limitado de los lineales de las grandes superficies comerciales con los nuevos vinos australianos, chilenos o sudafricanos, más baratos, más rentables, más homogéneos y más fáciles de consumir (es decir de vender).

La pérdida de cuota de mercado implica un incremento de las existencias de vinos en bodega y la crisis de rentabilidad de las bodegas. Ello lleva a dos tipos de ajustes. Por una parte, un ajuste interno en la bodega en la línea de la reorganización del trabajo postfordista buscando mayor flexibilidad productiva, sobre todo con vinos más jóvenes y sistemas productivos más automatizados, así como reduciendo la capacidad productiva instalada. El cambio a una nueva enología y a un sistema productivo más flexible y automatizado con el empleo de las nuevas tecnologías de la información exige importantes inversiones que no todo el sector es capaz de realizar. Por tanto, se está produciendo una importante pérdida de empresas bodegueras tradicionales, en su mayoría empresas familiares. La riqueza vitícola se reparte cada vez entre menos como resultado del aumento de la concentración empresarial y la reducción del empleo.

Por otra parte, frente a la crisis de rentabilidad el sector bodeguero reacciona trasladando el coste del ajuste al sector vitícola proveedor de materia prima. Se presiona así a la baja en el precio de la uva. La capacidad de bajar el precio de la uva está limitado en las denominaciones de origen por las obligaciones de compra que esta regulación implica, pero dicha presión no deja de existir.

Los viticultores se encuentran también pues en una situación de crisis de rentabilidad a la que responden con distintas estrategias. En general, existe una tendencia generalizada a

intensificar el cultivo, cada vez más mecanizado con el uso de máquinas vendimiadoras y podadoras, tanto en las regiones ganadoras como perdedoras.

A la pérdida de empleo que ello implica va unido el incremento de la producción que se deriva de las estrategias individuales de los viticultores de superar su precaria situación mediante unos mayores rendimientos. A ello se une el incremento del riego del viñedo en zonas donde tradicionalmente estaba prohibido. Se perpetúa así la crisis de sobreproducción y bajos precios, a la vez que los viticultores más pequeños, en su mayoría explotaciones familiares, terminan abandonando el sector en las regiones vitícolas que se configuran como perdedoras.

La existencia de denominaciones de origen ha retrasado el ajuste del sistema vitivinícola debido a la resistencia de las bodegas y sobre todo de los viticultores. Las presiones para flexibilizar la producción y el cultivo chocan en las denominaciones de origen con los derechos y obligaciones adquiridos y consolidados a lo largo de varios siglos<sup>53</sup>.

Se produce así una fuerte resistencia local a la reestructuración, tanto por motivos económicos, como sociales y culturales. Por una parte está la resistencia de los viticultores a perder los derechos adquiridos en términos de precios de la uva y obligación de compra de las bodegas, por otra las dificultades de las bodegas para implantar reestructuraciones de empleo por la presión de los sindicatos, así como la resistencia cultural de bodegueros y viticultores a modificar sus modos de producción y cultivo al formar parte de su identidad cultural.

La regulación de prácticas de cultivo y de producción de vino, que desde el punto de vista de la competencia internacional implicaba una menor flexibilidad, ha tenido sin embargo, desde el punto de vista local el efecto de retrasar y suavizar el ajuste que sin embargo ha terminado por imponerse. Desde el punto de vista territorial ha mantenido un mayor arraigo local, frenando la delocalización que en otro caso hubiera sido mucho más rápido y desde el punto de vista medioambiental ha frenado el paso a un cultivo aun más industrializado e intensivo en capital que ya imperante en la viticultura europea.

La resistencia de las denominaciones de origen a reestructurarse y adoptar el modelo definido por los nuevos espacios productivos esconde pues la lucha y resistencia de los viticultores, bodegueros y trabajadores locales por defender los derechos adquiridos históricamente y mantener el arraigo local de un cultivo que tiene un papel central en la configuración de la identidad cultural y los modos de vida de las regiones en las que está presente.

---

<sup>53</sup> Aunque formalmente las denominaciones de origen se crean en los años veinte y treinta del siglo XX, sus orígenes se remontan a la transición del antiguo régimen al capitalismo en la agricultura que en la viticultura se traduce en la lucha entre cosecheros o viticultores y almacenistas o bodegueros, que lleva a unas regulaciones locales antecedentes de las denominaciones de origen.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aglietta, M. (1979): Regulación y crisis del capitalismo Ed. Siglo XXI
- Alonso, L.E., Corominas, D. (1995): “Estado y mercado en el contexto de la “glocalización”: un ensayo de interpretación sobre el model social madrileño”. Alfoz, 1995
- Anderson, K. (2001): Globalization (and regionalization) of the wine Discussion Paper nº 0125 CIES (Center for International Economic Studies) Universidad de Adelaida, Australia
- California, Techonolgy & Trade Agency (2000): The California Wine Industry. Office of Economic Research <http://www.commerce.ca.gov/california/economy/profiles/wine.html>
- Coriat, B. (1982): El taller y el cronómetro. Ed. Siglo XXI
- Coriat, B. (1991): Technical Flexibility and Mass Production: Flexible Specialisation and Dynamic Flexibility en Benko, G. Y Dunford, M. (eds.): Industrial Change and Regional Develoment: The Transformation of New Industrial Spaces. London, Belhaven Press.
- Coriat, B. (1992): Pensar al revés. Trabajo y organización en la empresa japonesa. Siglo XXI
- Friedmann, H. (1991): Changes in the International Division of Labor: Agri-food complexes and Export Agriculture en Freeland, W. et alt. (eds): Towards a New Political Economy of Agriculture. Bolder, Colorado, Westview Press.
- Friedmann, H. and McMichael, P. (1989): Agriculture and the State System. The rise and decline of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, vol. 29-2. p. 93-117.
- Goodman, D. and Redclift, M. (1991): Refashioning Nature. London, Routledge
- Niederbacher, A. (1983): El vino en la Comunidad. Luxemburgo, Comunidades Europeas.
- Rachman, G. (1999):The wine in a glass. *The Economist* p. 97-114 v. 353 nº 8150
- Spahni, P. (1999): World wine developments in the 1990s: an update on trade. CIES Discussion paper nº 99/10 Center for International Economic Studies Universidad de Adelaida, Australia.
- Unwin, T. (1991): Wine and the Vine. A historical Geography of viticulture and the Wine Trade. London and N.Y., Routedge.
- Veltz, P. (1990): New Models of Production Organization and Trends in Spatial Development in Benko, G. y Dunford, M. (eds.): Industrial Change and Regional Development: The Transformation on New Industrial Spaces. Belhaven Press.
- Wine Intitute (2000) "New World wine trade group moves toward completion of a mutual acceptance agreement on oenological practices" <http://www.wineintitute.org>