

LA VOCACIÓN EXPORTADORA DE LA MANZANILLA

María José Vázquez Cueto
M^a Enriqueta Camacho Peñalosa
Inmaculada C. Masero Moreno
Universidad de Sevilla

RESUMEN

La Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) se encuentra entre uno de los vinos más populares de las Denominaciones de Origen Jerez, Manzanilla y Vinagre de Jerez (DOP). Su producción se destina fundamentalmente al mercado nacional, aproximadamente el 90%. Sin embargo, no deja de tener, al igual que otros vinos de Jerez, presencia en los mercados internacionales. En el presente trabajo analizamos la evolución de sus exportaciones en un amplio periodo temporal, de 2006 a 2016, que recoge los momentos de precrisis, crisis y postcrisis, en el contexto de las exportaciones del grupo al que pertenece, destacando la importancia y singularidad de la misma.

1.- Introducción

La Zona de Producción de las Denominaciones de Origen Jerez, Manzanilla y Vinagre de Jerez (el llamado comúnmente “Marco de Jerez”) se extiende a lo largo de ocho términos municipales de la provincia de Cádiz (Chiclana de la Frontera, Chipiona, El Puerto de Santa María, Jerez de la Frontera, Puerto Real, Rota, Sanlúcar de Barrameda y Trebujena) y uno de Sevilla (Lebrija). Aproximadamente el 42% de la superficie total está en manos de pequeños viticultores asociados a alguna de las siete cooperativas vitícolas existentes en el Marco de Jerez, dedicadas fundamentalmente a la venta del vino del año (“mosto” en el argot vinícola jerezano), un 30% perteneciente a operadores que están igualmente dados de alta en alguno de los registros de bodega de las Denominaciones de Origen y un 28% a viticultores independientes, que venden su uva durante la vendimia a los lagares de las bodegas inscritas. Su ubicación en el extremo Sur de la Península Ibérica posee características climatológicas bien definidas, tales como un gran nivel de insolación (más de 300 días al año de sol), inviernos muy suaves y veranos de calor extremo, una importante pluviosidad (superior a los 620 litros por metro cuadrado al año) y dos vientos dominantes, el cálido “levante” y el suave y húmedo “poniente”, que aseguran una maduración adecuada de la uva y resultan idóneas para la producción de vinos de calidad superior.

La Zona de Crianza de las Denominaciones de Origen está constituida exclusivamente por las localidades de Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estas tres ciudades existían en 2006 un total de 78 bodegas inscritas como Bodegas de Crianza, que se redujeron hasta 66 en 2016. Estas bodegas se dividen en dos tipos: Bodegas de Crianza y Expedición, comúnmente denominadas “Exportadores”, y las Bodegas de Crianza y Almacenado, dedicadas a la comercialización de sus vinos en el mercado interno y habitualmente denominadas “Almacenistas”. Se comercializaron 56 millones de litros en 2006 y algo más de 34 millones de litros en 2016.

Este descenso ha sido continuado a lo largo del periodo 2006-2016, pero no ha afectado por igual a todos los tipos de vinos.

El objeto de este estudio es observar el comportamiento de la Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y, dado el carácter fundamentalmente exportador de estos tipos de vinos, siendo el mercado exterior su principal destino, centrarnos en sus exportaciones durante el lapso temporal mencionado.

En el año 2014 se celebraba el 50 aniversario de la Denominación de Origen Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda y, con motivo del mismo, se recogía en la Memoria de Actividades del Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen de los vinos de Jerez de dicho año la siguiente breve reseña histórica que pasamos a reproducir:

Con la publicación de la Ley del 26 de mayo de 1933 (el Estatuto del Vino), quedó instituido en España el concepto de Denominación de Origen. Dicha norma posibilitaba la creación de hasta 30 denominaciones de origen en base a otros tantos nombres de regiones, ciudades o términos tradicionales que ya por aquel entonces habían adquirido un prestigio contrastado por la calidad de los vinos que identificaban. No todas esas posibles denominaciones cristalizaron (...).

De acuerdo con lo previsto en la Ley, bodegueros de Sanlúcar y de otras localidades del Marco se pusieron a redactar el correspondiente Reglamento para la Manzanilla, que finalmente no llegaría a ver la luz (...).

Optando los redactores del mismo – probablemente en un ejercicio de economía procesal– por fundirlo con el de la nueva Denominación de Origen Jerez-Xéres-Sherry, incorporando en el mismo la Manzanilla como uno más de los tipos de vinos de Jerez (...).

En el caso de la Manzanilla, nuestra Denominación se enfrentaba a un factor distorsionante externo, como era la competencia, entre fraudulenta y equívoca, de los vinos de la población onubense de Manzanilla, localidad que perteneciente a la igualmente recién creada D.O. Condado de Huelva. Para tratar de reducir la confusión entre estos vinos y las auténticas manzanillas sanluqueñas los productores del Marco, (...) optaron por dotar a la Manzanilla del estatus de Denominación de Origen, vinculando definitivamente este vino –hasta entonces uno más de los tipos de jerez– con su origen genuino. Ello se materializa en el Reglamento de las Denominaciones de Origen Jerez-Xéres-Sherry y Manzanilla - Sanlúcar de Barrameda, publicado el 15 de diciembre de 1964 (...).

La historia de la protección jurídica de la D.O. Manzanilla no estaría completa sin referirnos al Reglamento (CE) 1426/96 del Consejo, de 26 de junio, en el que queda recogido que no es necesario referir el nombre de la localidad de Sanlúcar de Barrameda para referirnos a la única Manzanilla posible, es decir, la de Sanlúcar”. (p.5).

Creemos, pues, que es un buen momento para analizar cómo se han ido comportando sus exportaciones a lo largo del tiempo.

Aunque es un tipo de vino de la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) jerezana con consumo prioritario en el mercado nacional, no renuncia, al igual que los otros de su grupo, a ocupar un lugar en los mercados internacionales. Y este es el objetivo

del presente trabajo: analizar cómo ha ido implantándose en otros mercados. Dada la convulsa situación económica vivida en los últimos años a nivel internacional, hemos aplicado nuestro análisis al periodo temporal 2006-2016, recogiendo así momentos de precrisis, crisis y postcrisis.

Tras esta introducción, exponemos la metodología seguida en el epígrafe 2 para, a continuación, dedicar todo el epígrafe 3 a los resultados obtenidos, con sucesivos epígrafes dedicados a la evolución de las exportaciones de los vinos de Jerez, y, concretándonos en las de la Manzanilla, poniendo en relación unas con otras. Analizamos las variaciones anuales relativas y nos centramos, por último, en el comportamiento habido en los tres principales mercados exteriores: Gran Bretaña/Irlanda, Holanda y Alemania. Terminamos el trabajo con las conclusiones extraídas del mismo.

2.-Metodología

Para cumplir con nuestro objetivo utilizaremos una metodología cuantitativa, el análisis exploratorio descriptivo de las exportaciones, durante el periodo de tiempo 2006-2016, de la Manzanilla en el contexto de las exportaciones de los vinos de Jerez. Utilizaremos las tasas de variación interanual y la tasa de variación del periodo de las exportaciones a los principales mercados receptores, como son Gran Bretaña, Holanda, Alemania, y otros. De esta forma analizaremos la tendencia en cada uno de ellos y estableceremos su importancia relativa.

Dado, además, que el periodo elegido comprende épocas de crisis económica severa, podremos comprobar hasta qué punto ha afectado ésta a las exportaciones.

Los datos utilizados se han extraído de las memorias de actividades del Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen “Jerez-Xéres-Sherry”, “Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda” y “Vinagre de Jerez” publicadas anualmente.

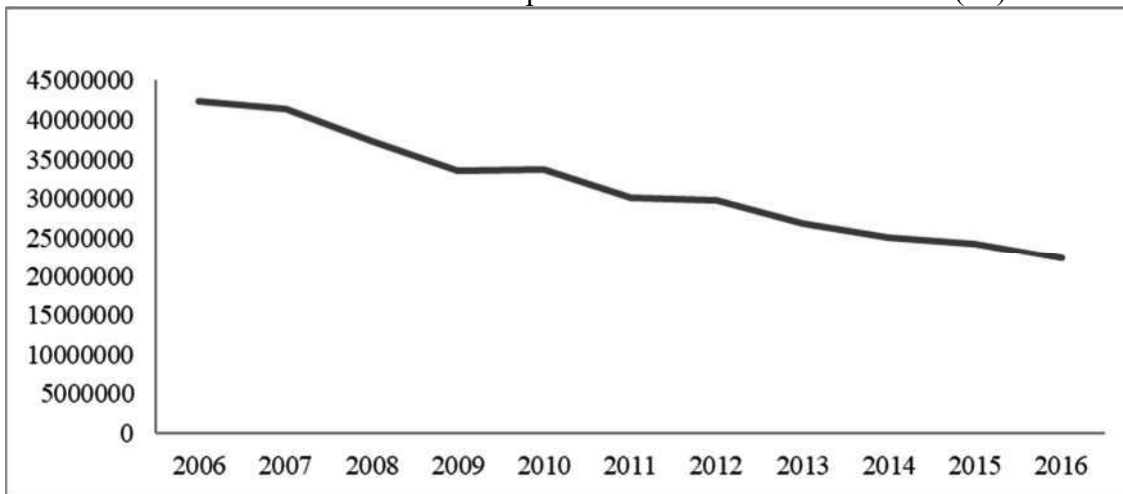
3.- Resultados

3.1.- Evolución de las exportaciones de los vinos de Jerez durante el periodo 2006-2016

En el gráfico 1 se muestra la evolución de la cantidad exportada de vinos de Jerez en todas sus tipologías, de 2006 a 2016.

Las exportaciones de los vinos de Jerez han seguido una tendencia decreciente durante el periodo de tiempo analizado, pasando de 42.347.732 Hl exportados en 2006 a 22.363.984 Hl exportados en 2016, lo que supone una caída de casi el 50%.

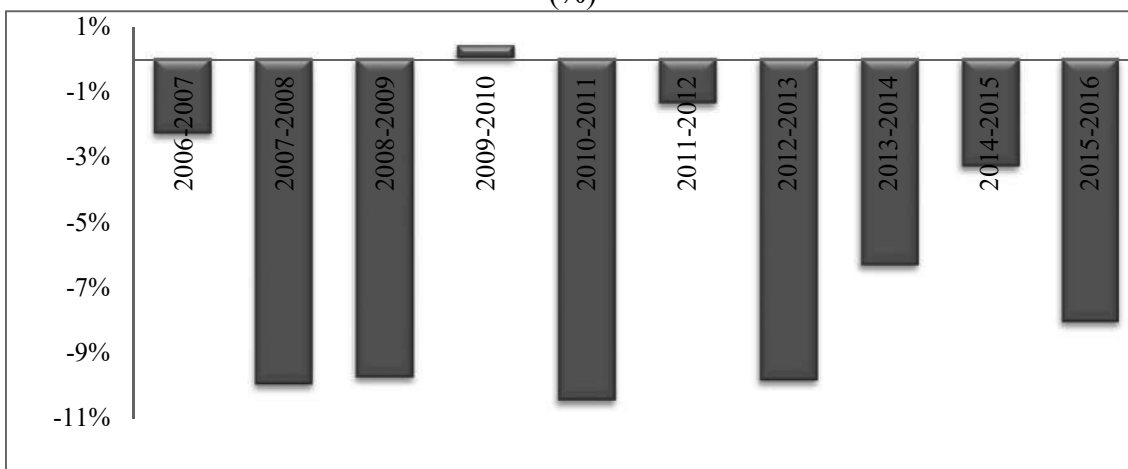
Gráfico 1: Cantidad exportada de vinos de Jerez D.O.P. (Hl)



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

En el gráfico 2 se observa como esta disminución se ha ido gestando año tras año, salvo la ligera subida (0,40%) entre los años 2009 y 2010.

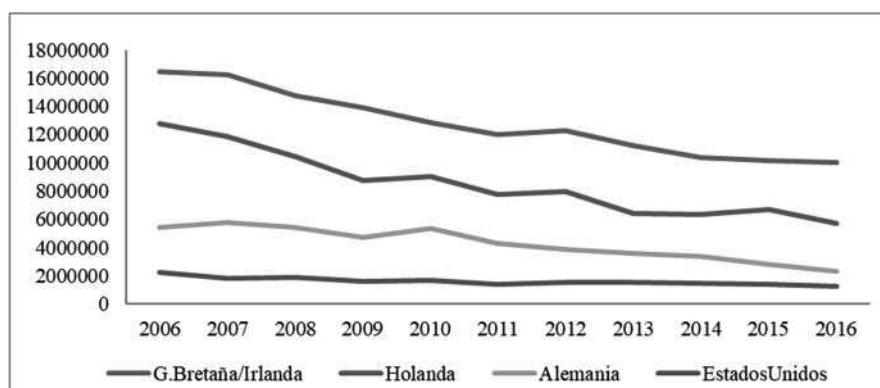
Gráfico 2: Variaciones anuales relativas de las exportaciones de vinos de Jerez (%)



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Además, este descenso ha afectado a todos los países importadores, como se recoge en el gráfico 3, con importantes disminuciones en los principales mercados, como son el Británico, donde la exportación cayó desde los 16.484.565Hl de 2006 hasta los 10.020.748Hl de 2016, casi un 40%; el mercado Holandés, con caída de más del 55%, de 12.814.409Hl a 5.713.788Hl; el Alemán con casi un 58%, 5.420.812Hl a 2.310.947Hl, y el Estadounidense, que paso de exportar 2.251.186 Hl en 2006 a los 1.249.994 Hl de 2016, lo que supone una caída del 45%.

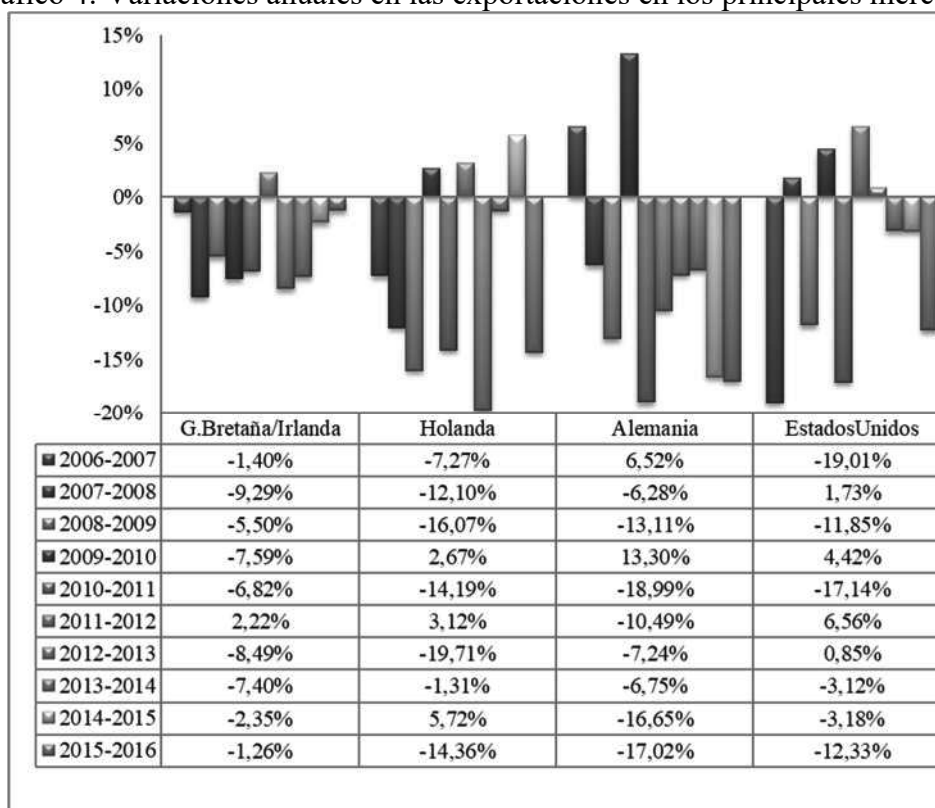
Gráfico 3: Evolución de las exportaciones de vinos de Jerez en los principales mercados



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Sin embargo, es interesante analizar las variaciones anuales en estos cuatro países importadores. En el gráfico 4 se puede observar que, salvo años puntuales, la caída no ha sido brusca ni homogénea ya que se ha ido produciendo año a año y no siempre con la misma intensidad. La caída media para Gran Bretaña/Irlanda y Estados Unidos se ha situado en torno a un 5%, y para Holanda y Alemania ha sido de más de un 7%, pero con coeficientes de variación muy altos (80% para Gran Bretaña, 125% para Holanda, 136% para Alemania y 172% para Estados Unidos).

Gráfico 4: Variaciones anuales en las exportaciones en los principales mercados

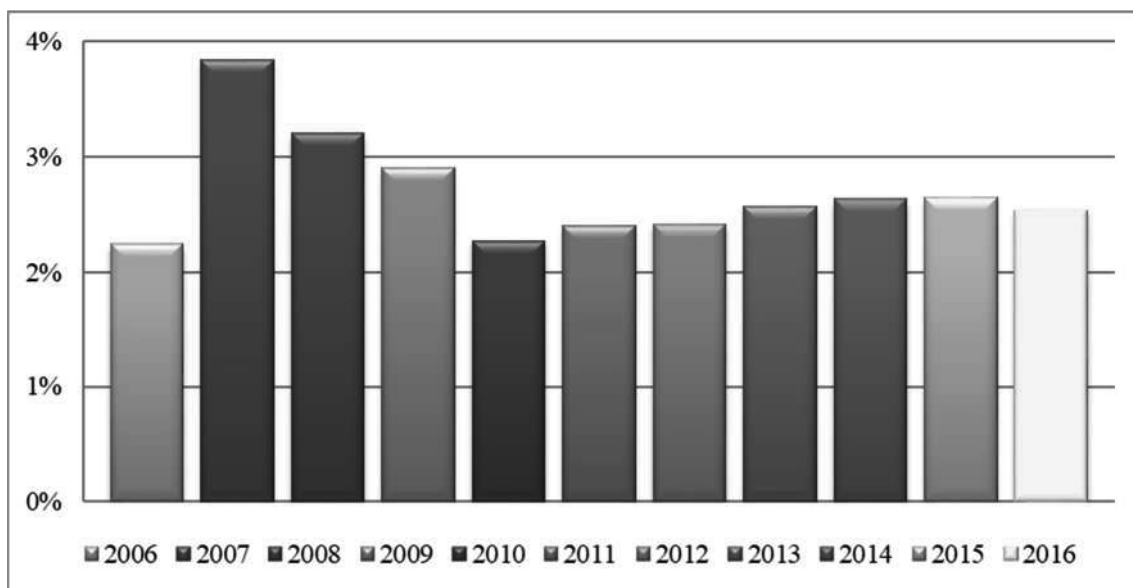


Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia

3.2.- Evolución de las exportaciones de la Manzanilla durante el periodo 2006-2016

Dentro de los distintos tipos de vinos de Jerez, vamos a analizar en este apartado la evolución exportadora de la Manzanilla. Aunque es más vendida en el mercado nacional, también ocupa un lugar en el mercado Internacional, que se caracteriza por su estabilidad en el tiempo, como se muestra en el gráfico siguiente.

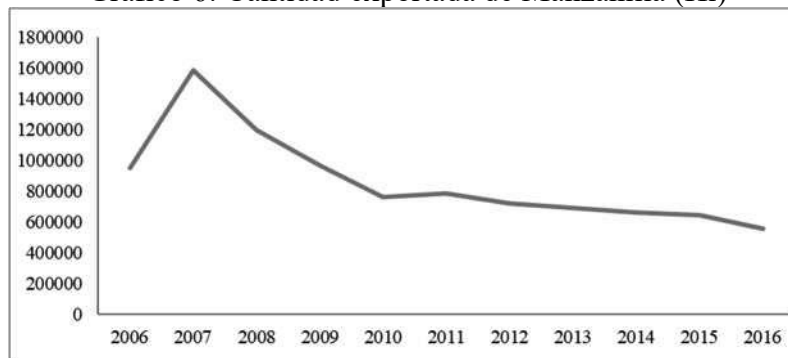
Gráfico 5: Exportación de la Manzanilla en relación a la exportación de los otros vinos de la DOP



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Esta estabilidad, unida a la caída generalizada de las exportaciones de vinos de Jerez, ha conducido a la consiguiente disminución de las exportaciones de la misma que ha pasado de 948.972 HI de 2006 a 555.460 HI de 2016. Esto supone una disminución relativa del 41,46%, siendo inferior a la experimentada por los otros vinos, aunque se produce un descenso cercano al 66% en el periodo 2007-2016, debido al fuerte aumento entre el 2006 y 2007.

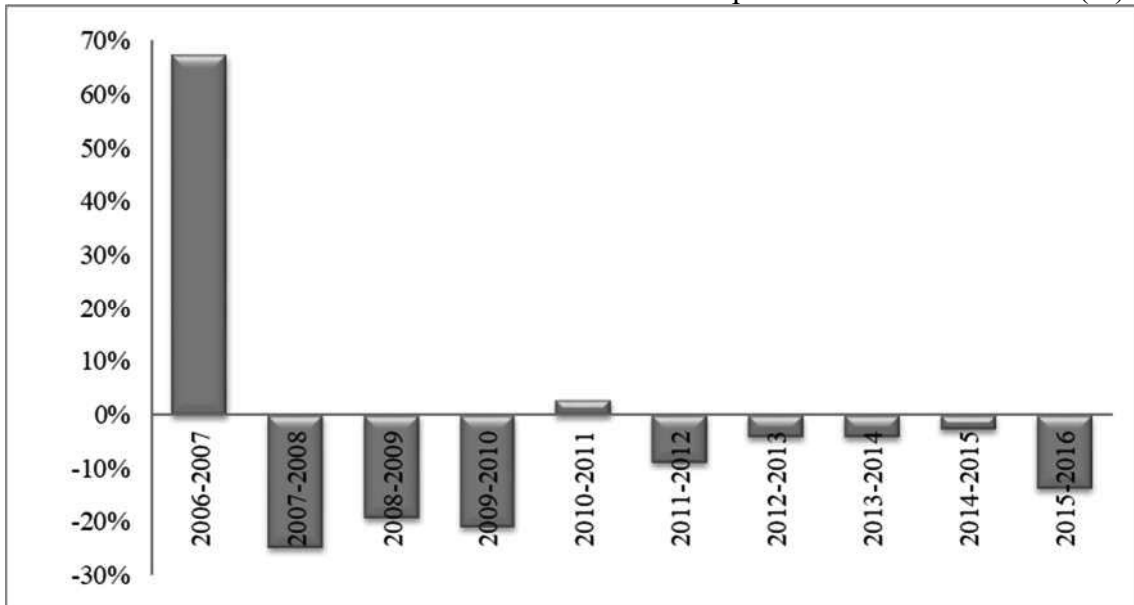
Gráfico 6: Cantidad exportada de Manzanilla (HI)



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

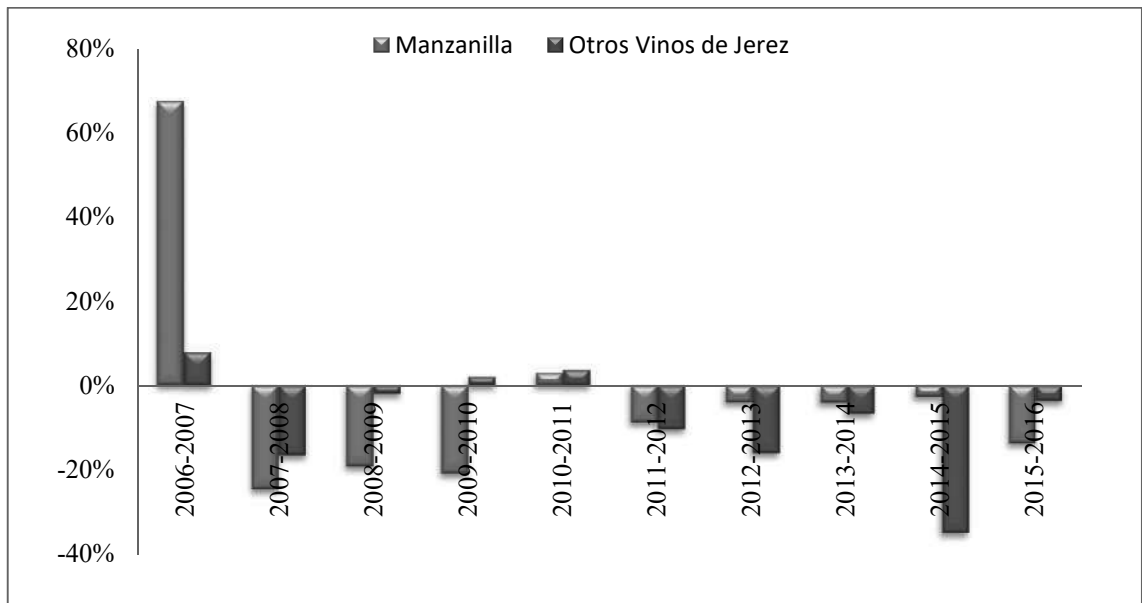
En el gráfico 7 se representan las variaciones anuales de las exportaciones de Manzanilla, y en el gráfico siguiente se realiza una comparativa con las exportaciones de los otros vinos de Jerez. Como puede observarse, la tendencia es la misma, salvo en 2009-2010 en que las exportaciones de manzanilla disminuyen frente a los otros vinos de Jerez que experimentan un leve aumento. En el resto de la comparativa, existen marcadas entre las variaciones. Así, en los últimos años de la serie, de 2011 a 2015, han caído más las exportaciones de los otros vinos que los de la Manzanilla, invirtiéndose de nuevo la tendencia en el año 2016.

Gráfico 7: Variaciones anuales relativas de las exportaciones de Manzanilla (%)



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

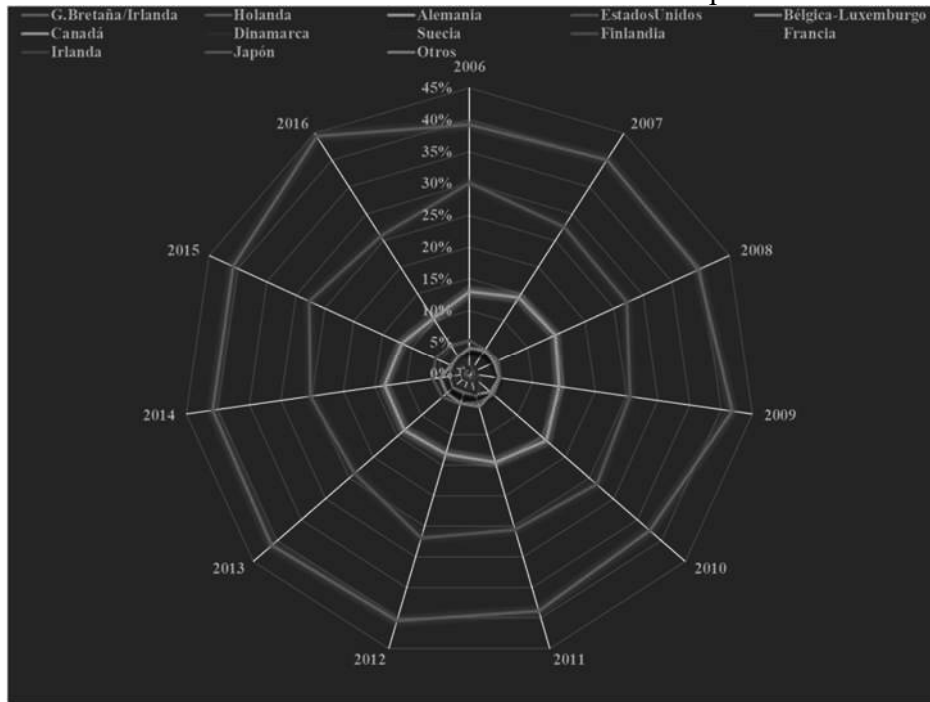
Gráfico 8: Relación entre las variaciones anuales de exportaciones de la Manzanilla y de otros Vinos de Jerez



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

En la gráfica 9 se recoge las cuotas de mercado de los distintos países a los que se exporta la Manzanilla. Como se puede observar los dos países con mayor cuota de mercado, Gran Bretaña/Irlanda y Holanda, coinciden con los dos primeros importadores de los otros vinos de Jerez.

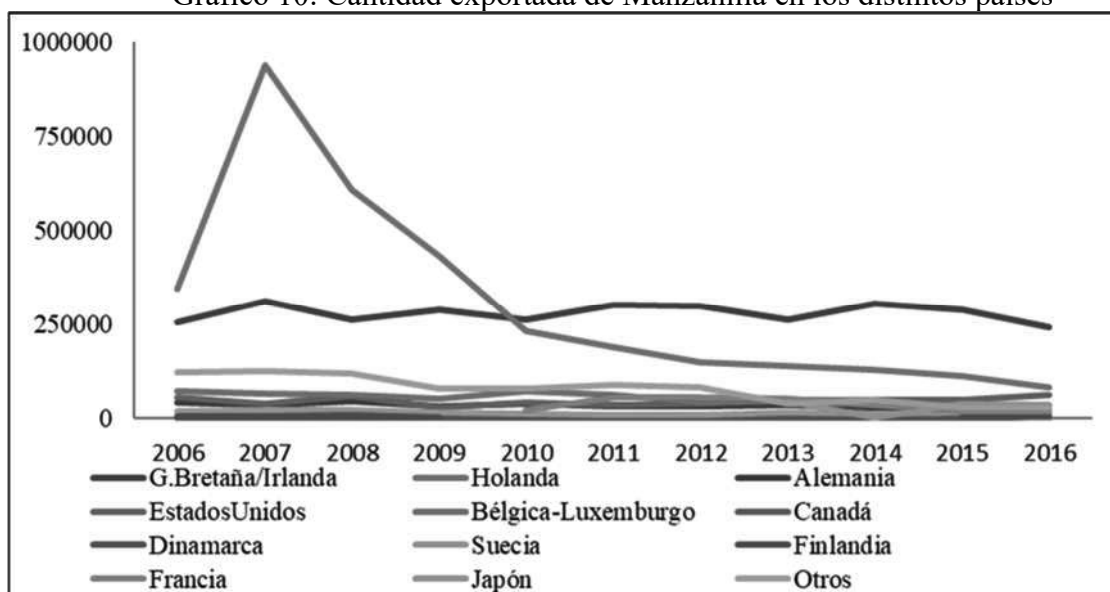
Gráfico 9: Cuotas de mercado de la Manzanilla en los distintos países. Años 2006 a 2016.



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

El gráfico siguiente muestra la evolución de las exportaciones en todos los mercados.

Gráfico 10: Cantidad exportada de Manzanilla en los distintos países

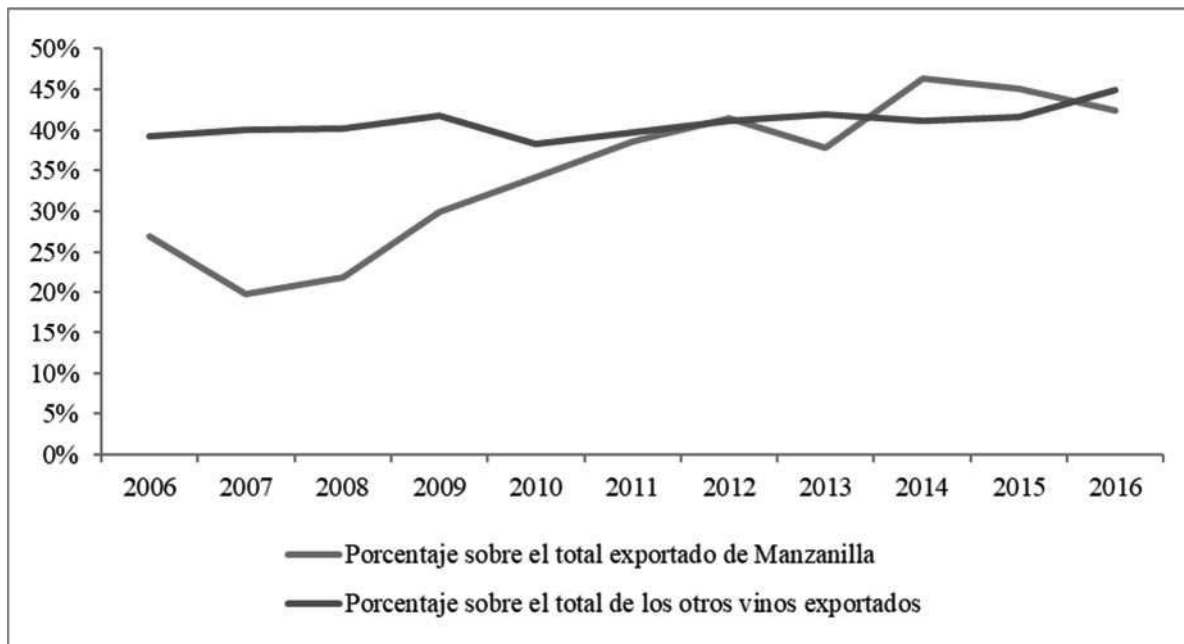


Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Pasamos a continuación a centrarnos en tres países, los dos países con mayor cuota de mercado para la Manzanilla y los otros vinos de Jerez, y Alemania, que era el tercer país importador de estos últimos.

Para Gran Bretaña/Irlanda, la diferencia entre las importaciones de los otros vinos de Jerez y la Manzanilla disminuye año tras año, invirtiéndose la posición de ambas en 2014 y 2015, siendo el porcentaje de las exportaciones de Manzanilla superior a las de los otros vinos de Jerez.

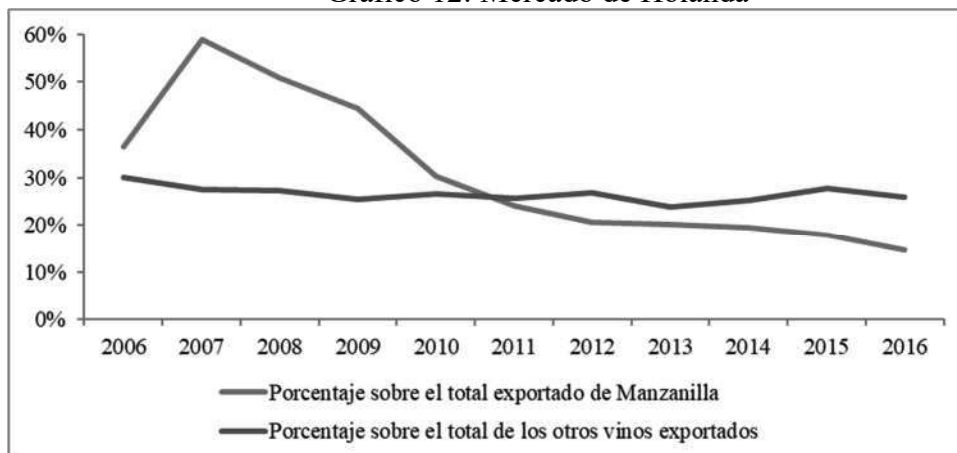
Gráfico 11: Mercado de Gran Bretaña/Irlanda



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

En el mercado holandés, el porcentaje de exportaciones de Manzanilla frente al de otros vinos es claramente superior hasta el año 2011. A partir de éste, se invierte la situación, llegando a abrirse una brecha entre ellos en torno a 10 puntos porcentuales.

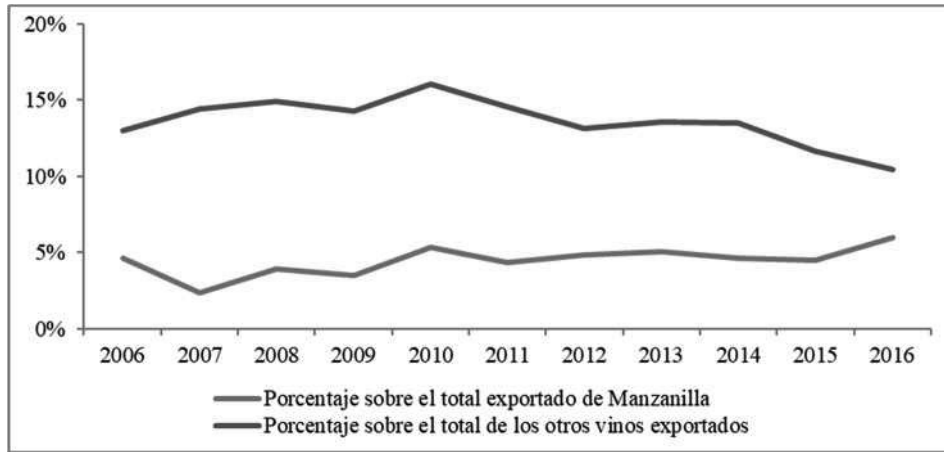
Gráfico 12: Mercado de Holanda



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Respecto al mercado alemán, predominan las exportaciones de otros vinos frente a la Manzanilla, aunque las diferencias van acortándose. Así, en el año 2006 había más de 8 puntos de diferencia que se redujeron a poco más de 4 en el año 2016.

Gráfico 13: Mercado de Alemania

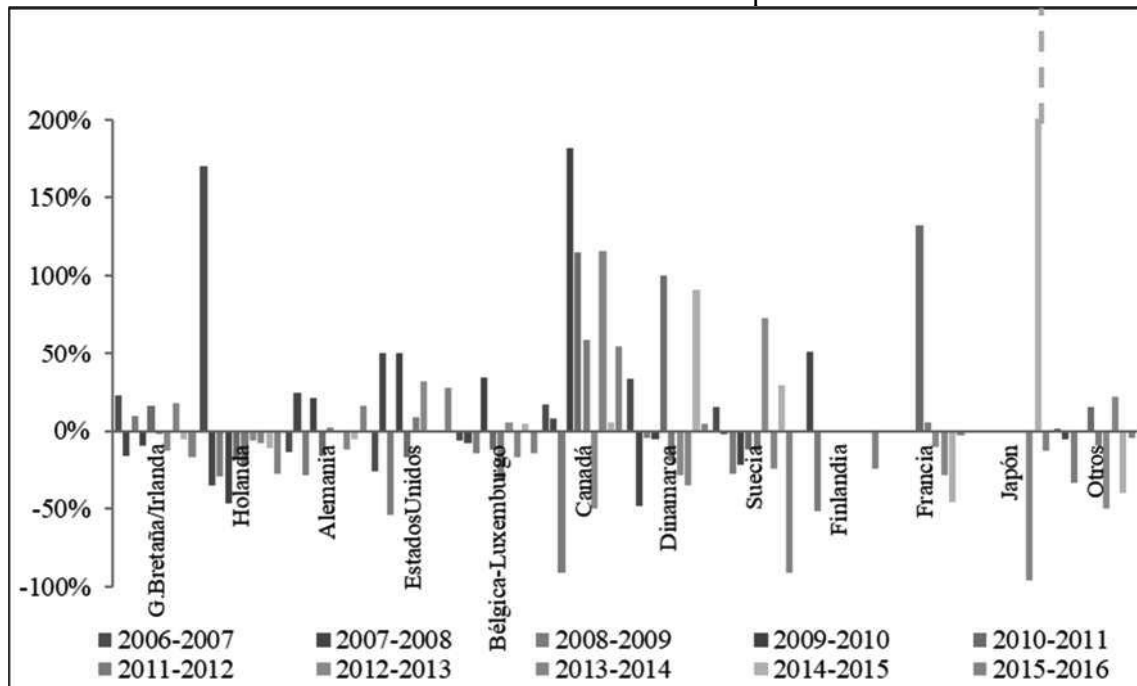


Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

3.3.- Análisis de las variaciones anuales de las exportaciones de Manzanilla en los mercados exteriores durante el periodo 2006-2016

En el siguiente gráfico mostramos las variaciones relativas entre un año y el siguiente de las exportaciones de Manzanilla en los principales mercados receptores.

Gráfico 14: Variaciones anuales relativas de las exportaciones de Manzanilla



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Lo primero que llama la atención es la gran volatilidad que muestra, en todos los países, estas variaciones. Encontrando los siguientes resultados:

Tabla 1: Variaciones anuales medias y volatilidad de las mismas

País	Variación media	Coefficiente de variación
G. Bretaña/Irlanda	0.40%	3752.30%
Holanda	-3.29%	-1891.47%
Alemania	-1.12%	-1564.16%
Estados Unidos	7.10%	472.70%
Bélgica-Luxemburgo	-5.94%	-297.95%
Canadá	41.48%	196.49%
Dinamarca	8.82%	577.99%
Suecia	-7.42%	-573.10%
Finlandia	-6.09%	-709.31%
Francia	8.36%	757.91%
Japón	602.79%	188.87%
Otros países	-10.45%	-224.24%

Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Hemos señalado las mayores y menores variaciones medias y los mayores y menores coeficientes de variación en valores absolutos. El mercado con menor variación media, Gran Bretaña/ Irlanda, es el que presenta mayor volatilidad y al contrario, el mercado con mayor variación media, Japón, es el que, además, presenta menor volatilidad.

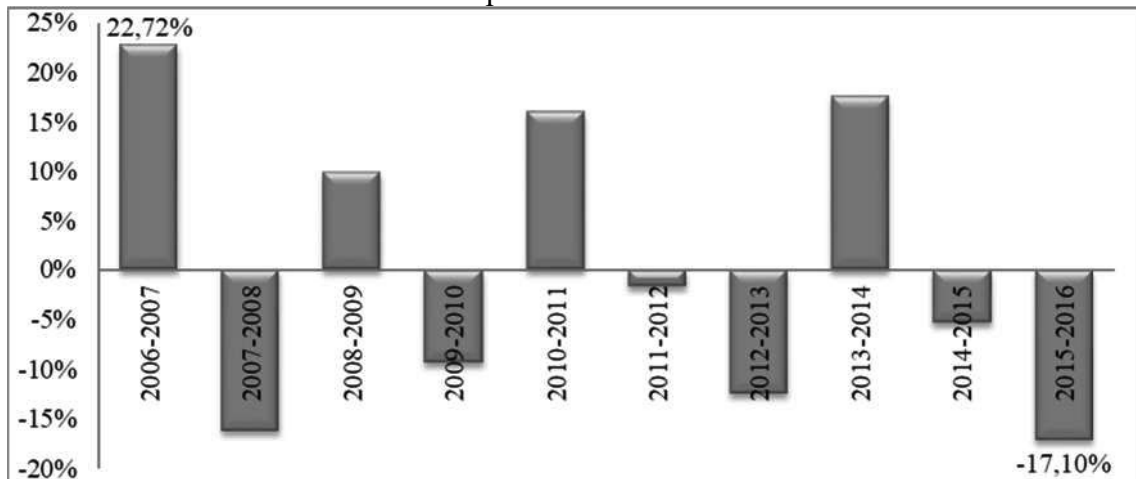
A continuación, analizamos pormenorizadamente el comportamiento de estas variaciones interanuales en los tres mercados antes seleccionados, Gran Bretaña/Irlanda y Holanda, que han demostrado la mayor vocación importadora de Manzanilla y Alemania, frente a las variaciones en estos países de las importaciones habidas de otros vinos de Jerez.

3.3.1.- Gran Bretaña/Irlanda

Como puede observarse en la gráfica 15, existe una enorme disparidad entre un año y otro. De hecho, a una variación relativa positiva le sigue una negativa, oscilando entre +22,72% del 2006 al 2007 y -17,10% del 2015 al 2016. Así, para la totalidad del periodo analizado la disminución es del 5,7%.

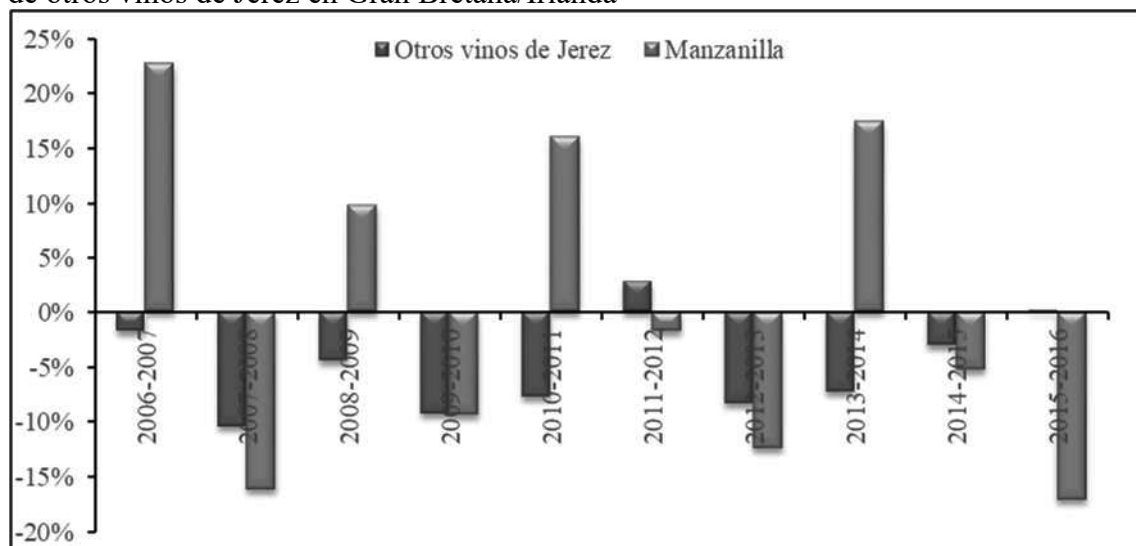
El comportamiento de las exportaciones de Manzanilla es claramente diferente al de los otros vinos de Jerez, como se refleja en la gráfica 16. Así, las variaciones de los años 2006-2007, 2008-2009, 2010-2011 y 2013-2014 son crecientes para la Manzanilla y decrecientes para los otros vinos. Por el contrario, en los años en que ambas variaciones son negativas, lo son en mayor medida en la Manzanilla.

Gráfico 15: Variación anual de las exportaciones de Manzanilla en Gran Bretaña/Irlanda



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Gráfico 16: Comparativa entre las variaciones anuales de exportación de la Manzanilla y de otros vinos de Jerez en Gran Bretaña/Irlanda



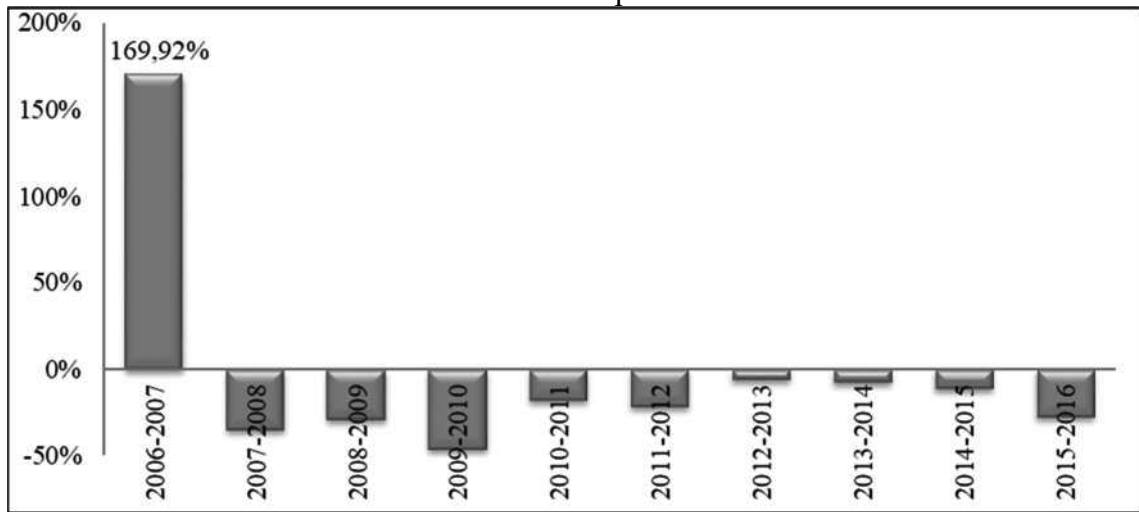
Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

3.3.2.- Holanda

En este caso (Gráfica 17), la variación disminuye continuamente a partir de 2007, llegando ésta a alcanzar el 46,19% entre los años 2009-2010 y terminando esta disminución en el 27,67% entre 2015-2016. En el periodo 2007-2016, y aún mitigado por las menores variaciones de los últimos años, resulta una disminución del 91%.

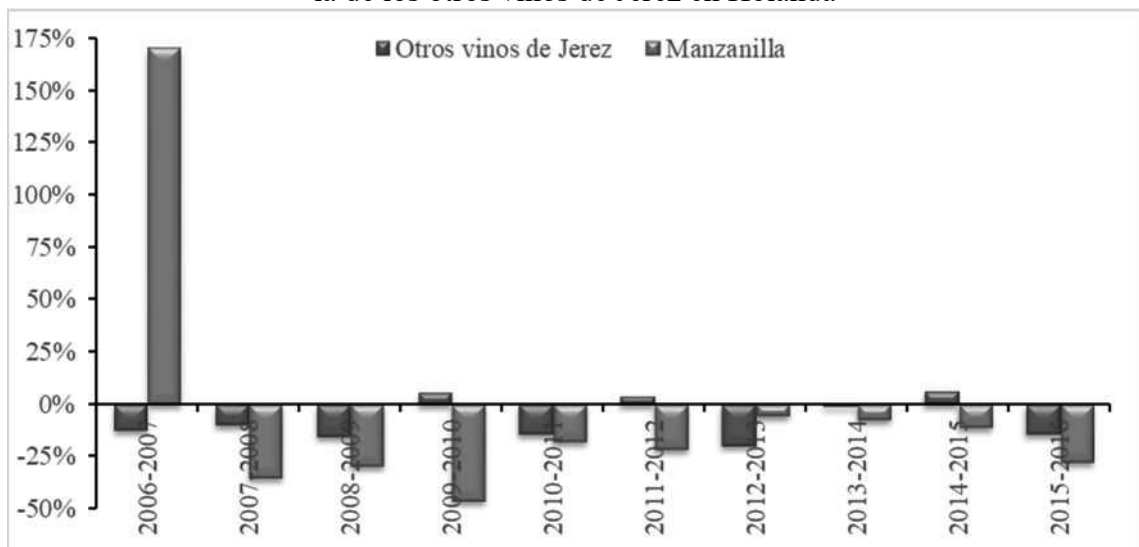
Si comparamos estos resultados (Gráfica 18) con los de los otros vinos de Jerez, se observa un comportamiento desigual, en el que imperan las caídas en las exportaciones de la manzanilla, salvo en el periodo 2012-2013 en el que la disminución en las exportaciones de los otros vinos de Jerez supera a la de la manzanilla.

Gráfico 17: Variación anual de las exportaciones de Manzanilla en Holanda



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Gráfico 18: Comparativa entre las variaciones anuales de exportación de Manzanilla y la de los otros vinos de Jerez en Holanda



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

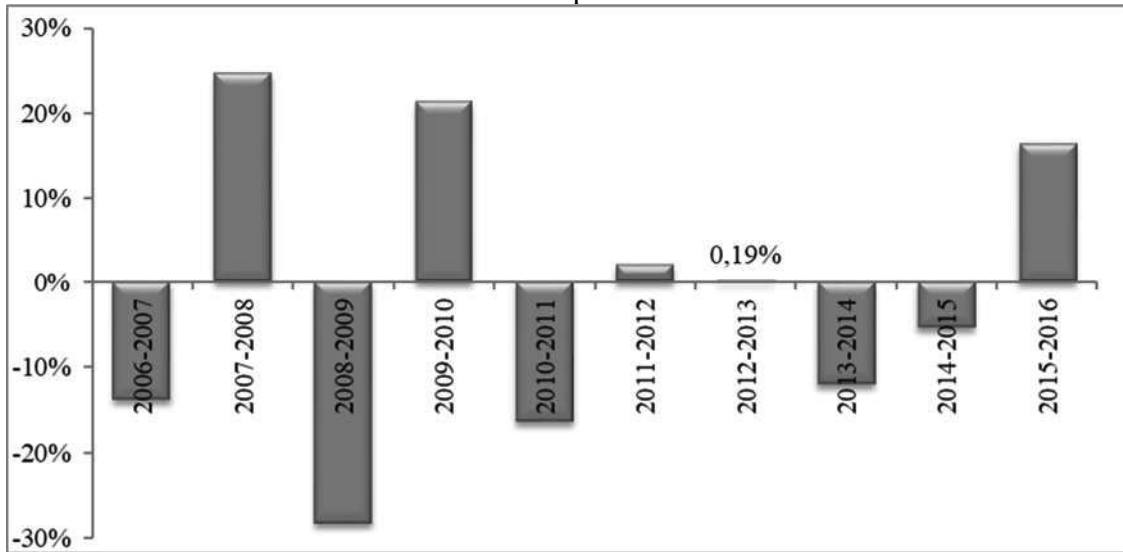
3.3.3.- Alemania

En este mercado las disminuciones, de hasta un 28,34%, van alternándose con los aumentos, de hasta un 24,71%, resultando para todo el periodo una disminución del 22,5%.

Para el mercado alemán, los comportamientos de las variaciones relativas son muy dispares. Conviven periodos en los que son de distinto signo seguidos por variaciones del mismo signo. Y respecto a sus valores absolutos también muestran un comportamiento

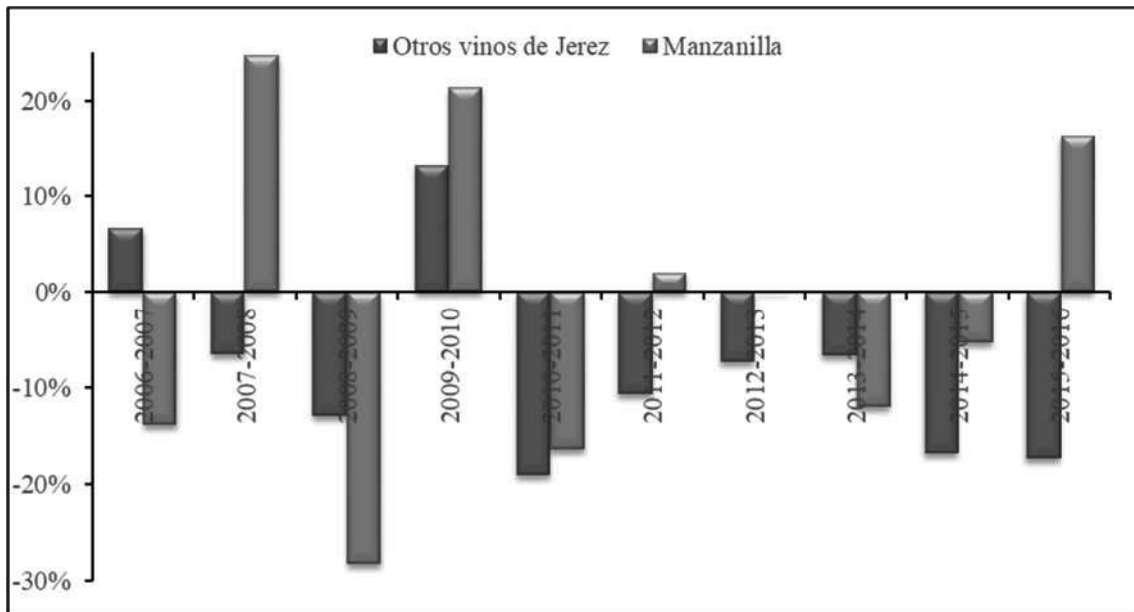
caótico. Así, para este mercado, las variaciones en las exportaciones de manzanilla no guardan ninguna relación con la de otros vinos de Jerez.

Gráfico 19: Variación anual de las exportaciones de Manzanilla en Alemania



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

Gráfico 20: Comparativa entre las variaciones anuales de exportación de Manzanilla y la de los otros vinos de Jerez en Alemania



Fuente: Memorias del Consejo Regulador 2006 a 2016. Elaboración propia.

4.- Conclusiones

Tras el estudio realizado debemos lamentar que las palabras de preocupación acerca de la negativa evolución de los principales indicadores del negocio del vino de Jerez, pronunciadas por Saldaña en 2014, siguen teniendo validez a la luz de los últimos datos publicados con fecha 2016.

Así, y relativo a las exportaciones, estas han caído aproximadamente un 3 % entre los años 2014 -2015 y más de un 8% de 2015 a 2016. Es decir, no solo continúa su caída, sino que además va acelerándose. Con el agravante de que no es ajena a ella ninguno de los países importadores (por ejemplo, la exportación a Alemania, uno de los principales mercados, ha caído en más de un 17% en el último periodo considerado).

De todos los tipos de vinos de la DOP de Jerez, (Manzanilla, Fino, Amontillado, Oloroso, Cortado, Dry, Palecream, Medium, Cream, Pedro Ximenez, Moscatel y Dulce) de los que se ofrecen datos pormenorizados en las Memorias del Consejo Regulador, hemos fijado nuestra atención en la Manzanilla, de la que se destina en torno a un 90% de su producción al mercado nacional, analizando cómo se distribuye el resto entre los mercados internacionales y cuál ha sido su evolución exportadora en el periodo 2006-2016.

En primer lugar, nos encontramos con que mantiene a lo largo de los años una capacidad exportadora en torno al 2,5% en relación a la exportación de los otros tipos de vinos. Esto, que en principio podemos considerar como una circunstancia favorable, lleva, por el contrario, aparejado que también ha sido afectada por la caída exportadora de la totalidad de vinos de Jerez. Aun así, presenta ciertas peculiaridades detectadas en el análisis realizado.

La primera de ellas la encontramos en variaciones relativas a lo largo del periodo muy dispares, conviviendo aumentos del 99% (Canadá) con disminuciones de más del 92% (Suecia) (Anexo 1). Y también muy distintos según incluyamos periodos de precrisis y crisis (años 2006 a 2013) y periodos de no crisis (años 2013 a 2016), llegando a recuperarse, en algunos mercados fuertemente, en los segundos, destacando el mercado estadounidense que pasa de una disminución del 7% a un aumento de más del 26%. (Anexo 2).

Al ser Gran Bretaña, Holanda y Alemania, los principales países importadores de Manzanilla, se ha dedicado a estos estudios particularizados. Hemos encontrando que, para Gran Bretaña y Alemania, se han ido alternado variaciones anuales relativas de distinto signo, mientras que Holanda ha mantenido sus variaciones de signo negativo en todo el periodo.

En su comparativa con lo sucedido para los otros vinos de Jerez, encontramos que, para Gran Bretaña, en los años en que ambas variaciones son negativas, lo son en mayor medida en la Manzanilla; para Holanda, sin embargo, mientras crecían tímidamente las exportaciones de los otros vinos de Jerez, la Manzanilla sufría importantes caídas y para el mercado alemán las exportaciones de Manzanilla han sufrido variaciones anuales del mismo signo que el de otros vinos de Jerez, pero en mayor cuantía.

En resumen, la Manzanilla, aunque en menor medida en comparación con los otros vinos de la DOP de Jerez, también tiene una vocación exportadora, con Gran Bretaña y Holanda como principales países importadores, pero abriéndose paso con fuerza en los mercados estadounidenses, en Canadá y en Japón (Anexo 3)

En este sentido, y en nuestra vertiente investigadora cuantitativa, basándonos en la observación y muy alejada del marketing y la comercialización, no queremos terminar este trabajo sin hacer mención a dos noticias que pueden provocar un efecto arrastre en la exportación de la Manzanilla:

1. “Japón está considerada la segunda potencia mundial del flamenco tanto en número de estudiantes (unos 50.000) como en el de profesionales vinculados al sector (unos 80.000)” (EFE, 2015).

2. “Hace una década, encontrar jamón español en China requería una frustrante peregrinación por las tiendas *gourmet* más selectas de sus megalópolis. Hoy, sin embargo, es un producto que se ofrece en la mayoría de las cadenas de supermercados donde se encuentran productos de importación. Las inversiones en promoción de las empresas españolas del sector han dado resultados y la alta sociedad del país más poblado del mundo se ha aficionado al jamón ibérico más exquisito” (Aldama, 2017).

La primera de ellas, dada las vinculaciones históricas, sociales y estéticas entre la cultura del vino y del flamenco, podría, al igual que lo ha hecho la moda flamenca, asentar las exportaciones de Manzanilla en Japón.

Respecto a la segunda, completada con “Manzanilla y jamón, la unión perfecta” (El Diario de Sevilla, 2016), pensamos que esta sinergia podría aprovecharse para la consolidación de nuestro vino en el mercado chino.

Ahora bien, de los 1.400.000 euros destinados en 2015 a la promoción de vinos de Jerez, 50.000 (3,57%) se destinaron a la promoción en Japón, porcentaje que subió hasta el 3,76% en 2016. Sobre el mercado China no podemos ofrecer cifras pues se engloban en la partida de “Promoción en otros países”, representando cantidades que no nos parecen significativas.

Y más si tenemos en cuenta que tenemos dos productos, el flamenco y el jamón, que están continuamente en expansión en dos mercados tan importantes como son el japonés y el chino y que, hábilmente enlazados con la Manzanilla, podrían hacer de esta uno de los principales vinos exportados de la DOP jerezana.

Bibliografía consultada:

Castillo, J. S. y Campés, R. (2014). La economía del vino en España y en el mundo. *Serie de Economía*, nº 23, Cajamar, Almería.
Consejo Regulador de las DD.OO. de Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda (2006-2016). *Memorias de Actividades*.

Aldama, Z. (2017). *El apetito de China augura una subida de precios del jamón ibérico en España*. El País. Recuperado de https://elpais.com/economia/2017/11/24/actualidad/1511557286_660031.html

EFE (2015). *Japón, un codiciado destino para la moda flamenca*. Eldiario.es. Recuperado de https://www.eldiario.es/cultura/Japon-codiciado-destino-moda-flamenca_0_458804435.html

Manzanilla y jamón, la unión perfecta (2016, abril 14). Diario de Sevilla. Recuperado de https://www.diariodesevilla.es/vivirenvilla/Manzanilla-jamon-union-perfecta_0_1017198745.html

Gómez, A. (2002). *La manzanilla: historia y cultura, las bodegas de Sanlúcar*. Sanlúcar de Barrameda, Cádiz: Pequeñas Ideas.

Medina, J. (2014). “El pasado y el futuro del vino de jerez” Conferencia en el ciclo dedicado a Jerez, ciudad del vino. Jerez de la Frontera (Cádiz). Recuperado de https://www.sherry.wine/sites/default/files/el_pasado_y_el_futuro_del_vino_de_jerez_jesus_medina_garcia_de_polavieja_2014_11-18_ingreso_addemia.pdf

Observatorio español del Mercado del vino (2016). Perfil exportador de la empresa española, 2015. Recuperado de <http://www.oemv.es/esp/perfil-empresa-exportadora-de-vino-ano-2015-1905k.php>

Observatorio español del Mercado del vino (2017). Perfil exportador de la empresa española, 2016. Recuperado de <http://www.oemv.es/esp/perfil-empresa-exportadora-de-vino-ano-2016-1905k.php>

Rodríguez, J. y Vieira, A. (2017). “Análisis del Mercado de los Vinos de Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda en el periodo 1982-2012”. *Revista de Estudios Andaluces*, 34 (1), pp. 155-200.

Saldaña, C. (2014). “*Algunas reflexiones sobre el vino de Jerez, un patrimonio de todos*”. Conferencia en el ciclo dedicado a Jerez, ciudad del vino. Jerez de la Frontera (Cádiz). Recuperado de <https://www.sherry.wine/sites/default/files/algunas-reflexiones-sobre-el-jerez-un-patrimonio-de-todos.pdf>

Vinos de Jerez. (2016). *El Marco de Jerez*.