



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Situación del *Rioja*: importancia de las políticas regulatorias

Autor/es

Diego Morales Gutiérrez

Director/es

Luis Antonio Sáez Pérez

Facultad de Economía y Empresa
2017/2018

AUTOR DEL TRABAJO

Diego Morales Gutiérrez

DIRECTOR DEL TRABAJO

Luis Antonio Sáez Pérez

TÍTULO DEL TRABAJO

Situación del Rioja: importancia de las políticas regulatorias

TITULACIÓN

Grado en Economía

RESUMEN

En este Trabajo de Fin de Grado se ofrece un análisis sobre el sector vitivinícola español pero más concretamente de la Denominación de Origen Calificada Rioja. Para ello se ha realizado un diagnóstico a través del tiempo y nos hemos centrado en los problemas que se han ido sucediendo y las políticas correspondientes que se han llevado a cabo para superarlos. Se puede comprobar como el mercado del vino ha sufrido una transformación por el lugar de la oferta y de la demanda. De la misma forma lo han hecho tanto las políticas regulatorias como los organismos que las gestionan para un correcto funcionamiento de lo que consumidores y productores demandan. Con esto se quiere demostrar la importancia de las actuaciones de los agentes que no se encuentran directamente vinculados con el mercado con su labor de control y gestión. Además de comprobar la fuerza que éstas ejercen en el mercado y de cómo pueden corregir fallos de mercado generando a su vez nuevas externalidades.

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
1.1. Interés del tema.....	5
1.2. Objetivos.....	6
1.3. Metodología.....	6
2. La importancia del Rioja en el viñedo español.....	8
2.1. Superficie de cultivo.....	8
2.2. Producción.....	9
2.3. Sector exterior.....	10
3. Marco normativo y regulativo.....	11
3.1. Normativa comunitaria.....	11
3.1.1. Antecedentes.....	12
3.1.2. Recorrido y objetivos de la OCM vitivinícola en la Unión Europea.....	12
3.2. Normativa nacional.....	14
3.2.1. Aplicable a todo el sector vinícola español.....	14
3.2.2. Consejo regulador de la D.O. Ca Rioja	15
3.2.2.1. <i>D.O. Ca Rioja</i>	18
4. Diagnósticos de mercado.....	20
4.1. Fin de la autarquía y la primera OCM.....	21
4.2. Años 90: reconocimiento del problema.....	22
4.3. Nuevos escenario: crisis económica, nuevos países y sector exterior.....	25
5. Políticas regulatorias.....	31
6. Conclusiones.....	39
7. Bibliografía.....	41

1. INTRODUCCIÓN

1.1. INTERÉS DEL TEMA

Al principio, cuando mi tutor de proyecto Luis Antonio me propuso trabajar sobre este tema, políticas del vino, me sentí algo contrariado ya que no sabía ni cómo enfocar el trabajo, ni simplemente con qué me iba a encontrar. Sin embargo, rápidamente fue floreciendo en mí un interés cada vez mayor ya que toda mi familia se ha dedicado a la agricultura y más concretamente al cultivo de la vid. Por lo que finalmente sólo podría darle las gracias por darme la oportunidad de indagar e investigar en este tema. Al igual que al vino, no por todo lo que significa y ha significado para mi familia, sino por lo que representa para mi pueblo. Y es que como bien dijo una vez Galileo Galilei¹, “El vino es la luz del sol, unida por el agua”. Me resulta difícil describir esta bebida con tanta elocuencia pero he de decir que mi amor por esta unión hecha bebida no es menor. Sí, hablo de amor porque mi tierra, La Rioja, vive de la vid y he tenido la gran fortuna de trabajar y poder ayudar a mi familia en el cultivo de nuestro propio viñedo que tantas alegrías ha ido transmitiendo generacionalmente.

Dejando a un lado mi condición personal pero sin poder olvidarme del romanticismo, bien sabido es que el vino ha sido un gran comunicador entre personas, civilizaciones y culturas²; se ha llegado a utilizar como moneda de cambio³; se ha visto venerado en forma de dioses y es de gran importancia en muchas religiones⁴; ha servido y sirve de gran inspiración para las distintas manifestaciones del arte (poesía, música, pintura... etc.)⁵; ha sido y es alimento imprescindible en muchos hogares y sustento económico de muchos otros; en definitiva el vino se podría entender como una forma de vida hecha alimento.

¹ Galileo Galilei (Pisa, Toscana; 15 de febrero de 1564-Arcetri, Toscana; 8 de enero de 1642) fue un astrónomo, filósofo, ingeniero, matemático y físico italiano, relacionado estrechamente con la revolución científica

² Qué mejor ejemplo que la feria “Entreviñas” celebrada en Aldeanueva de Ebro (La Rioja) que reúne desde hace diez años el primer fin de semana de junio a personas de todos los lugares de España y parte del extranjero. Para más información, visitar: <http://www.aldeanuevadeebro.org/>

³ Ya que como recoge Ana María Rivera Medina en la revista *Universum*, volumen 21(2), “sino también para la ciudad de Mendoza, donde desde 1594 se registran pagos en especie, obligaciones por arrobas de vino, por ropa de la tierra, por bienes muebles o animales; como así, también en sueldos del cabildo abonados con mosto”.

⁴ Véase en la mitología griega y a Dionisio, dios de la vendimia y el vino, inspirador de la locura ritual y el éxtasis, y un personaje importante de la mitología griega, como hijo del dios principal Zeus. O la importancia en otras religiones como la cristiana y la presencia en celebraciones como la Eucaristía.

⁵ En la pintura se encuentran obras de grandes artistas de diferentes estilos, que plasman este hábito, representando personajes bebiendo vino, como es el caso de “Los Borrachos” de Velázquez o “El Bebedor” de Goya. Grandes poetas tomaron como tema principal de sus escritos el vino. Así, Rosalía de Castro en su poema “Ouh miña parra de albariñas uvas”, elogiaba al vino de su tierra.

Por todas estas razones no quería dejar escapar la oportunidad de brindar éste homenaje y poner así el broche final a mis estudios de Grado en Economía aplicando conceptos y conocimientos adquiridos durante la carrera.

1.2. OBJETIVOS

Los principales objetivos que nos hemos fijado a la hora de realizar este Trabajo son:

- Conocer el marco legal en el que se contemplan los vinos españoles y en concreto aquellos pertenecientes a la Denominación Rioja.
- Realizar un diagnóstico de la evolución del mercado vitivinícola desde la transición española y la apertura internacional.
- Detectar posibles fallos de mercado en el sector, tanto de oferta como de demanda.
- Analizar políticas llevadas a cabo para corregir dichos fallos de mercado y estudiar si éstas han resultado efectivas o no.
- Identificar nuevas políticas o políticas en marcha para escenarios futuros así como el estudio de su posible adaptación o inadaptación a un mercado internacional cambiante.

1.3. METODOLOGÍA

El Trabajo pretende ofrecer una panorámica general de la situación por la que atraviesan los vinos de D.O. Ca Rioja dentro de la geografía española y en el contexto global. Para ello, se ha comenzado por situar brevemente y en cifras cuantitativas lo que supone el vino de Rioja en cuanto a la producción nacional y en cuanto al mercado exterior dentro de los vinos españoles. Para ello se han realizado estadísticas a partir de datos obtenidos del MAPAM⁶, del Gobierno de la Rioja y del Consejo Regulador⁷ correspondientes al año 2016 cuando han estado al alcance los datos, y al promedio de los últimos años para el resto de valoraciones. Destacar que en la presentación de datos se hace especial distinción entre vino tinto y blanco debido a la importancia que ha tenido la evolución del consumo de ambos en el mercado en comparación a su producción. Las medidas utilizadas han sido hectáreas en cuanto a superficie y litros en cuanto a producción.

⁶ El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente es el Departamento competente en el ámbito de la Administración General del Estado para la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia de: lucha contra el cambio climático; protección del patrimonio natural, de la biodiversidad y del mar; agua; desarrollo rural; recursos agrícolas, ganaderos y pesqueros; industria agroalimentaria.

⁷ Ir al epígrafe sobre el marco regulatorio español.

A continuación, se va a tratar el primer objetivo analizando qué organismos tanto nacionales como internacionales llevan o han llevado a cabo el papel regulatorio del sector vitivinícola. Para ello se comenzará tratando aquellos organismos o instituciones que afectan a todos los vinos españoles incluidos a los de la D.O. Ca Rioja para acabar centrándonos en aquellos que sólo tienen competencia de influir o regular el *Rioja*.

Posteriormente el Trabajo se va a centrar en realizar un diagnóstico del mercado vitivinícola a través de un estudio cronológico de su evolución ya que partiremos de los Años 70 hasta los 80, continuaremos con la década de los 80 pasando por la entrada a la Unión Europea y lo que eso significa para el sector hasta la entrada del nuevo milenio, para acabar analizando la última década y media y la reconversión hacia un nuevo modelo de comercio y producción con nuevos competidores, nuevas demandas, nuevas técnicas...etc. El diagnóstico es cronológico ya que va a facilitar la tarea de detección de posibles fallos de mercado y análisis de las políticas económicas que se han llevado a cabo en función de éstos, y de lo que el mercado y sector requerían en cada momento. Además se estudiará la repercusión de estas políticas así como cumplimiento de objetivos y el origen de procedencia.

Para la realización de todo ello ha sido necesario realizar una importante labor de búsqueda en diversos informes publicados por diferentes organismos vinculados al estudio del vino como son: la OIV⁸ y el OeMV⁹; así como publicaciones de diferentes organismos públicos como el ICEX¹⁰ o el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, citado anteriormente. Además la consulta de revistas, tesis, informes... especializados en la materia han constituido una fuente de información inestimable para la elaboración del *Trabajo*.

Puesto que vamos a hablar de Denominaciones de Origen¹¹ e Indicaciones Geográficas Protegidas, es necesario realizar una definición y comparación entre ambos términos.

⁸ La Organización Internacional de la Viña y el Vino se define como una organización intergubernamental de carácter científico y técnico, con una competencia reconocida en el campo de la viña, el vino, las bebidas a base de vino, las uvas de mesa, las uvas pasas y otros productos derivados de la vid.

⁹ El Observatorio español del Mercado del Vino es una fundación privada, creada a través de la Federación Española del Vino (FEV) y Ministerio de Agricultura, para investigar y analizar datos del sector vinícola

¹⁰ Se trata del Instituto de Comercio Exterior que se trata una entidad pública empresarial de ámbito nacional que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas

¹¹ Más adelante en el apartado de normativa y regulación nacional se hablará más en profundidad de este tema y de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

Según el Reglamento (UE) 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo se establecen las diferentes diferenciaciones entre D.O.P e I.G.P¹²:

Tabla 1.3: Diferencias entre vinos con D.O.P y vinos con I.G.P

VINOS con DOP	VINOS con IGP
Su calidad y características son esencialmente o exclusivamente debidas a su origen geográfico, con sus factores humanos y culturales inherentes.	Posee una calidad, reputación u otras características específicas atribuibles a su origen geográfico.
100% de las uvas proceden exclusivamente de la zona geográfica de producción.	Al menos el 85% de las uvas procede exclusivamente de la zona geográfica.
Su elaboración tiene lugar dentro de la zona geográfica.	Su elaboración tiene lugar en el área geográfica.
Se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a Vitis vinífera.	Se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a Vitis vinífera y otras especies del género Vitis.

2. LA IMPORTANCIA DEL RIOJA EN EL VIÑEDO ESPAÑOL

En España, la industria vinícola está formada aproximadamente por 4.300 empresas, el 14% de toda la industria alimentaria española. Según el Consejo Regulador de la Rioja, la Denominación cuenta con 601¹³ bodegas que suponen un 14% de toda esta industria vinícola lo que evidencia la importancia económica que ésta supone. Es por eso que la vitivinicultura en La Rioja también desempeña un indudable papel social: fija población y ayuda a mantener el mundo rural (Molinero Hernando, Porcal Gonzalo y Molleví Bartolo, 2013). Estas serían algunas de las externalidades positivas que origina la vitivinicultura en el mundo rural.

2.1. SUPERFICIE DE CULTIVO

Si hablamos de superficie de cultivo podemos presumir con orgullo de que España se trata del mayor viñedo del mundo con un total de 955.717 hectáreas plantadas en todas

¹² Para más información consultar los artículos 94 y siguientes del R (CE) 1308/2013.

¹³ 326 pertenecientes a La Rioja, 259 a Álava y 15 a Navarra.

sus comunidades autónomas. Aunque en total según el MAPAM , el Potencial Vitícola de España es de a 1.045.427 has., potencial que incluye la superficie actualmente plantada de viñedo, los derechos de plantación de viñedo que se encuentran en poder de los agricultores sin utilizar y los derechos de las reservas regionales. En cuanto a Comunidades Autónomas, Castilla La Mancha encabeza el primer lugar con más del 50% del total seguida de Extremadura, Cataluña y Valencia. La Rioja como comunidad cuenta con 44.152 hectáreas de las cuales calificadas como D.O serán 42.687,52 has. Sin embargo habrá que sumarles las correspondientes 13.207,25 has. pertenecientes a Álava y las 6.724,92 has. de Navarra que hacen un total de 62.619,60 hectáreas. La superficie destinada para el cultivo de variedades tintas o variedades blancas queda de la siguiente manera:

Tabla 2.1: Distribución de la superficie de cultivo en la D.O. Ca Rioja según variedad en hectáreas

LA RIOJA		ÁLAVA		NAVARRA	
TINTO	BLANCO	TINTO	BLANCO	TINTO	BLANCO
39.408,37	3.279,05	12.286,96	918,28	6.300,89	424,03

Si hacemos balance, un 92,52% de estas hectáreas son destinadas a la producción de tinto y tan sólo 7,38% a la producción de blanco.

2.2. PRODUCCIÓN

Como no podía ser de otra forma España ocupa el podio de productores vinícolas, por detrás únicamente de Francia e Italia. Según los datos obtenidos del MAPAM hemos producido 3.770.300.000 litros de vino de los cuales casi la mitad (entorno a un 45%) se tratan de vino con D.O.P O I.G.P, lo que significa que elaboramos una gran cantidad de vino de calidad. Si atendemos a colores (tinto o blanco) la diferencia es mínima entre ambos. Sin embargo la brecha se agranda cuando realizamos la misma distinción pero dentro de los vinos de calidad¹⁴. Ya que de todo el vino de calidad producido, un 63,4% es tinto y un 36,6% es blanco; además dentro de todo el tinto producido más de la mitad es tinto de calidad mientras que en el caso del blanco podemos hablar de un 34% de blanco de calidad. Se podría concluir que en España a la hora de elaborar vino de calidad, se decanta por el tinto.

¹⁴ A partir de ahora nos referiremos por vinos de calidad por aquellos con Denominación de Origen Protegido o Indicación Geográfica Protegida.

En cuanto a la D.O.Ca Rioja, decir que elabora 317.828.229 litros, es decir un 8,5% de toda la producción española y un 20 % de toda la producción de calidad en España. Lo que refleja la gran importancia que ésta supone en cuanto a vino de calidad español si tenemos en cuenta su tamaño.

Tabla 2.2: Producción de vino D.O. Ca Rioja según variedades y participación según la propia denominación, la producción total española, la producción de vinos de calidad y la producción de vinos de calidad según variedad en litros¹⁵

Variedad	Total	Dentro de la D.O	Producción España	Producción vinos de calidad	Producción vinos de calidad según variedad
Tinto	279.722.021	88,01%	7,42%	16,94%	26,51%
Rosado	14.940.865	4,7%	0,4%	0,9%	-----
Blanco	23.165.343	7,29%	0,6%	1,4%	3,89%

Como cabía esperar por cómo estaban repartidas las superficies de cultivo en cuanto a variedad, hay una aplastante predilección por el tinto en cuanto al blanco. Sin embargo, cabe apreciar que el rendimiento obtenido en cuanto a litro/has. es mayor en la producción de blanco. Por último destacar que si ya resultaba curioso la gran presencia que tenía la producción de *Rioja* en cuanto a la producción española total, más lo es la importancia que supone la producción de tinto sobre la producción total de tinto de calidad español. Lo que confirma la relevancia de la Denominación de Origen Calificada Rioja en el sector vitivinícola español.

2.3. SECTOR EXTERIOR

España importa alrededor de 54.200.000 litros de vino, de los cuales el 53,32% son de vino blanco y el 46,68% son de tinto. En este ámbito la situación se revierte en cuanto a la producción. Si analizamos la naturaleza de estas importaciones, cabe decir que más de la mitad del vino importado se trata de vino con Denominación de Origen o Indicación Geográfica con lo que se podría decir que tenemos preferencia por el vino identificado de calidad. El dato curioso es que más del 70% de estas importaciones de vino identificado de calidad son destinadas al blanco lo que puede deberse a diversos motivos, ¿preferencia por el blanco extranjero?, ¿insuficiente atención a la producción del blanco?, ¿cambios en la demanda interna?.

¹⁵ Se han tomado datos sobre la elaboración de rosado para no perder cantidades.

En cuanto a las exportaciones, decir que según la FEV somos el principal país exportador del mundo y sin embargo nuestra demanda interna se ha reducido a la mitad en las dos últimas décadas. España ha exportado en 2016, 2.312.700.000 litros de vino, lo que supone un 61,34% de toda nuestra producción. En cuanto a colores decir que la balanza se inclina ligeramente por el tinto, pero sobre todo hacer referencia a la exportación a granel. Ya que casi un 60% de la producción de tinto es exportada al exterior como vino a granel y lo mismo sucede con el blanco.

En cuanto a D.O.Ca Rioja, en 2016 ha vendido al exterior 103.770.362 litros de vino que suponen un 36,75% de todas sus ventas¹⁶. Podríamos señalar por lo tanto que el Rioja tiene una mayor aceptación en el mercado interior en comparación con el conjunto de España o que por el contrario le falta por hacerse un hueco más dilatado en el mercado internacional.

En el caso de España, Francia, Italia, Portugal y Alemania son nuestros principales clientes en volumen mientras que en el caso de la D.O.Ca Rioja lo son Reino Unido, Alemania y Estados Unidos que justamente coinciden con los clientes en cuanto a valor para España (Martínez-Carrión, Medina-Albaladejo,2010). Podemos hablar de un modelo de gravedad en cuanto al comercio¹⁷ propuesto por Tinbergen¹⁸.

3. MARCO NORMATIVO Y REGULATORIO

Antes de todo destacar que no existe una ordenación completa y sistemática en un solo cuerpo legal. Sino que existe un “popurrí” de normas legales, reglamentarias, de inferior grado...así como de figuras jurídicas tanto a nivel comunitario, nacional, autonómico e incluso local y, además, sobre distintas materias en su ordenación: sanitaria, fiscal, administrativa, agroalimentaria, civil...etc (Gómez Pascual, 2016).

¹⁶ Las ventas de Rioja en 2016 ascendieron a 282.445.109 litros. Para más información, consultar: https://es.riojawine.com/multimedia/files/publicaciones/ESTADISTICAS_RIOJA_2016.pdf

¹⁷ Este modelo aplica la Ley de la Gravitación Universal enunciada por Newton(1687) al comercio : $X = A * Y1 Y2 / d$; donde X es el volumen de comercio (importaciones, exportaciones, o la suma total) entre los países, Y1 e Y2 serán el PIB de cada país, d la distancia entre los países y A una constante. Es decir, el comercio bilateral entre dos país es directamente proporcional a su tamaño (en términos económicos) e inversamente proporcional a la distancia entre ellos (Requena Silvente, 2013). El caso de Estados Unidos vendría explicado porque cada vez es menos influyente la distancia en cuanto al mercado gracias al abaratamiento de los costes de transporte y las nuevas tecnologías (Krugman, 206).

¹⁸ Jan Tinbergen, (La Haya, 12 de abril de 1903 - La Haya, 9 de junio de 1994) fue un economista y estadígrafo en la investigación de los ciclos económicos neerlandés. Fue uno de los pioneros en la aplicación de herramientas matemáticas a la economía.

3.1. NORMATIVA COMUNITARIA

España, al ser miembro de la Unión Europea desde 1986, acata una serie de Reglamentos comunes a todos los Estados Miembro. En este apartado prestaremos principal atención a la Organización Común del Mercado del Vino¹⁹.

3.1.1. Antecedentes

Aunque la primera OCM vitivinícola data del año 1970, nos centraremos en la evolución del marco regulativo europeo a partir del año 1986 con la entrada de España en la U.E.²⁰

Desde el principio se comprendió que no podía existir un mercado único sin haber una Política Agraria Común (P.A.C.) entre todos los Estados miembros. Para situarnos, hay que recordar que en las negociaciones de la Ronda de Uruguay del GATT (Acuerdo general sobre aranceles y comercio) de septiembre de 1986, se estableció como objetivo prioritario de las negociaciones relativas a la P.A.C., lograr una mayor liberalización del comercio internacional. Los objetivos de esta política agraria quedan recogidos en el artículo 39 del Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (TCEE). Desde un punto de vista económico, la P.A.C. se orientará al incremento de la productividad y a la estabilización de los mercados (haciendo las explotaciones agrarias más rentables y asegurando una producción ajustada a las necesidades de la población). Desde un punto de vista social, la P.A.C. ha de mejorar la renta agraria para garantizar un nivel de vida equitativo a la población agraria, asegurando al mismo tiempo al consumidor suministrar precios razonables (Sánchez Hernández, 2015). Además a través del Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA), la P.A.C. financia los pagos directos a los agricultores así como medidas para regular los mercados agrícolas. El Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) financia programas de desarrollo rural en los países de la UE²¹. Para que se diera el cumplimiento de estos objetivos se procedió a la creación de las denominadas organizaciones comunes de mercados amparadas en el artículo 4º del TCEE²².

¹⁹ A partir de ahora nos referiremos a ella como OCM del vino

²⁰ Para más información, visitar: <https://www.verema.com/blog/verema/533014-claves-para-entender-nueva-ocm-vitivinicola-1-parte>

²¹ Para más información visitar: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM%3Axy0023>

²² Destacar que hasta 2007, cuando se crea una única OCM, había 21 todas ellas con sus diferentes normas.

3.1.2. Recorrido y objetivos de la OCM vitivinícola en la Unión Europea

Gracias a la importancia económica que viene suponiendo a lo largo de la historia el sector vitivinícola en la Unión Europea, no es de extrañar que se origine la necesidad en el ámbito normativo de separar a este sector del conjunto del sector agrario.

A partir de la llamada Agenda 2000 se elaboraron una decena de nuevos reglamentos comunitarios, incluida la OCM vitivinícola de 1999, en la que se orienta una política agraria orientándose hacia la liberalización de los intercambios comerciales y mejora de la competitividad. El principal objetivo de ésta era eliminar desequilibrios entre oferta y demanda en el sector vitivinícola²³; el segundo objetivo fue el aumento de la calidad del vino para fomentar la protección del consumidor y del productor, ya que se definen los vinos de calidad producidos en regiones determinadas (v.c.p.r.d.). Serán los Estados miembros los que reconocen los v.c.p.r.d. y los comunican a la Comisión. Las condiciones tradicionales de producción se fundamentan en los elementos siguientes: delimitación de la zona de producción, variedades, prácticas culturales, métodos de vinificación., graduación alcohólica natural mínima, rendimiento por hectárea y análisis organoléptico²⁴. Además, se establece una regulación del etiquetado de los productos vínicos, incluidos los importados. Como tercer objetivo podríamos hablar del aumento de la competitividad para el cual se autorizan agrupaciones de productores, organizaciones sectoriales, entre otras cosas, para aplicar medidas que aumenten la calidad en toda la fase de producción, vinificación y comercialización. Como cuarto objetivo se regulan las prácticas y tratamientos enológicos²⁵, y como quinto objetivo, la designación, presentación y protección de estos productos vínicos, incluida la publicidad, que no será engañosa dando lugar a confusiones o induciendo a error al consumidor, respetando el buen funcionamiento del mercado, protegiendo tanto los intereses de los consumidores como de los productores.

Con el tiempo y basándose en su principio de adaptación coyuntural, la U.E. tiene la necesidad de una nueva OCM vitivinícola a través del Reglamento (CE) N° 479/2008 del Consejo de 29 de abril de 2008²⁶. En él se fijan una serie de ayudas procedentes de fondos comunitarios, destinadas al sector vitivinícola de cada país miembro.

²³ En el epígrafe sobre las políticas llevadas a cabo para corregir fallos de mercado trataremos este tema en profundidad

²⁴ Se trata de una valoración cualitativa que se realiza sobre una muestra basada exclusivamente en la valoración de los sentidos (vista, gusto, olfato, etc.).

²⁵ Anexos IV y V del Reglamento 1493/1999

²⁶ Por el que se modifica los Reglamentos (CE) N° 1493/1999, (CE) N° 1782/2003, (CE) N° 1290/2005 y (CE) N° 3/2008 y se derogan los Reglamentos (CEE) N° 2392/86 y (CE) N° 1493/1999

También se fija una nueva regulación para los vinos de calidad y se reconocen las Denominaciones de Origen Protegidas y las Indicaciones Geográficas Protegidas con certificaciones de calidad otorgándose a los Estados miembro el control de tales certificaciones si cumplen una serie de requisitos recogidos en la ley.

Además de regulación, el sector vitivinícola europeo recibe ayudas financieras mediante una serie de planes²⁷ para el periodo 2014-2018 mediante el Reglamento 548/2013, de 19 de julio que pretenden lograr la mejora de la eficiencia del sector de cara a su competitividad en relación con otros países. Esta medida es necesaria por la emergencia de nuevos países sin tanta tradición vitivinícola como los europeos pero que están pisando fuerte, como Chile, Argentina, Australia, Sudáfrica...

Esta regulación del sector vitivinícola europeo, ha recibido críticas por parte de otros países no miembros de la Unión Europea que, al no disponer de esa reglamentación, consideraban los controles de calidad como barreras no arancelarias, que les impedían competir o introducirse en el mercado europeo. Incluso Estados miembro, con poca tradición en este tipo de figuras, como los países nórdicos, critican la regulación.

3.2. NORMATIVA NACIONAL

3.2.1. Aplicable a todo el sector vinícola español

Por lo que se refiere a la normativa nacional, la primera ley que regula la materia del vino es la Ley de 29 de mayo de 1933 del Estatuto del vino: Regulación de su producción y venta²⁸. En ella se recoge el Estatuto del Vino y se establece su producción y venta, así como las prácticas permitidas y prohibidas. En el Capítulo I y en su artículo primero, bajo el nombre de definiciones, se determinan las características que debe contener el vino para poder ser determinado como tal. A continuación, en el segundo, se encuentra la definición de vino, sus diferentes clases y las denominaciones que toman los vinos por sus características.

Más adelante, en el artículo 30, se especifica qué es lo que se entiende por denominación de origen, entendiéndose por tal: “los nombres geográficos conocidos en el mercado nacional o extranjero, como empleados para la designación de vinos típicos, que respondan a unas características especiales de producción y a unos procedimientos

²⁷ Son los denominados Programas de Apoyos Nacionales tratados más en profundidad en el epígrafe de políticas económicas

²⁸ Para más información visitar: http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/40869_4.pdf

de elaboración y crianza utilizados en la comarca o región de la que toman el nombre geográfico”.

En 1970 se establece la Ley 25/1970 de 2 de diciembre, de Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes²⁹. Con este nuevo Estatuto se pretende una mayor regulación del sector y concretar sus parámetros de actividad con controles de cara a su posible adulteración y para decidir qué tipo de vinos son para el consumo y cuáles son sus características.

En relación a los vinos de calidad, en esta Ley se aglutinaron los diferentes consejos reguladores de las distintas denominaciones de origen en el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, un organismo adscrito al Ministerio de Agricultura.

Cuando España pasa a ser miembro de la Unión Europea, la Ley de 1970 queda obsoleta y es necesaria una nueva regulación del vino para poder cumplir y estar en consonancia con la normativa europea. Por ello, en 2003, después de grandes negociaciones, se aprueba la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino³⁰. En ella se especifican los requisitos que deben cumplir los vinos de calidad para recibir diferentes certificaciones de calidad.

A partir de esta Ley, se van aprobando diferentes decretos en relación a aspectos específicos que van en consonancia con el marco legislativo del sector, como son las ayudas destinadas a España por parte de la Unión Europea que se ejecutan por medio del Real Decreto 1547/2011, de 31 de octubre, por el que se regula la medida de inversiones recogida en el programa de apoyo al sector vitivinícola para el periodo de 2009 a 2013³¹, y el Real Decreto 548/2013, de 19 de julio para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola español³²

3.2.2. Consejo regulador de la D.O. Ca Rioja

A finales del siglo XIX con el resurgir del Rioja moderno nace la necesidad de proteger estos magníficos caldos de falsificadores y usurpadores así como de garantizar la excelente calidad de estos vinos (Gómez Urdáñez, 2001). De esta forma, nacería en España la que es hoy más antigua Denominación de Origen que busca tanto la protección de sus vinos como garantizar la máxima de excelencia de éstos.

²⁹ Publicado en el BOE Núm. 291, de 5 de diciembre de 1970.

³⁰ Publicado en el BOE núm. 165, de 11 de julio de 2003.

³¹ Publicado en el BOE Núm. 278, de 18 de noviembre de 2011

³² Publicado en el BOE Núm. 173, de 19 de julio de 2013.

El nacimiento oficial de la Denominación de Origen Rioja, sería el 6 de junio de 1925, autorizándose la introducción en las etiquetas de vino la palabra Rioja con el carácter de marca colectiva y creando una precinta especial de garantía. La base legal de esta medida tenía su precedente en la Ley de 1902³³ sobre la propiedad industrial, que en su título IX hablaba de las "indicaciones de procedencia". Sería un año más tarde, un 22 de octubre de 1926, cuando Alfonso XIII y el Ministro de Trabajo, Comercio e Industria, Eduardo Aunós Pérez, firmaban el real decreto por el que se ponía en marcha el Consejo Regulador. A éste se le encomendó la tarea de delimitar la zona de producción del *Rioja*, controlar la expedición de las "precintas de garantía" y recomendar las medidas legales a adoptar contra los usurpadores y falsificadores de la marca *Rioja*. Su Reglamento³⁴ sería aprobado en febrero de 1928 y constaba de cinco títulos distribuidos en 31 artículos y uno más transitorio. Un año más tarde de la promulgación de 1932 del Estatuto del Vino, se autorizaba mediante Orden Ministerial³⁵ la creación del segundo Consejo Regulador de Rioja en función de las directrices que el Estatuto marcaba respecto a su composición, presidencia, funciones, etc.

Tas la Guerra Civil nace la necesidad imperiosa de resucitar el Consejo. De esta forma en diciembre de 1944, representantes de cosecheros y exportadores se reunieron en una asamblea promovida por la Organización Sindical y solicitaron la constitución del tercer Consejo Regulador, que se haría efectiva mediante Orden Ministerial de 24 de enero de 1945. Las razones de esta creación pueden observarse en anuncios del periódico local *Nueva Rioja*, el primero del 14 de diciembre decía así:

“Viticultor riojano:
La protección de denominación de origen ‘Rioja’ equivale a:
1. Revalorizar los vinos riojanos
2. Aumentar las exportaciones de calidad
3. Crear nuevos tipos
4. Cuidar con esmero la crianza de los existentes
5. Conquistar, para la Rioja y España un prestigio comercial de primer orden
¡Une tu esfuerzo al de la Organización Sindical!
¡Exige que tu Hermandad esté presente en la Asamblea de vitivinicultores que se celebrará en Logroño el próximo día 19!”

³³ Para más información, visitar: <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE//1902/138/A00782-00787.pdf>

³⁴ Para ampliar información consultar texto completo en: <http://www.gomezurdanez.com/vino.pdf?i=1>

³⁵ Disposición reglamentaria dictada por un ministro en el ámbito de sus competencias

Al que se le sumaron otros los siguientes dos días que decían:

“EXPORTADOR DE VINOS DE RIOJA:
¿Qué hiciste hasta ahora por defender tus típicas
elaboraciones?¿Desconoces que actualmente te hallas indefenso
ante los suplantadores de tus productores?¡Acude a la Asamblea
que el día 19 se celebrará en el Cinema Social!
¡Identifícate con la
Organización sindical en el afán de proteger la denominación
‘Rioja’!³⁶

En 1970 se establece la Ley 25/1970 de 2 de diciembre, de Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes³⁷, con el que se crea un nuevo Consejo Regulador que inició un proceso de perfeccionamiento de los sistemas de control, hasta convertirlo en uno de los más rigurosos y eficaces del mundo (Luena López, 2016). Años más tarde con la renovación del Consejo Regulador en 1982 de acuerdo con las normas del Decreto 2004/79, ajustadas a los nuevos principios democráticos proclamados por la Constitución, se inicia una nueva etapa caracterizada por la progresiva implantación de un plan perfectamente articulado de controles cualitativos y cuantitativos, que se aplican tanto sobre la producción como sobre la comercialización: registros de viñedos y de bodegas, control de las prácticas de cultivo y rendimientos máximos de producción, calificación de los nuevos vinos, seguimiento de los tiempos de crianza y de las añadas, etc. Paralelamente, a diferencia de lo que había ocurrido en etapas anteriores, el Consejo Regulador va incrementando su dotación presupuestaria, su infraestructura y su personal en función de las exigencias que plantea el estricto cumplimiento de sus fines, concretados en la defensa de la Denominación, control y fomento de la calidad y promoción genérica de la marca Rioja. Todo ello financiado con las aportaciones de viticultores y bodegueros quienes, a través de sus respectivas representaciones, han propiciado que se genere una normativa de autocontrol más rigurosa en términos generales que la propia legislación de la Unión Europea (Navajas Zubeldía, 1999)

La culminación de todo este proceso llegaba en abril de 1991 con la concesión de la Denominación de Origen Calificada Rioja³⁸y la aprobación de un nuevo Reglamento Era el obligado reconocimiento al serio y continuado esfuerzo realizado por el sector vitivinícola riojano para alcanzar las más ambiciosas metas de calidad e imagen de prestigio. En 2004 se abriría una nueva etapa a partir de los artículos 39, 40, 41 y 42 del

³⁶ Para ampliar información, visitar texto completo: <http://dealgunascosas.es/wp-content/uploads/2015/03/La-Rioja-empieza-a-caminar-primera-edicion.pdf>

³⁷ Explicado en el epígrafe anterior sobre la NORMATIVA NACIONAL

³⁸ Explicada más en profundidad a continuación.

Reglamento³⁹, a fin de hacer posible:” la constitución del Consejo Regulador con la misma representatividad y consecuencias que la Organización Interprofesional del Vino de Rioja, de conformidad con la disposición adicional octava de la Ley de la Viña y el Vino de 2003, así como introducir los cambios precisos en sus funciones y forma de funcionamiento”.

3.2.2.1. *D.O.Ca Rioja*

Esta denominación se encuentra situada en el Valle del Ebro y sus afluentes, limitando al norte con la Sierra de Cantabria y al sur con la Sierra de la Demanda. Es una región vinícola pluriprovincial, pues sus 62.000 hectáreas actuales de viñedo se distribuyen entre las Comunidades autónomas de La Rioja, Navarra y Euskadi. Su diversidad climática y las diferentes características de sus suelos, hacen que esta región vitivinícola se divida en tres subzonas: Rioja Alta, Rioja Baja y Rioja Alavesa, aunque ello no suponga una diferenciación en cuanto a la calidad de los vinos. Climáticamente se diferencian dos zonas separadas por el río Iregua; una hacia el oeste desde Logroño, de inviernos largos, veranos fríos y otoños templados, es más lluviosa, tiene influencia atlántica; y la otra, aguas abajo del Ebro, de inviernos soleados y veranos más calurosos, es más seca, de influencia mediterránea (Consejo Regulador,2017). Por último, a la Rioja Alavesa de características atlánticas, la diferencia su mayor exposición al sol. Las viñas se cultivan en tres tipos de suelos, que aportan a los vinos caracteres distintos: Suelos arcilloso-calcáreo, los cuales producen vinos con mucho extracto, glicerina y elevado pH, suponen el 25% aproximadamente del total de la extensión cultivada y predominan en la Rioja Alavesa. Suelos arcilloso-ferroso, dan vinos de calidad, pero con el pH inferior al anterior, suponen también un 25% de la extensión cultivada, se reparten por toda la denominación de origen. Suelos aluviales, son los más próximos a los cauces de los ríos, producen vinos más alcohólicos y con un pH no muy alto, suponen el 50% de la extensión cultivada, repartidos también por toda la denominación de origen (De Pablo valenciano,2011).

Según el MAPAM la distinción de Denominación de Origen Calificada sólo podrá figurar en un vino perteneciente a una de las categorías 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 15 y 16 del anexo VII, parte II, del Reglamento (UE) 1308/2013, de 17 de diciembre, cuando esté acogido a una DOP, y se cumplan además los siguientes requisitos:

³⁹ Para más información consultar: <https://es.riojawine.com/es/37-reglamento.html>

- La zona geográfica de la DOP deberá ser un pago, entendiendo por tal, el paraje o sitio rural con características edáficas y de microclima propias que lo diferencian y distinguen de otros de su entorno, conocido con un nombre vinculado de forma tradicional y notoria al cultivo de los viñedos de los que se obtienen vinos con rasgos y cualidades singulares y cuya extensión máxima será limitada reglamentariamente por la Administración competente, de acuerdo con las características propias de cada Comunidad Autónoma, sin que pueda ser igual ni superior a la de ninguno de los términos municipales en cuyo territorio o territorios, si fueren más de uno, se ubique.
- Los vinos deberán ser elaborados y embotellados por las personas físicas o jurídicas que, por sí mismas o por sus socios, ostenten la titularidad de los viñedos ubicados en el pago o con carácter excepcional y en los supuestos que la Administración competente lo autorice reglamentariamente, en bodegas situadas en la proximidad del pago que, en todo caso, deberán estar situadas en alguno de los términos municipales por los cuales se extienda el vino de pago o en los colindantes.
- Toda la uva que se destine a estos vinos deberá proceder de viñedos ubicados en el pago y el vino deberá elaborarse, almacenarse y, en su caso, criarse de forma separada de otros vinos.
- En la elaboración de los vinos de pago se implantará un sistema de calidad integral, que se aplicará desde la producción de la uva hasta la puesta en el mercado de los vinos. Este sistema deberá cumplir, como mínimo, los requisitos establecidos para las Denominaciones de Origen Calificadas.

La D.O.Ca Rioja ampara a vinos que pertenecen a la categoría 1 (“Vino”), y categoría 5 (“Vino espumoso de calidad”)⁴⁰. Ésta establece rigurosos controles de calidad y en su pliego de condiciones quedan recogidas⁴¹: las características analíticas que tienen que tener estos vinos en cuanto a graduación, acidez volátil (expresada en ácido acético), intensidad colorante, azúcares reductores, contenido anhídrido sulfuroso, acidez total, sobrepresión (para los vinos espumosos de calidad); las características organolépticas según el vino; también se hace alusión a las prácticas específicas de elaboración e

⁴⁰ De acuerdo con la parte II del Anexo VII del Reglamento 1308/2013, del Parlamento y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013.

⁴¹ Para más información, consultar: <https://es.riogawine.com/multimedia/files/pliegocondiciones2018.pdf>.

implantación de restricciones; se delimita la zona geográfica; queda fijado un rendimiento máximo⁴²; y las variedades de uva utilizables para la elaboración⁴³.

4. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO

Según el economista Gregory Mankiw⁴⁴, en su libro "Principios de Economía"⁴⁵, un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta". Para este apartado tomaremos la definición de este economista y estudiaremos por lo tanto ambos puntos de vista, la oferta y la demanda. Enfocaremos nuestro estudio todo lo posible en favor de la D.O Ca Rioja.

Durante la segunda mitad del siglo XX y hasta fechas recientes los mercados mundiales de Vino se han expandido considerablemente al amparo de la globalización. Ello transcurrió en dos fases: una primera que fue con el incremento del consumo en los países tradicionalmente no productores durante el periodo de mayor crecimiento económico del mundo occidental (entre la década de 1950 y mediados de la 1970) conocida como la "edad dorada" del capitalismo europeo; y una segunda fase con la incorporación de nuevos países productores y consumidores de otros continentes desde comienzos de la década de 1980 hasta la actualidad, etapa considerada como la globalización del vino (Anderson, 2004).

Desde el lado de la oferta tomaremos como referencia datos sobre la producción, superficie de cultivo y rendimiento de estos; y por el lado de la demanda tendremos en cuenta tanto los litros consumidos en España como la evolución de las exportaciones en el exterior y sus consumos.

⁴² La producción máxima por hac. será de 6.500 kg de uva equivalente a 45,5 HL para las variedades tintas, y de 9.000 kg de uva equivalente a 63HL para variedades blancas. La producción máxima admitida por hectárea en el caso de uva destinada a la elaboración de vinos con reconocimiento de la entidad geográfica menor 'viñedo singular', será de 5.000 kg de uva, equivalente a 32,50 Hl para las variedades tintas, y de 6.922 kg, equivalente a 44,99 Hl para las variedades blancas. Este rendimiento no podrá ser modificado en ningún caso.

⁴³ Variedades tintas: tempranillo, garnacha tinta, mazuelo, graciano y Maturana tinta.
Variedades blancas: viura, sauvignon blanc, malvasía, garnacha blanca, tempranillo blanco, Maturana blanca, chardonnay y turruntés

⁴⁴ Nicholas Gregory Mankiw (n.Trenton, 3 de febrero de 1958) es un profesor de economía y macroeconomista estadounidense. Mankiw consiguió su título de economista summa cum laude en la universidad de Princeton. Actualmente es profesor universitario en Harvard.

⁴⁵ Para ampliar información, consultar obra completa:http://catalogo.rebiun.org/rebiun/doc?q=84-481-14221+%7C%7C+8448114221&start=0&rows=1&sort=score%20desc&fq=msstored_mlt172&fv=LIB&fo=and&redo_advanced=false

4.1. FIN DE LA AUTARQUÍA Y LA PRIMERA OCM

Si bien inicialmente existía un cierto equilibrio en el mercado vitivinícola, sin limitación de plantaciones, en la década de los años setenta aumentó enormemente la producción en relación a la demanda, lo que originó en la década de los años ochenta, el aumento de los excedentes. Se hizo necesaria la disminución de la producción, para lo cual se establece una prohibición de nuevas plantaciones de viñedo -salvo excepciones-, con la obligación de destilar excedentes de producción vínica para el alcohol de boca. Esto sucederá con más fuerza durante los años 1975 y 1976 introduciendo una prima por arranque para el abandono definitivo de la producción. Desde esos años, la superficie de viñedo en la U.E. descendió considerablemente. Acudiendo a datos prestados por los Anuarios estadísticos realizados por el MAPAM podemos ver esta reducción constante de superficie de viñedo también se haría efectiva en España.

Tabla 4.1: Serie histórica de superficie, producción y rendimiento del vino español.

Fuente MAPAM

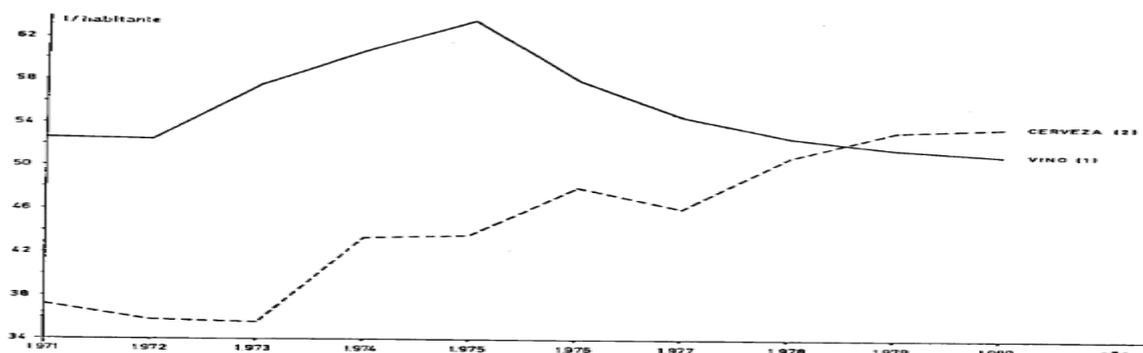
Años	Viñedo de uva de mesa (1)				Viñedo de uva para transformación (2)			
	Superficie (miles de ha)		Rendimiento de la superficie en producción qm/ha	Producción de uva miles de t	Superficie (miles de ha)		Rendimiento de la superficie en producción qm/ha	Producción de uva miles de t
	Total	En producción			Total	En producción		
1930	—	81,5	27,0	219,5	—	1.333,0	21,1	2.807,1
1935	—	83,1	25,6	212,9	—	1.382,3	19,2	2.649,4
1940	—	78,1	22,4	175,1	—	1.378,2	14,9	2.056,5
1945	—	82,4	20,3	167,2	—	1.290,2	16,7	2.157,9
1950	—	95,7	21,6	207,2	—	1.347,9	16,6	2.235,8
1955	—	102,0	19,8	202,0	—	1.395,1	18,5	2.577,3
1960	—	98,0	23,2	227,4	—	1.507,5	21,8	3.140,5
1965	87,2	78,8	39,2	313,2	1.600,7	1.399,7	29,0	4.062,4
1970	90,8	85,0	45,9	390,2	1.535,1	1.443,5	24,6	3.749,5
1975	89,2	85,3	54,1	461,3	1.650,5	1.525,3	31,1	4.740,8
1980	83,3	78,7	67,0	527,6	1.642,6	1.578,7	39,2	6.193,8
1981	81,8	77,5	63,8	494,5	1.638,6	1.579,5	31,1	4.908,0
1982	80,8	76,6	70,4	539,1	1.636,1	1.591,4	34,7	5.489,9
1983	78,3	74,5	67,1	499,7	1.618,5	1.570,8	29,4	4.619,4
1984	79,9	76,2	72,7	554,0	1.553,2	1.511,1	33,6	5.076,2
1985	76,2	73,4	76,5	561,3	1.516,7	1.479,0	33,1	4.899,0
1986	73,2	70,0	75,7	530,0	1.499,5	1.461,2	36,5	5.332,5
1987	67,9	65,2	78,9	514,6	1.445,8	1.415,4	41,3	5.850,2
1988	63,4	60,9	67,9	414,0	1.420,9	1.379,0	24,3	3.346,4
1989	63,5	60,6	69,9	423,8	1.409,8	1.374,3	33,5	4.609,8
1990	60,7	58,3	81,8	476,8	1.393,0	1.344,0	44,6	5.997,0
1991	57,6	53,6	86,1	461,6	1.372,9	1.326,3	35,7	4.735,1
1992	55,2	53,6	76,0	407,2	1.324,8	1.244,7	43,0	5.350,0
1993	51,6	49,4	80,2	396,4	1.228,8	1.185,6	35,2	4.171,2
1994	40,1	39,1	76,9	300,8	1.192,7	1.152,5	25,8	2.953,6
1995	38,1	36,8	108,3	398,5	1.168,1	1.123,3	26,3	2.951,5
1996 (P)	34,7	33,6	109,9	369,0	1.127,1	1.088,8	42,3	4.604,5
1997 (A)	—	—	—	310,8	—	—	—	5.185,6

Podemos encontrar problemas también desde el lado de la demanda, ya que mientras que la demanda interna de vino descendía, aumentaba el consumo en otros bienes sustitutivos como la cerveza (véase en la Tabla 4.1.1). Por otro lado las exportaciones se vieron reforzadas gracias a la entrada en la CE en 1986 y un mercado común europeo con unos objetivos orientados a una mayor liberalización del mercado presentes en la Ronda de Uruguay del GATT⁴⁶. Además a esto hay que sumarle que en este momento

⁴⁶ El GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), es la organización predecesora a lo que ahora conocemos como OMC (Organización Mundial de Comercio). Para ampliar más información sobre la negociaciones llevadas a cabo en la Ronda de Uruguay visitar: http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_reas/r155_09.pdf

Alemania y Gran Bretaña eran los dos principales destinos de las exportaciones españolas, y la evolución del tipo de cambio con respecto a la libra y el marco fue beneficioso para España en cuanto a su ganancia competitiva frente a Francia.

Tabla 4.1.1: Evolución anual de consumo de cerveza y vino



Con todo esto podríamos decir que estamos en un punto de inflexión tanto desde el lado de la oferta como de la demanda. Si bien hasta mediados de los años 70 el mercado gozaba de gran salud, el aumento de la producción junto con los nuevos hábitos de demanda va a suponer un dolor de cabeza para los años posteriores.

En cuanto a la D.O Ca Rioja cabe decir que también se vio afectada por lo que tuvo que reducir sus hectáreas de cultivo en un principio. Sin embargo debido a la mayor rentabilidad que este cultivo ofrece en comparación con otros territorios de la geografía española podemos ver en la siguiente tabla cómo a mediados de los 80 y con la entrada en la CE, las superficies de cultivo van en aumento.

Tabla 4.1.2: Evolución de hectáreas, producción y elaboración de vino Rioja

AÑO	HECTÁREAS PRODUCTIVAS			PRODUCCIÓN (kg. de uva)	RENDIMIENTO MEDIO (kg/ha)	ELABORACIÓN AMPARADA (litros)
	TINTAS	BLANCAS	TOTAL			
1985	29.903	9.094	38.817	241.296.770	6.319	173.346.717
1986	29.936	9.079	39.015	173.529.246	4.448	119.830.258
1987	30.206	9.065	39.271	186.151.310	4.740	133.749.709
1988	33.049	8.997	42.046	180.410.559	4.291	131.082.102
1989	33.851	8.840	42.691	223.279.641	5.230	160.609.524
1990	34.182	8.669	42.851	225.635.498	5.266	161.242.940
1991	34.381	8.509	42.889	213.410.823	4.976	145.345.353
1992	35.848	8.227	44.075	214.637.991	4.870	149.938.412

4.2. AÑOS 90: RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA

Con la llegada de los años 90 se presenta un nuevo escenario ya que suceden dos hechos muy importantes para el *Rioja*: el reconocimiento de un desequilibrio oferta-demanda

causado por la generación de excedentes durante la década de los 80 tras el fuerte auge del sector; y la concesión de la Denominación de Origen Rioja Calificada como reconocimiento de calidad de sus vinos y de los mecanismos de control pertinentes para garantizarla ante los consumidores (1991). Todas las partes que componen el sector, productores, criadores y comercializadores, están de acuerdo en la existencia de un problema de desequilibrio en el mercado. Es decir, podríamos decir que estamos ante un fallo de mercado⁴⁷ originado por este desequilibrio oferta-demanda. Ahora bien, hay que cuantificar dicho problema y estudiar las medidas necesarias para no seguir generando más desequilibrios en años venideros. Las medidas las veremos más a fondo cuando estudiemos las políticas llevadas a cabo en cada etapa para corregir este fallo de mercado. Los problemas por parte de la oferta vendrían por el aumento descontrolado de los rendimientos y por la existencia de un mercado amplio para los vinos de la D.O Ca en los que aún no se había profundizado lo suficiente (Barco Royo, 1992). En el caso de la demanda, seguir destacando el descenso continuado de consumo de vino en España y en el resto del mundo impulsado por el acelerado cambio de hábitos sociológicos y por una persistente campaña antialcohólica (Melchor Enrique, 1992). Ya que el vino se trata de un bien demérito⁴⁸.

Si nos adentramos más aún el diagnóstico de la demanda, podemos distinguir en cuatro tipos de vino según la reglamentación vigente: sin crianza, crianza, reserva y gran reserva. La evolución del consumo de cada uno de estos tipos es crucial para estimar las necesidades de existencias al final de cada campaña, ya que los vinos de crianza van a adquirir uno u otro nombre en función del tiempo de envejecimiento en bodega de roble y en botella⁴⁹.

⁴⁷ Un fallo de mercado es una situación en la que la asignación de los recursos por parte del mercado no es eficiente

⁴⁸ “ Los bienes y servicios indeseables o condenables ("demerit goods") son, en consecuencia, aquellos que los individuos pueden preferir consumir en una cuantía excesiva debido a una valoración imperfecta. El consumo de bebidas alcohólicas, de tabaco y de drogas son ejemplos representativos de este tipo de necesidades que justifica una intervención de la economía pública en un sentido de penalización u obstaculización.” (Calle Saiz, 1970)

⁴⁹ Crianza: corresponde a vinos al menos en su tercer año que han permanecido un año como mínimo en bodega de roble. En vinos blancos el período mínimo de envejecimiento en bodega es de 6 meses.

Reserva: corresponde a vinos muy seleccionados con una crianza mínima entre bodega de roble y botella de tres años, de los cuales uno al menos en bodega seguida y complementada con un envejecimiento mínimo en botella de 6 meses. En vinos blancos el período de crianza es de 2 años, de los cuales como mínimo 6 meses en bodega.

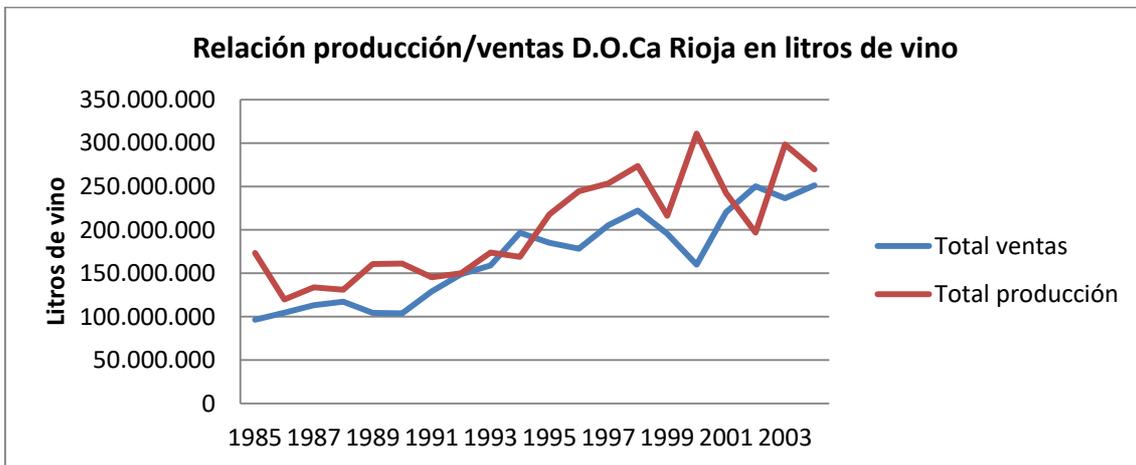
Gran Reserva: corresponde a vinos de grandes cosechas que han sido criados durante un período total de sesenta meses con un mínimo de dos años en bodega de roble y 2 años en botella. En vinos blancos el período de crianza es de 4 años, de los cuales 6 meses como mínimo en bodega.

En esa pequeña tabla podemos observar como más de la mitad del consumo viene sostenido por los vinos jóvenes, es decir los elaborados en el año, sin crianza. Este dato es importante ya que quiere decir que más de la mitad de la producción de cada año será vendida en el ejercicio

VINO COMERCIALIZADO D.O.C. RIOJA (%)			
CLASE	1980	1985	1990
Sin Crianza	5,5	53,88	53,5
Crianza	34,55	36,74	35,0
Reserva	6,80	6,18	8,4
Gran Reserva	3,65	3,20	3,4

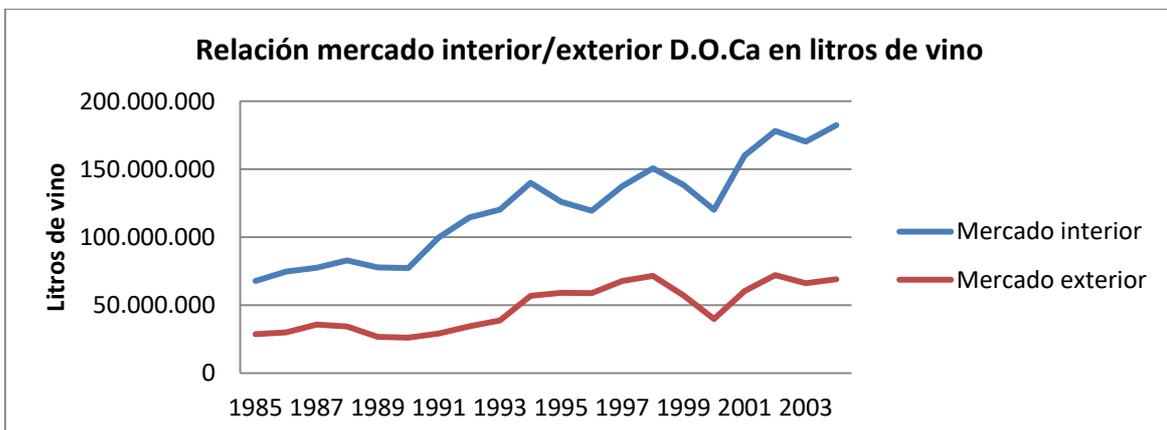
siguiente y el resto seguirá un proceso de maduración y crianza. El ajuste entre oferta y demanda se puede ver en la siguiente tabla (Tabla 4.2) en la que se relaciona la producción de cada año con las ventas de vino *Rioja*. Éste ajuste como se puede observar se iniciaría con la entrada en la CE en 1986 y como resultado de las políticas llevadas a cabo.

Tabla 4.2: Evolución de la relación producción/ventas D.O.Ca Rioja



También podemos observar en la tabla a continuación que a pesar del crecimiento de las exportaciones con la entrada en el mercado único, el principal sustento para la producción del *Rioja* va a ser nuestra demanda interior.

Tabla 4.2.1: Evolución de la relación entre ventas en el interior y exterior de vino Rioja



Como podemos ver, con la entrada en el mercado único las ventas en el extranjero y en el interior se estrechan. Sin embargo se puede apreciar como poco a poco y sobre todo con el inicio del nuevo milenio, la relación entre ambas se va a caracterizar por unas exportaciones estancadas y un importante repunte de la demanda interior. La mayoría de esta canalizada a través de la restauración.

Llegados a éste punto del diagnóstico se pueden hacer varias importantes reflexiones. Los años 60 y principios de los 70 fueron un periodo de crecimiento del sector caracterizado por la libertad en cuanto a plantación y a cantidades de producción. La demanda, sobre todo la interna, en un principio acompañaba aunque se empezaría a reducir en detrimento de otros bienes sustitutivos de menor graduación alcohólica como la cerveza. Estaban cambiando los comportamientos socioculturales en España. Ya a finales de los 70 se tomarían las primeras medidas para corregir el desequilibrio entre oferta y demanda. Los ajustes en la D.O.Ca Rioja comenzarían a ser visibles a finales de los años 80 coincidiendo con la entrada en el mercado único. Sin embargo, hay que destacar que el *Rioja* ha sabido sobrevivir a estos desequilibrios apoyándose en una demanda interna que descendía años tras año apostando por la calidad y distinción de sus caldos.

4.3. NUEVOS ESCENARIOS: CRISIS ECONÓMICA, NUEVOS PAÍSES Y SECTOR EXTERIOR

Según datos ofrecidos por el Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, el número de bodegas se ha venido reduciendo en los últimos años sobre todo con la crisis. Conforme a datos ofrecidos por Vinetur⁵⁰, en 2017 España cuenta con 4.093 bodegas. Si comparamos estos datos con los de 2008-años iniciales de la crisis- el número de bodegas se ha reducido en 97, a un ritmo de -0,3% anual.

⁵⁰ Vinetur es una revista digital dedicada a prestar toda la información de manera más actualizada posible sobre el sector vitivinícola español, y su relación con el exterior.

Tabla 4.3: Evolución de número de bodegas españolas por CCAA 2008-2017

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	1-ene.-08	1-ene.-12	1-ene.-15	1-ene.-17	CAGR 08-17	Var. Nº 08-17
PAÍS VASCO	565	465	452	436	-2,8%	-129
CASTILLA-LA MANCHA	494	457	433	420	-1,8%	-74
EXTREMADURA	162	137	122	128	-2,6%	-34
LA RIOJA	416	390	401	389	-0,7%	-27
NAVARRA (C. FORAL DE)	120	114	104	105	-1,5%	-15
ARAGÓN	137	135	127	122	-0,2%	-15
CANARIAS	113	101	95	100	-1,3%	-13
GALICIA	424	417	404	415	-0,2%	-9
C. VALENCIANA	196	187	200	197	0,1%	1
CANTABRIA	7	8	9	10	4,0%	3
ASTURIAS (PRINCIPADO DE)	13	12	14	17	3,0%	4
MURCIA (REGION DE)	66	70	69	73	1,1%	7
ANDALUCIA	281	285	271	290	0,4%	9
BALEARES (ISLAS)	59	63	65	69	1,8%	10
MADRID (COMUNIDAD DE)	150	159	153	173	1,6%	23
CATALUÑA	509	546	545	575	1,4%	66
CASTILLA Y LEÓN	478	531	560	574	2,1%	96
TOTAL ESPAÑA	4.190	4.077	4.024	4.093	-0,3%	-97

Esta reducción empresarial se ha podido deber a la existencia de una industria actual muy atomizada⁵¹ con un gran número de bodegas y por una reducción del consumo interno impulsado por la crisis económica, el auge de bebidas alcohólicas sustitutivas y cambios socioculturales. Se ha presentado así un nuevo escenario para las bodegas españolas en la que cada vez tienen más la necesidad de buscar salidas a su producción en el sector exterior. De esta forma podríamos decir que han pasado a existir dos estrategias de comercialización internacional muy diferenciadas: una sería la apuesta por vender calidad frente a cantidad debido a la propia naturaleza de los vinos españoles –como sería el caso de la D.O.Ca Rioja- frente a otra que apuesta por la venta a granel en volumen y así dar salida al producto con rapidez y ganar liquidez a corto plazo. El problema en intentar vender calidad o intentar vender cantidad, es que vender producto embotellado con todo lo que ello supone (corcho, etiqueta, empaquetado, proceso de garantía de calidad...etc), más transportarlo, resulta mucho más costoso que vender a granel. Esto va a provocar una externalidad negativa a la hora de intentar colocar nuestros caldos embotellados de calidad a un mayor precio en el mercado exterior por el efecto arrastre que el granel tiene a la baja; lo que va a originar otro fallo de mercado que trataremos más a fondo en adelante.

⁵¹ El término de “atomización del mercado” hace referencia a un mercado donde existe un elevado número de productores y compradores sin que ninguna de las dos partes ejerza una posición dominante que le permita influir en el equilibrio del mercado.

Otro problema sería que los exportadores españoles van a tener que competir en un mercado exterior donde la competencia va en aumento con la entrada de los ya nombrados Nuevos Países Productores de vino⁵² (Australia, Chile, Sudáfrica...). Esta competencia viene manifestándose desde los años 90 aunque es ahora en esta última década cuando su presencia se ha hecho más notable. Esto se debe a que han implantado estrategias innovadoras de producción y comercialización hasta el punto de alcanzar importantes cuotas de mercado; a la creciente necesidad por dirigir parte de la producción al exterior; y a la aparición de nuevos mercados potenciales en cuanto a número de habitantes (China, Japón, Estados Unidos). Estos vinos procedentes de los NPP caracterizados por tener una buena relación calidad/precio han tenido una gran acogida debido a que los países de los nuevos mercados tienen una menor cultura y tradición vinícola, y por lo tanto menos exigencias.

Tabla 4.3.2: Principales exportadores de vino por países (en millones de euros)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	% Var. 2007/2014	% Var. 2013/2014
Mundo.....	26.031.805	25.998.493	25.683.068	23.528.106	21.015.791	18.386.986	20.322.860	20.084.576	29,61	0,13
Francia.....	7.720.379	7.861.285	7.832.383	7.161.232	6.316.783	5.514.590	6.837.859	6.769.716	14,04	-1,79
Italia.....	5.104.968	5.041.482	4.695.252	4.402.197	3.915.500	3.523.699	3.665.065	3.543.499	44,07	1,26
España.....	2.558.854	2.582.323	2.566.345	2.217.712	1.879.057	1.897.086	1.962.054	1.820.250	40,58	-0,91
Chile.....	1.396.269	1.422.907	1.398.097	1.217.833	1.165.192	990.280	936.407	917.596	52,17	-1,87
Australia...	1.261.607	1.339.711	1.522.298	1.425.592	1.437.767	1.292.347	1.436.021	1.795.891	-29,75	-5,83
EEUU.....	1.104.466	1.174.084	1.076.419	965.364	831.639	629.998	655.688	660.057	67,33	-5,93
Alemania..	975.732	1.013.240	975.190	976.811	858.705	733.415	764.739	725.923	34,41	-3,70

Vemos como Chile ha experimentado un crecimiento espectacular respecto a 2007, junto con la pérdida de España -aunque muy reducida- y destacar que aunque Australia ha experimentado un importante retroceso en cuanto a los años iniciales de la crisis sus volúmenes en 2007 eran casi idénticos a los de España.

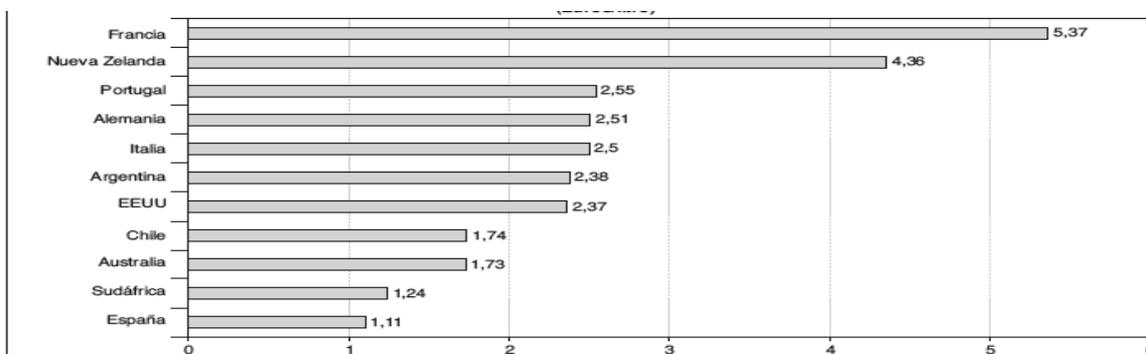
En el caso de España cabe destacar que ha diversificado su distribución geográfica en cuanto a exportaciones durante la última década. España se convirtió en 2014 en el líder mundial de exportaciones en cuanto a volumen. Aunque cómo vemos en la Tabla 4.3.3, fuimos superados por Francia e Italia en cuanto a valor. Esto se debe a que a pesar de que España ha triplicado sus ventas al exterior en los últimos veinte años, el precio medio en 2014 sólo superaba en un céntimo al de aquella fecha. Según datos ofrecidos

⁵² A partir de ahora denominaremos a los Nuevos Países Productores como NPP

por ESTACOM⁵³, de los casi veintitrés millones de hectolitros exportados por España, los envasados en los cuales se incluye la D.O Ca Rioja, suponen tan solo siete millones de hectolitros; por lo que el resto son exportados a granel. Aunque los vinos a granel han sido y son muy importantes para eliminar excedentes, se están convirtiendo en un lastre para un sector que ve mermada su productividad debido a precios muy bajos (como hemos señalado anteriormente).

"En España todas las denominaciones de origen son buenas. Pero el vino tiene aquí una liturgia de producto caro y poco accesible, mientras que en Francia o en Italia el cliente no pide necesariamente el vino más caro sino el que más le gusta. Por eso a España en la exportación le va mejor el granel, porque no se mira tanto la marca como el producto" son palabras de Félix Solís bodeguero manchego, exportador para más de ciento diez países, en una entrevista para el periódico *El país*. En la entrevista, también augura que vender a granel es “pan para hoy, y hambre para mañana”, por lo que los bodegueros españoles deberían plantearse una promoción conjunta y compartida con el Estado. Todo esto podemos verlo visualmente en la siguiente tabla elaborada por el OeMV:

Tabla 4.3.3: Precio medio de litro exportado de vino por los principales exportadores en 2014



⁵³ Se trata de un instrumento del ICEX que facilita en tiempo real estadísticas sobre el comercio exterior español en peso, volumen y unidades para los países, CCAA, sectores...productores y exportadores según distintos modelos de informes.

Tabla 4.3.4: Consumo de vino en millones de hectolitros (de las principales potencias mundial)

Pais	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
EEUU.....	29,1	29,0	28,4	27,6	27,2	28,0	27,1	19,4	27,1
Francia.....	28,1	30,2	29,3	29,3	29,9	31,0	32,1	33,0	33,2
Italia.....	21,7	22,6	23,1	24,6	24,5	26,0	26,2	27,8	27,1
Alemania.....	20,3	20,0	19,7	20,2	20,2	20,2	20,3	20,1	19,8
China.....	16,8	17,8	16,3	15,2	14,0	14,0	14,0	14,1	13,7
Reino Unido.....	12,7	12,5	12,9	12,9	12,6	14,0	13,9	12,3	12,1
Rusia.....	10,5	10,9	11,3	12,2	10,0	11,7	11,5	10,0	10,1
Argentina.....	10,3	10,1	9,8	9,8	10,2	11,0	10,2	10,1	10,9
España.....	9,1	9,3	9,9	10,9	11,2	12,0	13,0	13,8	14,2
Australia.....	5,2	5,4	5,3	5,4	5,0	4,4	4,5	4,6	4,6

Se puede observar como hemos ido tratando a lo largo del diagnóstico que la demanda nacional viene decreciendo en los últimos años. También destacar el fuerte crecimiento del consumo por parte de EEUU superando a Francia e Italia y el mantenimiento constante por parte del resto de países en los últimos años. Para España esto supone una buena noticia ya que los principales destinos para nuestras exportaciones vienen siendo Francia, Italia y Alemania (cuyos consumos vienen siendo muy uniformes).

Para el caso de la D.O.Ca Rioja también hay buenas noticias ya que sus exportaciones se dirigen en mayor medida hacia Reino Unido, Alemania y Estados Unidos, como se puede apreciar en la siguiente tabla elaborada por el Consejo Regulador de la Denominación, y cuyos consumos vienen siendo muy fiables (sobre todo el estadounidense).

Tabla 4.3.5: Exportaciones por países de la D.O. Ca Rioja (2016)

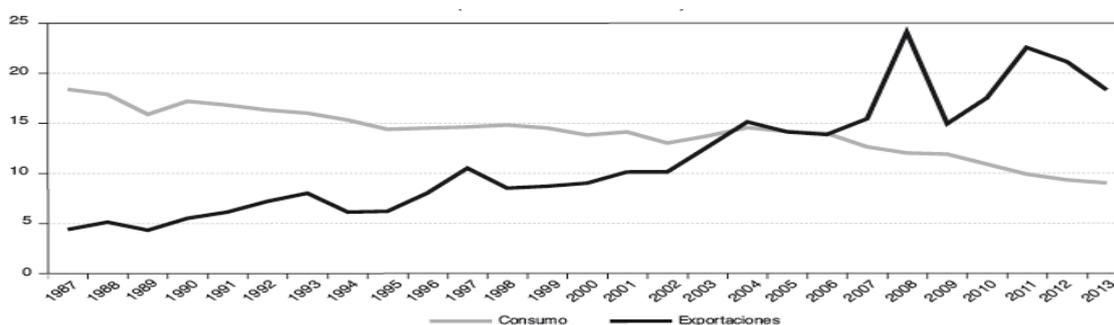
PAIS	LITROS 2016	% S/TOTAL
Reino Unido	34.491.248	33,24
Alemania	17.163.258	16,54
EE.UU.	9.712.149	9,36
Suiza	5.786.179	5,58
Holanda	3.778.736	3,64
China	3.697.014	3,56
Suecia	3.188.975	3,07
Canadá	3.121.826	3,01
Irlanda	2.721.116	2,62
Bélgica	2.451.734	2,36
Resto países	17.658.127	17,02
Total 2016	103.770.362	100,00%

El aumento de consumo por parte de EEUU y Gran Bretaña, y la relación de las exportaciones de *Rioja* a priori es una buena noticia. Aunque si nos situamos en el marco coyuntural económico más actual, no podemos dejar pasar por alto ni el “Brexit” ni a Trump y su política de guerra comercial con el resto del mundo.

En el caso del “Brexit” podríamos decir que por ahora no está teniendo muchas repercusiones. En el caso de que se convirtiera en una salida más “cruda”, la libra esterlina podría devaluarse frente al euro lo que podría manifestarse con una pérdida de competitividad; también está la posibilidad de la imposición arancelaria a según qué productos por parte de Gran Bretaña, aunque resultaría un arma de doble filo que también les perjudicaría. Respecto al caso de Estados Unidos y la guerra comercial, parece que en un principio Trump mira por los intereses del sector automovilístico estadounidense y en un principio no tendría que preocuparnos, aunque con su animadversión hacia los países latinos nunca se sabe.

Como conclusión y haciendo una síntesis de la evolución y el actual sector vitivinícola español, podríamos decir varias cosas. La gran disminución de la demanda interior que ha convertido a las exportaciones en una necesidad más que en una opción como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 4.3.6: Evolución de consumo y exportaciones de vino en España (en millones de hectolitros)



Dejando a un lado el problema generado durante los años 70 y que se ha ido arrastrando hasta casi la actualidad del desequilibrio entre oferta y demanda, estamos ante un nuevo problema: la existencia de dos mundos paralelos. Uno que apuesta por la calidad y precios relativamente elevados que se mantiene en mercados tradicionales e intenta cada vez abrir nuevos horizontes – en el que se encuentra el *Rioja*; y otro compuesto por cientos de bodegas y cooperativas que se sostiene con la venta a granel con precios muy bajos por litro lo que les permite entrar con fuerza en terceros países y suplir la falta de producción de otros países cuando atraviesan malas campañas. Con los datos presentados en este análisis creo que tenemos que cambiar nuestro comportamiento e intentar posicionarnos en los mercados mundiales de los vinos con mayor calidad, generando así mayor valor añadido a nuestro producto y envasándolo con nuestra marca propia.

En cuanto a la D.O.Ca Rioja, sería destacable que según el OeMV entorno al 40% de todas las ventas dentro del sector español vitivinícola de vinos con denominación de origen pertenece a esta denominación. Señal suficiente para poner de manifiesto la preferencia de los consumidores por el vino *Rioja*. Otro dato a destacar sería que a pesar de la reducción de cultivo generalizada en todo el marco español, en el caso de esta denominación se ha visto aumentado entorno a un 25% desde 1999 con aumentos del rendimiento de hasta un 4%. Ha habido una transición desde los vinos jóvenes a los de crianza que en cierto modo ha sostenido el crecimiento de las ventas en el interior y ha ayudado a la gestión de los excedentes que se hayan podido generar durante algunas campañas. Si hablamos del sector exterior podríamos decir que el vino *Rioja* debe tratar de abrirse camino en los mercados internacionales y alcanzar un grado de notoriedad mayor que el que tiene en la actualidad, puesto que el mercado interior se encuentra cada vez más limitado y la dependencia de este es más que evidente. Para ello, debe tratar de salir victoriosa en la lucha con los NPP y sobretodo los latinoamericanos (Chile y Argentina) que tratan de convertirse en grandes productores y suponen una gran competencia debido a los menores precios a determinados países como EE.UU. Una buena alternativa sería dirigir progresivamente parte de nuestras exportaciones a países emergentes como China o Japón, los cuales prestan especial predilección hacia la cultura y gastronomía española con especial atención en el vino.

5. POLÍTICAS REGULATORIAS

Llegamos al último apartado en el que trataremos las actuaciones que se han llevado a cabo por las administraciones competentes para corregir los fallos de mercado identificados en el punto anterior. El desequilibrio estructural oferta-demanda y el arrastre a la baja de los precios de la venta a granel sobre las exportaciones de embotellado.

Estas medidas incluidas por la Unión Europea a través de las OCM tratan de regular los mercados agrarios. Tienen como objetivos principales el equilibrio oferta-demanda, favorecer las rentas de los agricultores e introducir diversos mecanismos de control para mejorar la calidad de los productos agrarios. Además de defender las importaciones de países terceros a la Unión Europea (Albisu,2009). Podríamos remontarnos a las primeras políticas realizadas con la OCM de 1970 que se basaba en los principios de un

mercado único y una legislación armonizada sin barreras comerciales entre los países de la UE. Sin embargo, nos centraremos en las OCM siguientes de 1999 y 2008 ya que nuestra entrada en la UE no será hasta 1986.

OCM de 1999

En la década de los 90, como ya hemos señalado en el punto anterior, se hace real y consciente para todo el sector el desequilibrio entre producción y demanda. Por eso, la OCM de 1999 va a procurar por corregir este fallo de mercado. Para ello presta especial atención en intentar buscar soluciones para incrementar la capacidad competitiva desde las regiones excedentarias hacia los mercados internacionales. Algunas medidas en cuanto al control de la producción potencial serían la prohibición de plantaciones de vid hasta el 31 de Julio de 2010 (en un principio), aunque se asignarían derechos de plantación en algunas zonas en expansión comercial; se impulsa la realización de inventarios así como registros vitícolas para tener un mayor control sobre la producción; se continúa primando el arranque en regiones con excedentes estructurales (aunque esta medida no se pondría en marcha en España); además se llevan a cabo programas de reconversión y reestructuración varietal que posibilitaban conducir las cepas en espaldera y la colocación de riego localizado (para ello se conceden ayudas directas a los agricultores –serían las únicas-). También se establecen mecanismos de mercado como las ayudas al almacenamiento, las ayudas a la destilación de subproductos a la vez que se elimina la obligación de destilar vino (con objeto de fomentar la destilación de alcohol para uso de boca y eliminar así excedentes), y ayudas a las exportaciones. Se establecen normas para la presentación, designación, denominación y etiquetado de los productos vitivinícolas garantizando su máxima calidad. Estas medidas van a suponer importantes modificaciones paisajísticas como veremos más adelante y estarán enfocadas a dar un mayor valor a los vinos españoles.

Estas políticas regulativas presentaron algunos fallos posiblemente por falta de información de las autoridades que no les permitieron predecir con exactitud los resultados surgiendo así otros riesgos e incertidumbres. Como la medida de fomentar la destilación de los excedentes que se convirtió en una práctica habitual generándose así la producción de unos excedentes invendibles que origina externalidades negativas como la presión a la baja de los precios. O la medida contra las plantaciones de viñedo, que aunque no lo podemos saber con exactitud, podría haber perjudicado el crecimiento de

productores competitivos. Por esto y la conclusión de que éstos instrumentos no han sido todo lo efectivos para encaminar el sector hacia un desarrollo competitivo y sostenible, nace la necesidad de implantar un nuevo Reglamento con una nueva OCM.

Antes de que ésto sucediera, en 2003 la Política Agraria Común sufre una importante reforma, ya que abandona la política de sostenimiento de los precios y la producción y adopta una nueva con carácter más general de ayuda a la renta de los agricultores. Algunas de las claves más importantes de esta reforma son la imposición del famoso “Pago Único” ,canalizado a través del FEADER, por explotación para los agricultores de la UE con elemento de vincuación de la producción a fin de evitar el abandono de ésta; una política de desarrollo rural reforzada; una reducción de las ayudas directas a las explotaciones de mayor tamaño, a fin de financiar las nuevas medidas de desarrollo rural; y un mecanismo de disciplina financiero que garantice el presupuesto fijado hasta 2013 no sea superado.

OCM de 2008

La modificación más significativa con respecto a la anterior, fue la sustitución de los mecanismos de mercado por unas medidas de apoyo al sector. Con la característica de que estas serían ejecutadas por los Estados miembros con fondos comunitarios asignados a cada uno. Como medidas más interesantes están la promoción de vinos europeos en terceros países; la continuación de políticas de reestructuración y reconversión: se apoya con el 75% del coste en las zonas de convergencia y con el 50% en el resto además de una ayuda de hasta el 100% por compensación de la pérdida de ingresos resultante de la pérdida de producción durante los tres primeros años de las plantaciones reconvertidas; la implantación del arranque subvencionado: estableciendo un régimen de primas de arranque voluntario de viñedo para una superficie de 175.000 ha.; la supresión de las medidas de apoyo al mercado para destinar esos fondos a la mejora de la calidad: con nuevas normas de etiquetado y la implantación de los conceptos de Indicación Geográficamente Protegida y Denominación de Origen protegida como indicadores de prestigio; el impulso del desarrollo rural, facilitando la integración de jóvenes agricultores; y la potenciación del tejido social y medioambiental de las áreas urbanas: con la desviación de parte del presupuesto a medidas de desarrollo rural reservadas a las regiones productoras. También desaparecen por completo las ayudas a la utilización del mosto así como la limitación de las ayudas a las destilaciones

para intentar solucionar el problema generado con la producción estructural de excedentes anteriormente citado.

Con todo esto podríamos decir que la OCM de 2008 combinaba unos nuevos objetivos dirigidos a ser más eficientes, debido a la liberalización de los mercados ,a la necesidad de destinar nuestra producción a terceros países (y controlar así los desequilibrios oferta y demanda) y al aumento de la competencia por los denominados “Nuevos Países Productores”; con otros orientados a atender aspectos sociales y medioambientales de zonas rurales afectadas por la despoblación (Lasanta, Carlos Inarejos, Arnáez, Pascual Bellido y Ruiz-Flaño,2016).

Los NPP presentan una menor regulación en la producción de uva y en el mercado del vino. De esta manera pretenden ser más competitivos con precios más bajos, conseguidos en gran parte por la ampliación de la superficie del viñedo para aprovechar economías de escala. Además muestran mayor agresividad en los mercados internacionales apoyados en su fuerte desarrollo tecnológico, concentración de la oferta y una acción global de marketing (Albisu, 2009; Barco Royo y Navarro Pérez, 2014).

Repercusiones de los programas de reconversión y reestructuración en la D.O.Ca Rioja

Los programas de reconversión y reestructuración del viñedo, aprobados en el capítulo III del Reglamento 1493/1999 y vigentes en el Reglamento 479/2008, tuvieron importantes repercusiones en los paisajes vitícolas. Estos han intensificado la producción gracias a la expansión del viñedo con regadío como se puede apreciar en la Tabla 5.1, han modernizado los sistemas de laboreo con la reconversión de la viña en espaldera y la mecanización que se requiere; y han favorecido la concentración parcelaria.

Tabla 5.1: Distribución del viñedo y producción de uva en secano y regadío en La Rioja (1990-2014)

Año	Superficie (has)						Rendimiento (Kg/ha)		Producción de uva (t)
	TOTAL			EN PRODUCCIÓN			Secano	Regadío	
	Secano	Regadío	Total	Secano	Regadío	Total			
1990	33.287	1.893	35.180	30.882	1.781	32.613	4.531	9.499	156.609
1991	34.434	1.319	35.753	32.275	1.194	33.469	4.383	6.999	149.855
1992	34.479	1.333	35.812	32.599	1.236	33.835	4.213	6.499	145.476
1993	34.375	1.735	36.110	32.536	1.682	34.218	4.912	6.999	171.581
1994	33.639	2.357	35.996	32.164	2.294	34.458	4.740	6.894	168.270
1995	33.981	2.408	36.389	32.663	2.408	35.071	6.200	7.970	221.700
1996	34.069	2.279	36.348	31.118	2.066	33.184	7.134	8.348	239.242
1997	34.590	2.379	36.969	31.057	2.135	33.192	7.316	8.730	245.845
1998	34.665	2.578	37.243	31.678	2.220	33.898	7.970	9.058	272.582
1999	35.894	2.955	38.849	32.007	2.373	34.380	6.231	7.963	218.332
2000	36.614	3.236	39.850	34.218	2.707	36.925	9.562	11.368	357.966
2001	38.392	3.608	42.000	36.544	3.108	39.652	6.417	8.342	260.429
2002	38.795	4.060	42.855	35.844	3.264	39.108	5.051	6.985	203.847
2003	39.019	4.643	43.662	36.747	3.983	40.730	7.554	9.188	314.183
2004	38.785	5.018	43.803	36.351	4.467	40.818	7.972	9.270	331.199
2005	38.364	5.494	43.858	36.721	4.995	41.716	7.389	9.492	318.744
2006	36.741	7.421	44.162	35.677	6.660	42.337	6.674	8.756	296.423
2007	36.120	8.004	44.124	34.799	7.291	42.090	6.775	8.460	297.445
2008	35.516	8.699	44.215	34.164	7.989	42.153	6.331	7.370	275.171
2009	33.103	11.473	44.576	32.432	10.652	43.084	6.423	7.400	287.136
2010	32.318	12.163	44.481	31.739	11.506	43.245	6.357	7.233	284.988
2011	32.071	12.269	44.340	31.241	11.694	42.935	6.038	7.056	271.146
2012	31.958	12.343	44.301	31.197	11.829	43.026	5.388	7.143	252.584
2013	31.807	12.929	44.736	30.477	12.071	42.548	5.695	7.215	260.659
2014	32.536	13.455	45.991	30.039	12.344	42.383	6.712	7.853	298.559

La siguiente Tabla muestra información sobre la superficie reconvertida y reestructurada con las OCM de 1999 y de 2008. Entre el periodo 2000-2015 el viñedo transformado con subvenciones públicas es de 12.062,ha, lo que supone el 27,8% del viñedo total D.O.Ca Rioja. De las que 9.835,4 ha se han reestructurado y 2.229,9 ha se han reconvertido. También hay que destacar que el 68,5% del viñedo reestructurado se conduce en espaldera que conjunto el viñedo reconvertido, hace que 9.865,9 ha se hayan transformado en los últimos quince años al sistema en espaldera con ayudas públicas.

Tabla 5.2: Reconversión y reestructuración del viñedo en La Rioja (2000-2015)

Campana	Superficie reconvertida (ha)	Superficie reestructurada (ha)	Superficie reestructurada que incluye conducción en espaldera (ha)	Total superficie transformada (ha)
2000/2001	715	838,9	503,3	1553,8
2001/2002	344,2	396,1	142,8	740,3
2002/2003	43,3	403,9	143,7	447,3
2003/2004	56,8	515	258	571,9
2004/2005	7	526	242,5	533
2005/2006	5	537	284,8	542,1
2006/2007	2,3	873,3	664,6	875,6
2007/2008	0	669,2	540,5	669,2
2008/2009	235,6	321	247,3	556,6
2009/2010	256,6	361,9	247,8	618,5
2010/2011	96,5	262,9	227,5	359,4
2011/2012	154,4	562,4	428,2	716,8
2012/2013	132,1	1.015,7	852	1.147,8
2013/2014	86,9	1.492,7	1.174,6	1.579,6
2014/2015	94,2	1.059,4	778,4	1.153,54
Total	2.229,9	9.835,4	6.736	12.065,4

Tanto para la reestructuración como para la reconversión, los agricultores cuentan con subvenciones para paliar con parte de los costes de arranque, nivelación, despedregado, preparación del suelo, desinfección, protección de plantas jóvenes, materiales para conducir en espaldera y plantación. Aunque en 2006, la nivelación y el despedregado quedaron fuera de estas subvenciones por considerarse incompatibles con el mantenimiento paisajístico y por posibles efectos medioambientales como la erosión. El límite de éstas no pudo superar el 50% de la inversión en el caso de inversión colectiva, y el 42,5% si se trata de un proyecto individual. Además, se establece una ayuda para compensar la pérdida de ingresos si la operación incluye la transformación en espaldera. La Tabla 5.3 muestra la cuantía de las subvenciones. Las ayudas totales superaron los 66 millones de euros, habiéndose dedicado el 93,2% a la reestructuración y el 6,8% a la reconversión.

Tabla 5.3: Subvención a la reconversión y reestructuración del viñedo en La Rioja (2000-2015)

Campana	Reconversión (Euros)	Reestructuración (Euros)	Total (Euros)	Euros/ha reconvertida	Euros/ha reestructurada
2000/2001	1.436.727,8	5.191.010,9	6.627.738,7	2.009,5	6.187,9
2001/2002	577.753,8	3.144.976,8	3.722.730,6	1.678,4	7.940
2002/2003	57.352,8	2.627.137,1	2.684.489,9	1.323,6	6.503,9
2003/2004	107.716,7	3.766.006,1	3.873.722,8	1.895,3	7.312,1
2004/2005	14.390,5	3.566.015,2	3.580.405,7	2.066,4	6.779,1
2005/2006	12.557,8	4.048.693,2	4.061.251	2.500,9	7.539
2006/2007	4.501,9	4.844.754,2	4.849.256,1	1.911,2	5.547,7
2007/2008	0	3.888.287	3.888.287	0	5.810,3
2008/2009	592.094,4	2.218.105,6	2.810.200	2.513	6.909,7
2009/2010	628.316,3	2.614.229,6	3.242.545,9	2.448,7	7.222,8
2010/2011	181.443,5	1.783.028,5	1.964.472	1.880,7	6.780,9
2011/2012	299.872,2	4.163.750,3	4.463.622,5	1.942,4	7.404
2012/2013	241.197,9	6.747.127,1	6.988.325	1.826,3	6.642,5
2013/2014	152.272,9	7.697.726,8	7.849.999,7	1.752,4	5.156,8
2014/2015	180.726,6	5.219.273,4	5.400.000	1.919,5	4.926,7
Total/Media	4.486.925,1	61.520.121,8	66.007.046,9	1.844,6	6.577,6

El reglamento 1308/2013

Por dicho Reglamento cada Estado miembro dispone de un presupuesto fijado por la UE para aplicar algunas acciones a través de Programas de Apoyo Nacional durante el periodo 2014-2018. Estas medidas elegibles pueden ser la de promoción, con el fin de informar a los consumidores sobre el consumo responsable de vino y dar a conocer el sistema de denominaciones de orígenes e indicaciones protegidas y así ganar distinción y competitividad respecto a terceros países; reestructuración y reconversión; inversiones, con el fin de mejorar el rendimiento global de la empresa, la adaptación a las demandas del mercado, mejorar el ahorro de energía, mejorar la competitividad...;

innovación, desarrollo de nuevos productos, procedimientos y tecnologías; destilación de subproductos, con obligación de eliminar todos los subproductos de la vinificación como medida de mejorar la calidad de los productos elaborados; cosecha en verde, es decir, la eliminación total de los racimos de uva inmaduros de una parcela; fondos mutuales y seguros de cosecha.

En cuanto a la aplicación en España del Programa Nacional de Apoyo, decir que para el periodo 2014-2018, España cuenta con 1.194 millones de euros. Este presupuesto será destinado a las medidas de promoción de vinos en mercados de terceros países, reestructuración y reconversión de viñedos (incluida la replantación de viñedos por motivos sanitarios o fitosanitarios), destilación de subproductos, inversiones, innovación y, en caso de desequilibrio de mercado, cosecha en verde.

Plan Estratégico 2005-2020 del Consejo Regulador Rioja

Según Porter⁵⁴, un clúster es “ un grupo geográficamente próximo de empresas interconectadas e instituciones asociadas a un campo particular, ligados por comunidades y sinergias”; y para Becattini⁵⁵ un distrito industrial sería “ una entidad socioterritorial que se caracteriza por presencia activa tanto de una comunidad de personas como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada”. Si tomamos ambas definiciones podríamos explicar lo que es la D.O.Ca Rioja en todo su conjunto.

La idea de los clústers vitivinícolas se han estudiado principalmente en los NPP e intentan impulsar la economía regional y en todos ellos por las características de la propia demanda autóctona, el crecimiento se debía a una rápida expansión de las exportaciones (Larrenia Díaz, 2011). El Plan Estratégico 2005-2020 pretende garantizar el mantenimiento de la riqueza de la región ya que el sector es uno de los principales motores de la economía (Consejo Regulador,2005).

El Consejo Regulador ha tenido cuatro presidentes desde 2004, cuando se crearía la Interprofesional del Vino Rioja. Ésta tomaría la dirección de la Denominación presidida

⁵⁴ Michael Eugene Porter, nacido en 1947 en Ann Arbor (USA) e un ingeniero mecánico y aeroespacial, además de un renombrado economista.. Su principal aportación en esta materia es sobre la estrategia competitiva como refleja en su libros “ *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*”y “*Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*”.

⁵⁵ Giacomo Bacattini, nacido en Florencia en 1927, fue un economista italiano reconocido por su función como presidente de la Sociedad de Economistas Italianos. Su principal área de actuación fue sobre la importancia del desarrollo local y los distritos industriales para el crecimiento de la economía italiana.

en primer lugar por el bodeguero Víctor Pascual, después por los viticultores Luis Alberto Lecea y José María Daroca, y finalmente por el actual presidente Fernando Salamero, director financiero de Bodegas de Marqués de Riscal y presidente del Grupo Rioja desde 2015. El Plan Estratégico 2005-2020 marcaría la "hoja de ruta" de esta última década, en la que, como señala Víctor Pascual, presidente de la institución hasta 2013, "resultaba prioritario salir fuera a promocionar el vino de Rioja bajo un paraguas común, con la financiación de todo el sector". Por lo que se puede decir que éste se ha encargado de ir adaptándose a lo que el mercado demandaba sin perder el control del correcto desarrollo económico de la región teniendo al conjunto del sector bien atendido. Se han ido y se continúan realizando fuertes inversiones en la promoción de nuestros caldos en el extranjero que tienen importantes resultados manifestados en el aumento de ventas en el exterior. Sin embargo, en los últimos años viene ganando fuerza la figura del *Enoturismo* y en las últimas campañas de publicidad no sólo se intenta vender el vino de Rioja sino que se está potenciando una "región del vino". Con esto se pretende potenciar este tipo de turismo –cómo ocurre desde hace muchos años en otros países tradicionalmente productores como Francia- mediante la terciarización del sector con todas las externalidades positivas que esto supondría en cuanto creación de empresas, creación de puestos de trabajo, aumento de ventas, educación enológica...etc. Además esto ayudaría a conseguir una viticultura más dinámica y permitir así el mantenimiento de la población rural y el medio natural.

Con el nombramiento del nuevo presidente en 2017, Fernando Salamero nacería un nuevo eslogan para la Denominación: "Saber quien eres". El cual según Salamero "Es un concepto polisémico que define la identidad y el origen de una región y la personalidad de quien nos elige. Se basa en una declaración de principios e intenciones que conecta al vino de Rioja de una manera cercana, auténtica y transparente, con el propio consumidor final". El nuevo presidente quiere culminar el Plan Estratégico 2005-2020, el cuál como él incide permitirá colocar la D.O.Ca como "la región de referencia por sus vinos de calidad". Para ello en esta última etapa se están buscando argumentos de calidad que le permitan mantener el liderazgo que mantiene en España y posicionarse como una de las regiones referente del segmento de vinos de calidad en el mercado mundial (Consejo Regulador, 2017). Una primera actuación fue la revisión de las definiciones de las categorías tradicionales Reserva y Gran Reserva en cuanto a los

tiempos de reposo⁵⁶; otro gran hito sería la aprobación de la regulación para identificar la procedencia de vinos de “viñedos singulares”, como respuesta al interés del mercado por obtener más información sobre la procedencia cuando el origen tiene lugar en un paraje concreto. La aparición de la categoría de “viñedo singular” es algo novedoso que se sitúa en la cúspide de calidad y que se requiere de ciertos requisitos para pertenecer a ella⁵⁷. Otra actuación a destacar con “aire fresco” sería la inclusión de la Denominación en la elaboración de espumosos y rosados de gran calidad debido a la gran aceptación que estos estaban teniendo en los mercados.

Reflejo claro donde se puede ver la nueva dirección estratégica hacia la promoción de la D.O.Ca Rioja en el mercado nacional, pero sobre todo en el mundial (Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Suecia, Irlanda, China, México, Suiza, Rusia y Canadá), es en el desglose del presupuesto del Consejo para 2017. Dónde de los 16.480.705,99 de euros del presupuesto global, 10.002.447,40 de euros se han destinado al Plan de Marketing y Comunicación (Consejo Regulador, 2017).

6. CONCLUSIONES

Una vez realizado el *Trabajo* he comprendido la importancia de las políticas regulatorias así como la de toda la labor que hay detrás de ellas para un correcto funcionamiento del sector. Ya que de no ser por ellas no veo del todo claro que se hubiera sucedido una buena adaptación del mercado en cuanto a un equilibrio de calidad entre oferta y demanda.

Es cierto que el sector ha sufrido una transición obligada por un mercado dinámico marcado por cambios socioculturales y unos efectos inevitables de una todopoderosa globalización. Durante los años posteriores al franquismo y la etapa de la transición española, la industria vitivinícola española gozaba de gran salud con unos niveles de producción máximos que se veían correspondidos con una demanda nacional muy suficiente, aunque se veía debilitando poco a poco. Tan grande era el volumen

⁵⁶ Reserva: periodo mínimo en bodega de 1 año; periodo mínimo en botella de 6 meses; siendo que el total del proceso habría que significar un periodo de crianza y envejecimiento de al menos 36 meses.

Gran Reserva: aquellos que hayan sido criados y envejecidos en bodega un mínimo de 60 meses, de los cuales al menos 24 habrán supuesto el paso por bodega y al menos 24 permanecido en bodega.

⁵⁷ Viñedo de al menos 35 años; rendimiento máximo de 5000 kg/hac uvas tintas y 6922 kg/hac para uvas blancas (77% sobre el normal del 100%); se exige propiedad del viñedo o arrendamiento estable durante 10 años; vendimia natural y la elaboración y crianza, por separado; las botellas tendrán numeración y precinta específica.; los vinos se someterán a una doble calificación: uno inicial y otro antes de salir al mercado con una valoración en cata exigida de “excelente”; se requieren al menos de 3 años de trazabilidad con lo que los primeros vinos no llegaran al menos hasta la cosecha de 2019.

producido y debilitamiento de la demanda interna que se produciría un desequilibrio oferta-demanda pendiente de corregir. Con la entrada de España en la UE y la creación de la OMC del vino se construye una política agraria común centrada en un principio en la corrección de este fallo de mercado. Es en este momento donde se puede apreciar la diferencia de la D.O.Ca Rioja con el resto del sector vitivinícola español, ya que las principales medidas fueron la disminución de la superficie de cultivo mientras que las de La Rioja aumentaban. Esto es posible gracias a la gran rentabilidad que este cultivo ofrece a la región fruto de unas condiciones climáticas idóneas, una tradición que apuesta por la calidad, y un entramado político que apuesta tanto por sus productores como por sus consumidores. Esto se ve reflejado en el liderazgo del *Rioja* en el mercado español de calidad en comparación con otras Denominaciones.

Con la entrada en el nuevo milenio y la crisis económica surgen nuevos retos, y unas nuevas políticas centradas en el aumento de la productividad y la penetración en mercados internacionales para la colocación de excedentes. La mayoría de estos se exportan a granel lo que va a generar otro nuevo problema, el arrastre de estos precios a la baja de estos vinos sobre los vinos de calidad. A esto se le sumaría la crisis económica y el aumento de la competencia tanto interna como internacional –con el auge de los NPP y unas políticas orientadas a las exportaciones- lo que da lugar a que consumidores habituales de *Rioja* buscarían vinos sustitutivos que debido a su buena relación calidad-precio puede provocar que la Denominación no recupere esos clientes con la recuperación económica. A pesar de esto las bodegas y cooperativas riojanas no han visto reducidas sus rentabilidades en general ya que han podido bajar sus precios o mantenerlos pagando menos a los agricultores. Las nuevas políticas, Planes Nacionales de Apoyo, han procurado y procuran no tanto por un control del equilibrio del mercado limitando la oferta sino haciendo los cultivos más productivos y competitivos y encontrar destinar nuestro exceso de oferta hacia otros mercados. Así como la preocupación por las rentas de los agricultores mediante ayudas directas y el mantenimiento de un control de calidad impoluto. En el caso concreto de la D.O.Ca Rioja estas medidas han rediseñado el paisaje vitivinícola que se ha ido transformando hacia un cultivo más especializado tecnológicamente y más productivo mediante la reestructuración y reconversión. También destacar el gran esfuerzo que va ganando fuerza cada vez más y más de promoción, publicidad y educación enológica de los vinos de *Rioja*.

Se está apostando claramente por la calidad de nuestro producto dándole la importancia y reconocimiento que se merece, y en mi opinión a partir de ahí se va a poder comercializar en el exterior con precios que hagan más justicia a lo que estamos ofreciendo equiparándose a los de otros productores como Francia o Italia. Otra apuesta a destacar es la del *Enoturismo*, que poco a poco va ganando importancia lo cual es gratificante y de gran interés para el sector en general, ya que creo que nos aportará una mayor diferenciación en cuanto a “marca Rioja”; además de todas las sinergias positivas en cuanto a creación de negocios y empleo que esto supone. En definitiva, pienso que estamos en la senda correcta y poco a poco iremos afianzándonos en el mercado internacional sin perder el prestigio que tenemos internamente, que debemos seguir escuchando a lo que nuestros consumidores demandan pero sin olvidar a nuestros productores y en definitiva, “Saber quiénes somos”.

7. BIBLIOGRAFÍA

Martínez Carrión, JM; Medina Albaladejo, FJ. (2012) “La competitividad internacional de la industria vinícola española durante la globalización del vino”. *Revista de Historia Industrial*. Nº52, páginas 36.

Gómez Pascual, A. Nueve preguntas clave sobre el marco legal del vino [Revista digital] Diciembre 2016 [Fecha de consulta 02/06/2018].
<<https://www.vinetur.com/posts/2816-nueve-preguntas-clave-sobre-el-marco-legal-del-vino.html>>

Requena Silvente, F. (2013) “Estimando la ecuación de gravedad con el número real de empresas exportadoras” *Estudios de Economía*. Vol. 40, Nº 1, páginas 5-19.

Krugman, P; Wells Mesonero, R (2006) *Microeconomía: introducción a la economía*. Reverté, Barcelona.

Sánchez Hernández, A. (2015) “La política agrícola común de la Unión Europea”. *Revista de derecho agrario y alimentario*. Vol. 31, Nº 17, páginas 159-173.

Gómez Urdañez, JL. (2001) “El Consejo Regulador, un duradero y eficaz pacto entre desiguales”. *La Prensa del Rioja*. Nº 132, página 32.

Luen López, C. (2016) “La reconstrucción del consejo regulador de la DOC Rioja tras la Guerra Civil”. *Brocar*. Nº 40, páginas 137-155.

De Pablo Valenciano, J; Román Sánchez, IM. (2011) “La importancia de la denominación de origen en la industria vitivinícola española”. *Ciencia ergo-sum*. Vol. 18, Nº 2, páginas 135-144.

Barco Royo, E; Melchor, E. (1992) “El vino español, en la encrucijada. Promoción y calidad para recuperar mercados”. *Distribución y consumo*. Nº 2, páginas 54-70.

Barco Royo, E. (1992) “Vinos de Rioja”. *Distribución y consumo*. Nº 2, páginas 88-93.

Calle Saiz, R. (1970) “Los bienes públicos, los bienes de mérito y los bienes demérito”. *Revista de economía política*. Nº 55, página 5.

Barco, E. (1992) “El vino español, en la encrucijada. Vinos de Rioja, la distribución como herramienta para equilibrar oferta y demanda”. *Distribución y consumo*. Nº 2, páginas 88-93.

Sánchez Hernández, A. (2008) “La organización común del mercado del vino: una propuesta entre el presente y el futuro”. *Libro homenaje a Alberto Ballarín Marcial*. Páginas 507-529.

Lasanta, T., Carlos Inarejos, V., Arnáez, J., Pascual Bellido, N. y Ruiz-Flaño, P. (2016) “Evolución del paisaje vitícola en La Rioja (2000-2015): un análisis del papel de los programas de reconversión y reestructuración del viñedo”. *Investigaciones geográficas*. Nº 66, páginas 09-25.

Espejo León, A; Núñez Tables, JA; Fuentes García, FJ. (2015) “Nuevo escenario del sector del vino español. Perspectivas estratégicas internacionales”. *Boletín económico de ICE* Nº 3068.

Barco, E; Navarro, MC. “Factores de cambio en el mercado internacional del vino en un escenario de crisis”. Página Web Universidad de La Rioja. [Fecha de consulta 02/06/2018] <<http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2012/05/29-R-041M111.pdf>>

Ministerio de agricultura y pesca, alimentación y medio ambiente. *Gobierno de España*. <http://www.mapama.gob.es/es/>

Consejo regulador DOCA Rioja. *Gobierno de La Rioja*. <https://es.riojawine.com/es/40-consejo-regulador-doca-rioja.html>

Albisu Aguado, LM. (2009) “La reforma de la organización Común del Mercado (OCM) vitivinícola entre la competitividad global y las ayudas sociales”. *Economía aragonesa*. Nº 39, páginas 61-77

