

LA INNOVACIÓN Y LOS ESPACIOS DE ESPECIALIZACIÓN VINÍCOLA EN CASTILLA Y LEÓN¹

José Luis ALONSO SANTOS
Luis Javier APARICIO AMADOR
José Luis SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

Vettonia G.I.
Equipo de Investigación en Geografía Industrial
Departamento de Geografía. Universidad de Salamanca

1.- EL MARCO EVOLUTIVO DE LA CULTURA DEL VINO EN EL MUNDO ACTUAL.

El vino es uno de los productos más tradicionales de la cultura mediterránea y, como tal, ha pasado por muy diversas etapas a lo largo de su discurrir histórico. Aunque tiene una clara raigambre popular y su consumo estuvo siempre muy generalizado, su calidad representó y representa una forma de distinción socio-económica en nuestra sociedad.

Su producción y consumo aumenta con el boom poblacional generado en los países europeos a partir de la Revolución Industrial y, sobre todo, con la progresiva generalización del bienestar generado con el fin de la Segunda Guerra Mundial. Así, estas cifras se disparan, doblándose a nivel mundial hasta 1970 y estabilizándose en los 280 millones de hectolitros a mediados de los 80. En la actualidad el consumo anual se encuentra en torno a los 220 millones.

Este progresivo desarrollo no ha conseguido que el producto deje de tener cierta distinción de lujo y de consumo ocasional. Percepción que se ha visto acentuada con las variaciones en el consumo que se han dado en las dos últimas décadas del siglo XX, al abandonarse el vino de mesa en todas las comidas, al igual que otro tipo de bebidas, sobre todo en las familias jóvenes, en las que tanto han influido las campañas contra el consumo habitual de alcohol. El consumo se ha hecho más ocasional, bajando el tradicional vino de mesa y siendo sustituido en parte por un vino de calidad.

Estos cambios en el consumo han generado importantes cambios en la producción, sobre todo, en los países de actividad más tradicional. Se han ido abandonando las producciones masivas, yendo hacia series más individualizadas, que pretenden adaptarse a las múltiples segmentos del mercado. Las series cortas y diversificadas ocupan gran parte del mercado y permiten la aparición de pequeñas empresas/bodegas, obligando a los grandes grupos a tener un catálogo de vinos lo más amplio posible.

A la par de estos cambios se ha dado una internacionalización del producto y de su mercado, pasando de un 15% de producto exportado a finales de los 80 a una 25% a finales de los 90. La producción se estabilizará en los próximos años, aunque el comercio mundial será cada vez mayor, debido a la generalización de los canales de distribución y a un mayor interés de los consumidores por todo tipo de vino y su procedencia.

La Oficina Internacional del Vino (OIV) y el Centro Francés del Comercio Exterior (CFCE) han realizado una tipología de países atendiendo al consumo:

¹ Este trabajo presenta los primeros resultados de los proyectos de investigación “Redes y procesos de innovación en las zonas de especialización vinícola de Castilla y León: hacia la formación de un entorno innovador” (Referencia: BS0-2000-1422-C09-01) financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, y “Desarrollo territorial e industrialización rural: los procesos de innovación en las comarcas vinícolas de Castilla y León” (Referencia SA004/02) financiado por la Junta de Castilla y León.

Dos grupos en los que el consumo baja:

- a. países productores de consumo tradicional elevado, en torno a 40 litros por habitante y año, en los que hay cada vez más consumidores ocasionales, como en los países mediterráneos.
- b. Países con un consumo algo menor, entre los 20 y los 40 litros, como los de Europa Central.

Dos grupos en los que el consumo aumenta:

- c. grupo de países no productores con un consumo moderado pero que va en aumento, como Gran Bretaña y Holanda.
- d. Los nuevos consumidores y productores, como Nueva Zelanda y Sudáfrica

Y el último grupo.

- e. países no consumidores, como los de Europa del Norte y nuevos mercados asiáticos.

También se puede realizar una regionalización de los tipos de vino, constituyendo Europa el gran polo mundial y los países de clima mediterráneo del Hemisferio Sur el polo emergente. El vino tinto es de consumo mayoritario en el Mediterráneo y el vino blanco en los países anglosajones. Por países Francia es el gran productor y exportador, condición esta última que arrebató a finales de los 90 a Italia. España se encuentra en el tercer puesto en los dos ámbitos, destacando todavía sus exportaciones de vino a granel y de mesa, por lo que nos encontramos con campo abierto para sustituirlos por productos de mayor calidad y valor añadido. La mayor internacionalización de la producción es la principal garantía de desarrollo para un producto en profunda mutación en nuestro país.

2.- EVOLUCIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA EN CASTILLA Y LEÓN

La industria agroalimentaria constituye un sector decisivo dentro de la economía regional castellano-leonesa como ilustra el hecho de que, según la Contabilidad Regional Nacional, para 1999 daba ocupación al 25,13% de los trabajadores del sector industrial con una aportación del VAB del 25,30%. A su vez, para cualquier observador de la realidad socioeconómica de Castilla y León, resulta evidente la rápida y favorable evolución registrada en el **subsector vitivinícola**, que se ha convertido en una de las bazas esenciales que han permitido la progresiva consolidación de la región en el exigente mercado de los alimentos de calidad. De hecho, se puede afirmar que los vinos amparados por las cinco Denominaciones de Origen, que acogen en 2001 a unas 265 bodegas embotelladoras y 30.500 hectáreas de viñedo (las tres Asociaciones de Vino de la Tierra aglutinan a su vez otras 4.000 Has y 36 bodegas) constituyen un verdadero emblema y uno de los mejores embajadores de la industria de Castilla y León no sólo en España, sino también en los mercados extranjeros, hacia los que se dirige una proporción creciente de la producción: el 12% como promedio regional en 1998, si bien en comarcas como Rueda se alcanza el 20% y determinadas bodegas superan incluso el 50%.

Este éxito competitivo del sector vinícola se asienta tanto sobre **bases materiales y objetivas** como sobre **prácticas y relaciones socioinstitucionales**. La riqueza de los recursos naturales (variedades de uva, suelos, clima) y el secular arraigo de la tradición vinícola en determinadas comarcas de Castilla y León conforman el **contexto geográfico y sociocultural** que sustenta la acelerada y profunda modernización de las estructuras productivas registrada desde mediados de los años setenta. Esta **modernización** se ha plasmado en todas las dimensiones del negocio del vino:

- el cultivo y la recolección de la vid: introducción de nuevas variedades, cultivo en espaldera, recolección mecanizada, tratamientos fitosanitarios, mecanismos antiheladas...
- la clase de vinos obtenidos: obtención de caldos más refinados, experimentación con nuevos productos (crianzas, envejecimientos, espumosos)
- la tecnología y organización de las bodegas: nuevos procesos de vinificación, inversiones en diversas áreas vinícolas para ampliar la oferta de caldos, relaciones de subcontratación...
- los canales de comercialización y los mercados de venta: presencia en ferias especializadas, acceso a mercados de calidad, constitución de consorcios de exportación...
- la articulación entre viticultores, bodegueros e instituciones públicas y privadas de representación y asesoramiento, en la que el papel de los Consejos Reguladores y la Estación Enológica de Castilla y León ha sido fundamental para estrechar las relaciones entre los agentes implicados y para difundir una mentalidad nueva basada en los principios de la calidad, la cooperación y la innovación.

A nuestro juicio, las **transformaciones** en el sector vitivinícola de Castilla y León han alcanzado la magnitud y relevancia suficientes para que se vea en esta industria, fuertemente localizada en el territorio y enraizada en la actualización de un saber hacer histórico, un agente real de promoción y modernización socioeconómica de amplias comarcas rurales máxime si se tiene en cuenta la prostración en que se encontraba esta actividad hace apenas tres décadas. En este sentido, no hay que olvidar que el interés de estos procesos y redes de innovación trasciende el ámbito sectorial, porque la indisoluble relación entre viticultura y vinificación presenta profundas implicaciones para el **desarrollo coherente, integrado y sostenido de las áreas rurales** de Castilla y León: preservación de la biodiversidad en los cultivos, fijación de población joven, incremento de las rentas agrarias, introducción de una mentalidad empresarial en el sector agrario, diversificación de las bases económicas del medio rural y consolidación de un complejo agroindustrial articulado y competitivo a escala comarcal y regional son algunas de las consecuencias positivas de la revitalización que se viene produciendo.

2.1.- El cultivo y su Geografía en la región

La tradición histórica del cultivo y producción

El cultivo de la vid en la región se pierde en los tiempos remotos de la Historia pero, desde la Edad Media, son ya sólidos los testimonios que hablan de las cualidades de los vinos del Duero. Como muy bien ha documentado Huetz de Lempis, las especies autóctonas que en la actualidad constituyen la cualificada calidad diferencial de las denominaciones de Ribera, Rueda o Toro, fueron el soporte productivo de los codiciados caldos buscados por monjes, nobles incluso la propia realeza, en épocas pasadas. Es este uno de los primeros hechos relevantes a tener en cuenta: el privilegiado lugar que siguen teniendo las cepas autóctonas en todas las denominaciones de la región.

Ello es relevante por cuanto en la segunda mitad del siglo XIX, las crisis de oidium y phyloxera representaron un duro golpe para las cepas locales, lo que unido a los cambios técnicos y de comunicaciones que experimenta el país, desembocan en una larga crisis del sector vitícola en la región que se prolongará hasta los años sesenta y setenta del pasado siglo. En efecto, la recuperación de los viñedos a base de híbridos americanos y otras vides extranjeras así como con la introducción de vides originarias de otras zonas de España (en Rueda, señala Huetz de Lempis, se introducen la *viura* procedente de La Rioja y *palomino* de Andalucía) había permitido aumentar la producción pero a costa de la calidad de los vinos por lo que el Duero perderá la referencia de calidad atesorada en el pasado. Y con ello, el cultivo de la vid y la producción vinícola arrastran una grave crisis de identidad con pérdida paulatina de efectivos.

La Geografía dominante del cultivo tradicional y su extensión actual: Áreas de cultivo y superficies según los Censos Agrarios de 1982, 1989 y 1999.

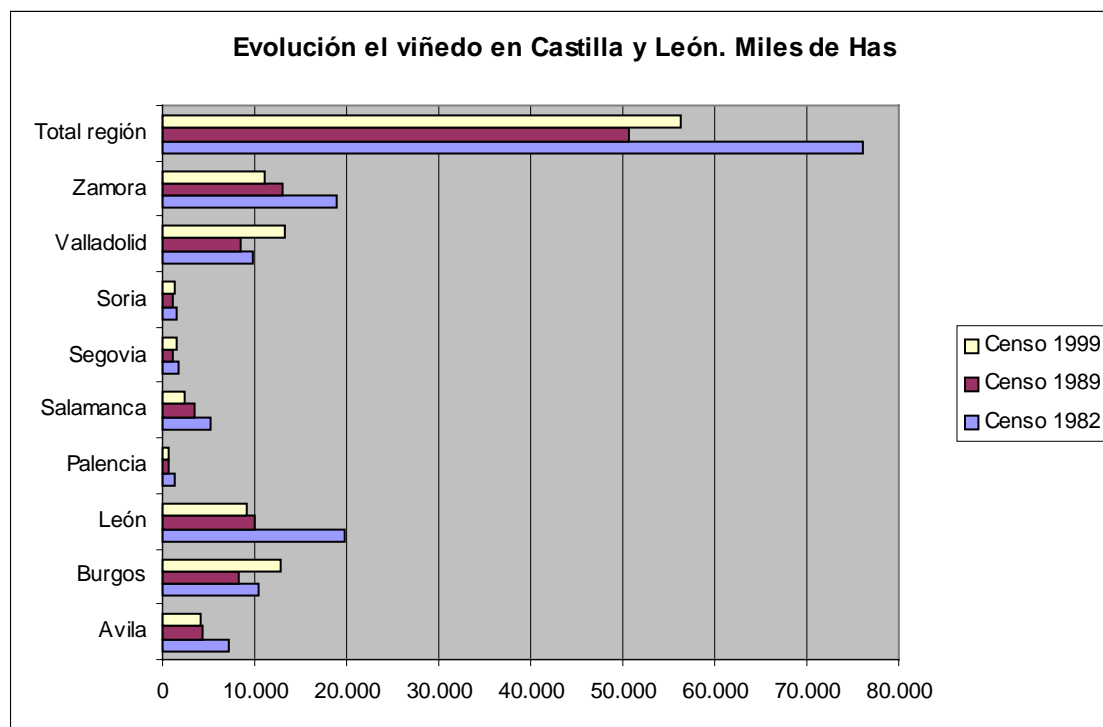
Si bien es cierto que, primero, el **asociacionismo cooperativo** iniciado en los años treinta y fortalecido en los cincuenta responde en gran medida a la búsqueda de alternativas o, al menos, a una resistencia a los negativos augurios de la regresión de la actividad en la región por parte de los viticultores tradicionales y, segundo, desde los años sesenta, es perceptible la presencia de **iniciativas empresariales con clara vocación de futuro**, lo cierto es que en términos de área geográfica de cultivo, número de hectáreas plantadas y de viticultores en activo, los datos facilitados por los censos agrarios hasta 1989, no dejan de registrar una amplia y continua regresión.

Como ilustran los datos del gráfico, sólo se puede hablar de recuperación del sector en la última década. Todavía en los años ochenta, las pérdidas en superficie cultivada eran elevadas en todas las provincias. Entre 1982 y 1989, los datos censales marcan un retroceso del cultivo más o menos pronunciado en todas y cada una de las provincias: Ávila 39,2 %; Burgos 21,2; León 49,5; Palencia 48,5; Salamanca 32,8; Segovia 41,2; Soria 25,3; Valladolid 13,3 y Zamora 30,8. La pérdida conjunta para el territorio de Castilla y León ascendía al 33,5 %. Sin embargo, la década de los noventa está marcada por la recuperación de la superficie cultivada si bien, será un cambio de tendencia selectivo espacialmente. En efecto, siguen perdiendo superficie agraria dedicada a la vid las provincias de Ávila, León, Salamanca y Zamora, mientras que el resto han visto incrementada su superficie.

Provincias como Palencia, Segovia o Soria siempre han tenido una posición marginal en la Geografía vitivinícola de la región mientras que otras como Ávila o Salamanca vienen experimentando una tendencia que las lleva a emparentarse con las anteriores. Por el contrario, las provincias de mayor implantación del viñedo siguen

siendo las cuatro de ayer aunque con trayectorias recientes bien distintas ya que mientras Burgos y Valladolid son las únicas que en la actualidad tienen más superficie cultivada que a comienzos de los años ochenta, por el contrario, las provincias de León y Zamora, han perdido el gran protagonismo que tuvieron en el pasado.

Gráfico 1



2.2.- Evolución y cambios en la industria de transformación

Tratamiento a escala de conjunto o regional: las D. O., los Vinos de la Tierra y las empresas marquistas.

La imagen de calidad que las D. O. transmiten al consumidor no debe ocultar que antes de la creación de las mismas en Castilla y León (la primera data de 1980), incluso previa a la Ley 25/1970 por la que se regulan las Denominación de Origen, ya hay bodegas empeñadas en seguir los pasos pioneros de nuestros vecinos franceses orientados al logro de vinos de calidad apoyados en una denominación geográfica específica. La empresa pionera o marquista parece estar presente en casi todas las actuales D. O. de Castilla y León antes de que estas existan en la práctica. En algunos casos, impulsaron la creación y se han integrado en la Denominación pero, en otros, mantienen su propio nombre como márchamo de calidad diferenciada. Esta singularidad no impide que las D. O. sean el referente dominante del reconocimiento alcanzado por los vinos de la región. Las D. O. vinícolas de la región vienen cumpliendo así una función que va más allá de su propio sector de producción ya que en las tendencias de los mercados de consumo –nacionales o internacionales- asistimos a una *recalificación* de los territorios productivos en base a la mayor o menor calidad de sus productos agroalimentarios (Pilleboue, 1999, p. 6).

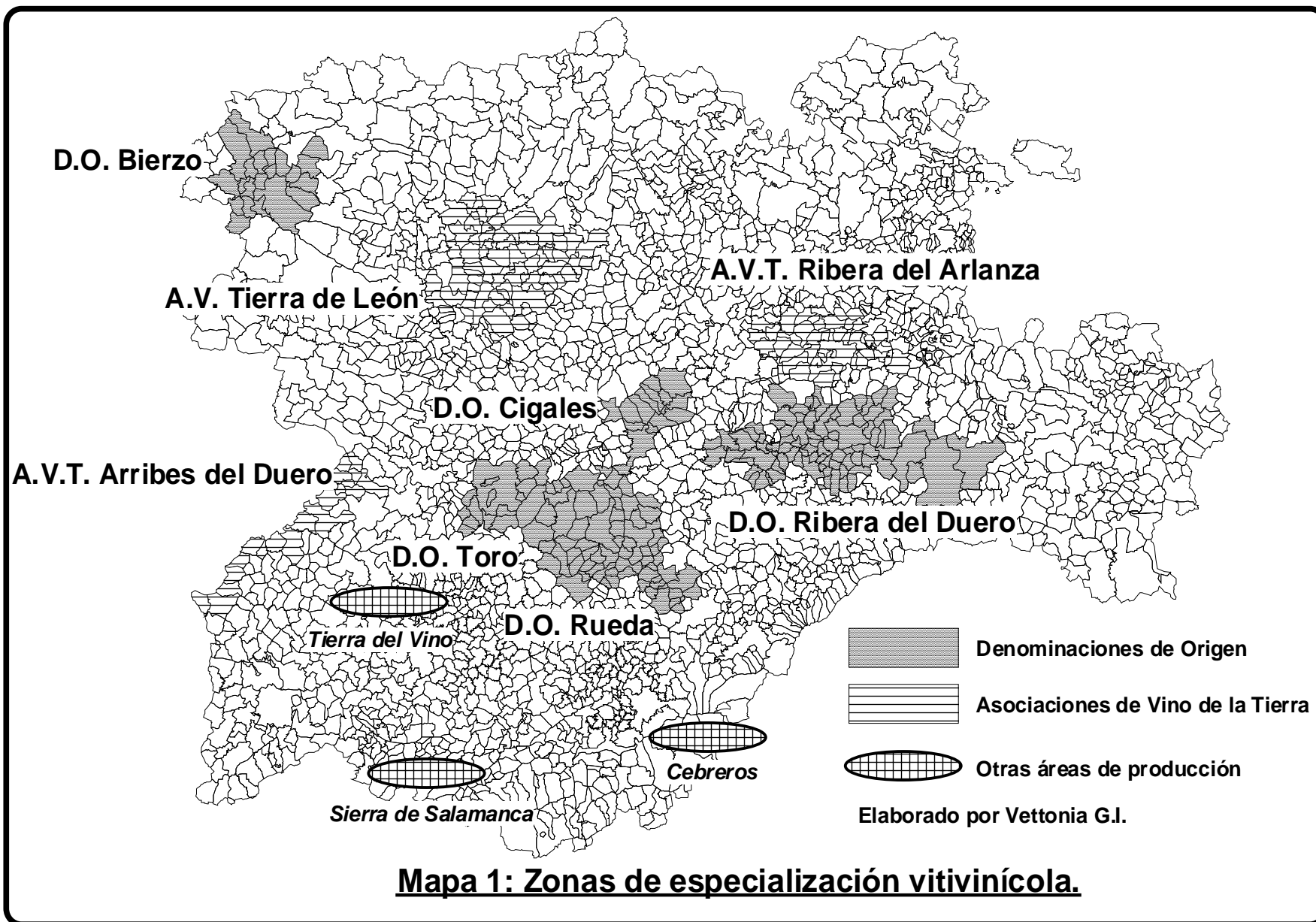
En la actualidad, la Geografía de los vinos acogidos tanto a una D.O. como a Vino de la Tierra es bastante amplia en el medio rural de la región – ver Mapa- y el cuadro adjunto resume los indicadores básicos de las mismas:

Cuadro 1: Indicadores básicos de las comarcas vitivinícolas de Castilla y León										
Comarca	Inicio	Municipios	Etiquetas		Número de socios			Tipos de vino		Export
			1º año	2001	Viticultores	Bodegueros	Has	Variedades	Calidad	Botellas
Ribera de Duero	1982	82	15.055.000 (1994)	22.242.084 (00)	7.280 (00)	128	14.054	Tinto Rosado	Jóvenes Crianza Reserva Gran Reserva	
Rueda	1980	65	5.846.843 (1992)	21.310.523		32	5.669 (02)	Blanco Tinto	Jóvenes Crianza Reserva	2.702.214
Cigales	1991	13	3.910.667 (1992)	4.140.748	698 (01)	41	2.780	Rosado Tinto	Jóvenes Crianza Reserva	31.000 (00)
Toro	1987	16	1.064.000	4.306.500 (00)	962 (00)	25	4.063 (00)	Tinto Rosado Blanco	Jóvenes Crianza Reserva Gran Reserva	645.365 (00)
El Bierzo	1989	22	562.735	6.423.350	4.815 (00)	39	3.853 (00)	Tinto Rosado Blanco	Jóvenes Crianza Reserva	166.000 (00)
Valdevimbre Los Oteros	1997	70	200.000	550.000	1.500	21	2.000	Tinto Rosado	Jóvenes Crianza	
Ribera del Arlanza	1998	50			295	7	310	Tinto Rosado Blanco	Jóvenes Crianza	
Arribes del Duero	1997	20	430.800 (00)	558.400	846	8	1.726	Tinto Rosado Blanco	Jóvenes Crianza	

Fuente: elaboración propia a partir de datos de los Consejos Reguladores.

Los indicadores revelan un crecimiento muy importante del sector vitivinícola regional en los años ochenta al pasar entre 1980 –constitución de la primero a D. O.- y 1991 a la existencia de las cinco denominaciones actuales. Ello ha entrañado saltar de 65 municipios a los 198 actuales que en términos de residentes significa pasar de una población de los 68.871 habs. En 1981 de la D. O. Rueda a 272.663 habs. En 2001. pero más relevantes son los datos específicos del sector tales como las hectáreas acogidas (de 5.669 a 30.419) el número de viticultores o el de empresas elaboradoras. No obstante, en los últimos años, el territorio rural que busca su promoción económica a través de los vinos de calidad se ha ampliado con la creación de las tres asociaciones de Vino de la tierra en 1997 y 1998, lo que supone que otros 140 municipios rurales de la región con más de 65.000 habitantes en 2001 trabajan en pos de los vinos de calidad. La creación por la Junta (2000) de la indicación geográfica Vino de la Tierra de Castilla y León completa el marco espacial en la región de una decidida promoción de los caldos de calidad.

El auténtico termómetro del éxito de las D. O. de la región es el mercado. Él es quien mejor mide la evolución de cada una de las D. O. y de sus empresas en la doble escala nacional e internacional y son las contraetiquetas (botellas) expedidas cada año su indicador. La producción creció a media interanual del 40,4% en Rueda entre 1992 y 2001; Ribera del Duero al 24,7 entre 1994 y 2000; Toro al 33,7 de 1988 a 2000; El Bierzo el 103,7 entre 1990 y 2001. Esta generosa evolución de la demanda explica la fuerte entrada de capitales en las D. O. e incluso en las comarcas de Vino de la Tierra se ha manifestado el boom de nuevos capitales que, en ocasiones, se concretan en iniciativas más complejas que las propias del cultivo y elaboración del vino.



2.3.- Los diferentes estadios de desarrollo de los territorios vitivinícolas en la Comunidad Autónoma.

La integración agroindustrial del sector vitivinícola comienza a formarse a la vez que en otros productos agrarios a nivel nacional. Ello pasa por todo un proceso de evolución en el que se pueden distinguir estadios o fases bien diferentes: una etapa de autoabastecimiento y dominio de los mercados inmediatos; otra etapa de integración del mercado nacional y modernización de las estructuras productivas –agrícolas e industriales- ; una tercera de crisis y recomposición del modelo productivista anterior; una última fase de modernización basada en la calidad y la internacionalización como objetivos en un marco de formación de redes de cooperación entre agentes privados y públicos.

Etapa de autoabastecimiento.

Se parte de una situación en la Autarquía marcada por el autoconsumo y los mercados de proximidad con vinos de baja calidad y presentación a granel donde las viñas pasaron de los terrenos más escarpados y pedregosos a los más productivos de las riberas. Se trata de una actividad muy atomizada tanto por el número de cultivadores como por el de bodegueros, con gran presencia de la autoelaboración y los reducidos excedentes eran canalizados a los mercados urbanos más próximos.

Etapa de modernización productiva.

La salida de la etapa de autoabastecimiento supone un nuevo concepto en la elaboración del vino, un intento por formar un sector avanzado y mecanizado, en el que prime el beneficio y la producción. Los déficits de la tradicional división parcelaria se intentan paliar a través de la formación de cooperativas, como la treintena que se crean en la Ribera del Duero con el fin de desarrollar un territorio de producción masiva de vino de mesa. Intentos modernizadores que se extienden posteriormente a El Bierzo y Toro, aunque en menor medida. Proceso que choca con el problema de la mayor productividad de otras zonas nacionales, como La Mancha y La Rioja, que han iniciado su extensión comercial por todo el territorio nacional.

Este segundo estadio supone un punto de inflexión en el desarrollo de los diferentes territorios que tenían una producción vinícola tradicional, ya que en estos momentos algunos de ellos se quedan totalmente apartados de ese intento de actualización. Es también en esos años cuando se afirman las primeras empresas que ponen en la calidad del producto su marca de diferenciación que servirá para dar prestigio futuro a las actuales zonas acogidas a las indicaciones geográficas de calidad (Vega Sicilia, Protos, Palacio de Arganza, Hijos de Alberto Gutiérrez,...)

Etapa de crisis y recomposición.

La crisis de los años setenta y los intentos de superación posteriores nos traerán varios cambios tanto en los niveles y pautas de consumo como en las estructuras productivas. La producción masiva deja paso a series más cortas y de calidad que cuentan con una mayor aceptación en el mercado. La mayor compra de vinos de calidad irá diferenciando a los territorios vitivinícolas entre los que profundizan en la mecanización y la producción para conseguir unos precios más competitivos, como La Mancha o el País Valenciano a nivel nacional y la zona de Cebrenos en el panorama regional; y los que inician una reestructuración profunda del Complejo Agroalimentario para conseguir un vino de calidad que permita el acceso a los nuevos mercados del producto. En el plano agrario continúa el arrancado y abandono de las viñas en todas las zonas productoras, debido al descenso general del consumo y a la grave crisis que sufren los territorios que no se adaptan a las nuevas formas colectivas de organización, con gran prestigio entre los nuevos consumidores.

Etapa de modernización

En la que por el cambio acelerado en las pautas de consumo y la entrada del país en la Unión Europea, marcan la estructura del sector al inducir la profunda transformación del complejo al final del siglo XX:

- Descenso del consumo por persona
- Caída del consumo de vino de mesa
- Ascenso en el consumo de vino de calidad
- Acceso a nuevos mercados, en algunos casos con un consumo en progresión

En un primer estadio, en la mayoría de los territorios hay una empresa (en algún caso un pequeño grupo) que inicia esta renovación profunda del sistema. Una **bodega líder** que

o venía realizando ya otra política productiva de forma tradicional, como es el caso de Vega Sicilia en la zona de Ribera de Duero,
o se instala procedente de otra zona vinícola para completar su oferta de vino de calidad, como es el caso de Marqués de Riscal en Rueda,
o comienza una transformación interna a imagen de otras comarcas o por imperativos del mercado, como es el caso de Bodegas Fariña en Toro.

Este ejemplo es **imitado** a continuación por un grupo creciente de bodegas en cada una de las comarcas, y siempre al amparo de los organismos y agentes creados para garantizar el control de la calidad y para conseguir una imagen de marca territorial que les asegure un segmento del mercado. Se comienza así a superar el individualismo innato en el campo y en la Comunidad, basando cualquier estrategia a las que se marcan desde la colectividad; siempre entendido de forma general, ya que habrá una serie de bodegas que investigarán e innovarán por su cuenta, pero el grueso de las empresas entrarán dentro de acciones más o menos colectivas.

En todas las comarcas alguna de las **bodegas punteras** se queda fuera de este proceso,
o porque su posición dominante en la producción de vino a granel hace que no necesite entrar en ese proceso de cambio, por ejemplo Bodega Hijos de Alberto Gutiérrez en la zona de Rueda,
o porque se ha conseguido realizar ese proceso renovador hacia el vino de calidad con anterioridad y se ve innecesaria la integración en la estructura colectiva, como el caldo de Vega Sicilia o de Palacio de Arganza en el Bierzo

De todos modos, en un momento posterior y a la vista del éxito de las D.O., estas empresas marquistas comienzan a participar en el proceso colectivo: bien se integran en la estructura común, como es el primer caso, o construyen bodegas nuevas que se integran en la Denominación, como es el caso de los dos segundos, así mantienen las ventajas conseguidas a nivel individual y se participa con otra empresa de las conseguidas de manera territorial o grupal.

En los **espacios** de la Comunidad con cultivos sin identificación geográfica, este proceso de transformación se ha realizado tan tímidamente que ha llevado a una profunda **crisis**, aunque en ellos se contaba a priori y se sigue contando con alguna empresa líder que podía haber provocado el cambio. Ejemplo paradigmático es la zona sur de la provincia de Ávila, en torno al término de Cebreros, con el dominio de Bodegas Perlado, una de los principales productores de vino de mesa tanto a nivel regional como nacional. En una zona con una uva que permite producciones de calidad, tanto en blanco en su zona oeste como en tinto en la este (donde posee pagos importantes bodegas de otras zonas), pero en la que sigue predominando la producción de vino de mesa para el mercado regional y, sobre todo, madrileño que tan próximo está. Para las bodegas más cualificadas de estas tierras sin denominación, la reciente (junio 2000) creación por parte de la Junta de la figura *Vinos de la Tierra de Castilla y León* debe suponer una vía de acceso a los mercados más exigentes por cuanto garantiza unas condiciones mínimas de calidad en su elaboración. No obstante, seguirán padeciendo la falta de un entorno empresarial institucional y social propicio para el desarrollo de procesos de innovación similares a los que se dan en las comarcas más avanzadas.

Esta fase en la que nos encontramos en la actualidad, implica un proceso de cambios y reorganización de todo el proceso de cultivo, elaboración y distribución del vino impulsado por la acción conjunta de los agentes tradicionales y otros nuevos que se justifican por la complejidad adquirida por el complejo vitivinícola. Esto representa una clara evolución hacia un modelo organizativo basado en redes de cooperación en las que participan no solo empresas privadas sino la administración y otros órganos de representación colectiva e incluso profesional (enólogos, restauración). El desarrollo de este modelo relacional significa la superación de las actuaciones individualistas en favor de una mayor imbricación entre el sector productivo y el sistema institucional y social del territorio. Las manifestaciones más relevantes de estos cambios se relacionan a continuación.

A. En un primer momento de **crecimiento extensivo** se profundiza en la expansión del cultivo hacia los suelos y zonas más productivas de los municipios. Comienza a desplazar al cereal como producto agrario principal en las rentas familiares, al empezar a conseguir unos precios más o menos estables y ciertamente altos, si los comparamos con las etapas anteriores. Todo ello es posible gracias la intensa mecanización y, en especial, al precio que alcanza el kilo de uva en cada campaña, alto (0,60 €o por encima) y estable, garantizándose y estabilizándose el mercado entre los proveedores y las bodegas, por medio de contratos entre las dos partes, aunque en la mayoría de

los casos esta relación se da de palabra (redes informales). Estos cambios en la imagen del viñedo y su repercusión en las economías del agro regional ha llegado a convertir cooperativas cerealísticas en importantes bodegas dentro de las denominaciones específicas, como en el caso del Arlanza.

Esta expansión del viñedo se apoya en la recuperación de las **cepas autóctonas** y lleva a producciones altas, con cepas jóvenes, en buenos suelos, donde la calidad se centra en dos líneas de trabajo: la mejor adaptación de estas variedades locales al medio natural y el cuidado en las técnicas vitícolas. Se da un **replantado de cepas**, se busca hacerse con la autorización de nuevas plantaciones, olvidándose del proceso de arrancado. El salto cualitativo en la **mecanización** de todo el proceso se da en esta fase, que es la de grandes inversiones. Destacando la mecanización del proceso agrario con la introducción de sistemas ya ensayados en otras comarcas, casi siempre a nivel internacional (francesas). La espaldera a diferentes alturas (dependiendo de la variedad), el aclarado de los campos para permitir la introducción del arado mecánico, la mayor preparación en el uso de fitosanitarios, etc, son procesos asimilados en este periodo.

Todo este proceso de replantado se ha visto estrangulado por las restricciones administrativas que sufre el mundo agrícola y que obliga a tener derechos de plantación para poder extender el viñedo. Se ha provocado con ello un gran mercado totalmente especulativo en el que han participado hasta las administraciones autonómicas, llegando a valer los 12 mil euros la hectárea. Así llegamos a un segundo momento en el que se siguen plantando nuevas vides y la productividad todavía crece debido a la mejora de las técnicas de cultivo empleadas. En alguno de los pagos de las bodegas se instalan dispositivos informatizados que controlan cualquier adversidad térmica. Comienzan a volver a cultivar en **pagos arenosos** y en la zona de cuesta, de aluvión o en suelos pedregosos, pero todavía como algo experimental, en pequeñas cantidades, ya que el grueso de la producción sigue situándose en los mejores suelos y en regadío. Como consecuencia, comienza a promoverse un recorte de la producción por vid, desde los organismos colectivos de control, intentando inculcar la idea de que la alta producción está reñida con la **calidad**. Así se recomiendan podas en verde en campañas en las que se prevé producciones importantes. Las bodegas comienzan a predicar la misma idea, sobre todo las empresas señeras, las más avanzadas y algunos de los viticultores más importantes hablan de ello. Pero la medida no ha traído un aumento en el precio de la materia prima que ya era alto, aunque sí una estabilización. Cada vez se da un mayor **control institucional** en estos sistemas productivos. El éxito del modelo acalla las voces críticas que no ven bien toda esa normativa y así todas las acciones que se encaminan hacia el control de la producción y la consecución de una mayor calidad se van asimilando por todos los escalones productivos.

En un hipotético **sistema mundial del vino** las D.O. de esta comunidad se identifican con un papel que podríamos llamar intermedio; entre los países *viejos*, Francia e Italia, que cuidan la tradición y el medio, y los países nuevos, Cono Sur americano, Sudáfrica y Oceanía, que desarrollan las cepas y los métodos de vinificación. Aquí partimos de la tradición y del cuidado de las cepas autóctonas, pero aprovechando lo más interesante de las nuevas técnicas de vinificación y de los beneficios de las variedades más internacionales. De este momento data el posible olvido del medio que se da en nuestro país. Los estudios de suelo y de las condiciones climáticas de los diferentes pagos sigue considerándose una clara asignatura pendiente.

B. A nivel empresarial, son las **bodegas privadas** las que se encargan de abrir nuevos caminos, mientras que las cooperativas suelen dominar la producción pero van claramente a remolque en la adaptación a los cambios, debido principalmente a su estructura organizativa. Tanto es así que en algunos casos se han dado conversiones en sociedades anónimas para agilizar su gestión, como es el caso de Ribera del Duero, con un tercio (unas 10) menos de cooperativas. También se dan casos como el berciano y el de Las Arribes, con un claro control de las cooperativas sobre todo el proceso de desarrollo de la D.O.

Se dan grandes **aumentos de la producción** de caldo en cada campaña, como desprende del cuadro precedente. Este clima de éxito en el que viven parte de estos territorios va a provocar claros cambios en la **mentalidad organizativa** de todos los agentes productores,

- los viticultores gestionan sus cepas con los mismo criterios de cualquier empresa y los bodegueros intentar asimilar las últimas tendencias en la gestión y en el conocimiento del producto.
- Hay un buen número de bodegas que declaran que un porcentaje de la producción lo dedican a realizar ensayos con nuevas técnicas que vinificación que les permitan conseguir caldos adaptados a los gustos de la época, sobre todo del consumidor de los grandes mercados mundiales.

- En esta estructura productiva se da un claro movimiento hacia delante de los grandes viticultores que deciden abrir sus propias bodegas para completar el ciclo productivo y realizar todo el proceso de valorización. Estas inversiones se dan en todos los territorios vinícolas de la región sin excepción, siendo considerado el exponente más importante sobre el cambio de mentalidad que se gesta en estos espacios.
- El paradigma de bodega es el del *chateau* francés (aunque el diseño de las propias bodegas más bien recuerda al californiano), una bodega rodeada del propio viñedo con un control total desde la producción del fruto hasta la obtención del vino. Ésta es una tendencia, que aunque clara no es dominante, ya que la situación general es la del bodeguero que compra la uva al viticultor, en un ambiente de gran estabilidad en estas relaciones, desarrollándose una gran colaboración técnica y un importante control de todo el proceso y de la calidad de la materia prima.

El tipo de **bodega estándar** es el medio/pequeño, lo que obliga a series cortas, como en el resto de sectores industriales, de calidad que permitan cierta diversificación del catálogo de la empresa y un mejor acceso al mercado. Todo ello inmerso en una política seria y colectiva de **exportación** de los productos de la denominación, sobre todo hacia los mercados más abiertos de la Unión Europea, el blanco a Gran Bretaña y Alemania y los tintos a los Países Escandinavos. El **comercio mundial** del vino se encuentra en continuo aumento, pasando de un 15% de la producción a finales de los ochenta a un 25% a finales de los noventa, así una de cada 4 botellas se exporta. Todas estas acciones, debido a las pequeñas dimensiones de las empresas y su limitado catálogo, se han realizado a través de acciones y asistencias a ferias de forma conjunta, o través de la D.O. o en asociaciones temporales de empresas.

A la vez, se invierten mayores activos en acciones de promoción colectiva que tanto han costado desarrollar en todo el medio agrícola. Aunque el número de **unidades productivas** medianas y grandes es cada vez mayor, sigue predominando la pequeña y hay un componente importante de miniexplotaciones, normalmente heredadas y antiguamente dedicadas al autoconsumo y que el boom que vive el sector ha permitido que familias dedicadas a otros sectores productivos y que viven ya en otras ciudades, mantengan este cultivo en la actualidad ya orientado a abastecer a las bodegas.

Hay una **consolidación de las empresas** de la zona, que siguen rigiendo los destinos de la denominación, pero la presencia exógena es cada vez mayor:

- Capitales de otros sectores que invierten en el vino
- Importantes restauradores que tienen la intención de controlar la calidad desde el principio
- Grupos nacionales e internacionales del sector que buscan diversificar sus catálogos con vinos de calidad.
- Bodegas medias de otras zonas importantes que exportan su *modelo*

C. Desde el punto de vista **comercial**, con un mercado nacional muy estabilizado, tanto en el consumo por persona como en el tipo de vinos consumido, y con un catálogo de vinos de calidad cada vez mayor, las políticas de las empresas se orientan a la internacionalización de sus productos, más si tenemos presente que España sigue figurando como exportadora de vinos de mesa y a granel. En esta etapa podemos hablar de la generación de lo que conocemos como Medio Innovador en el desarrollo de estos territorios. La consolidación del proceso y la creación de una determinada cultura productora acabará dando una exportación de ese modelo productivo a otros territorios que se encuentran en estados menos avanzados, todo ello enmarcado, a la vez, en el objetivo empresarial de conseguir un catálogo variado y de calidad propio. Así, la obligatoriedad **normativa** de presencia que tienen las bodegas en todas las Denominaciones llevan a dos tipos de acciones:

- Relaciones con otras empresas para compartir producciones
- Inversiones en bodegas en esos territorios

Se crean así verdaderas **redes de conocimiento y de inversiones** sobre todo a nivel regional, aunque en los casos más importantes se realizan a escala nacional e internacional. Esas redes, sobre todo las regionales, tienen varios ámbitos de actuación desde los Consejos de la D.O. hasta las bodegas y las asociaciones de viticultores.

Para terminar, hay que señalar que no todas las zonas productoras han alcanzado el grado de evolución descrito en esta última fase. A nivel autonómico, se puede decir que Cigales y las Asociaciones de Vino de la Tierra están intentando imponer los niveles de calidad y el grado de interacción alcanzados ya por Rueda y Ribera del

Duero. Toro y El Bierzo se encuentra en una situación intermedia caracterizada aún por el crecimiento de la producción más que por la búsqueda de la máxima calidad.

3.- EL PROCESO DE FORMACIÓN DE LOS ESPACIOS DE ESPECIALIZACIÓN E INNOVACIÓN PRODUCTIVA: EL EJEMPLO DE LA D.O. RUEDA.

La evolución del sector vitivinícola en Castilla y León muestra, como se ha indicado ya, diferencias apreciables entre las comarcas especializadas en esta actividad agroindustrial. Esas diferencias vienen dadas no sólo por el tamaño del sector (número de bodegas y viticultores, superficie cultivada, cuantía de las cosechas y producciones), sino también por su desigual *densidad relacional e institucional*. Las primeras conclusiones del proyecto de investigación que sustenta esta comunicación apuntan como factor de diferenciación interterritorial a la cantidad y, sobre todo, a la calidad de las relaciones formales e informales establecidas entre diversos agentes (públicos o privados, locales, regionales o nacionales) implicados en el continuo viticultura-vinificación-distribución. Las zonas productoras con un tejido asociativo e institucional más denso y una interacción permanente entre agricultores, bodegas, distribuidores, administración, órganos de regulación y centros de asesoramiento técnico están logrando resultados más que notables en el terreno de la innovación de productos, procesos y mercados, elaborando vinos de mayor calidad que abren la puerta a nuevos mercados y permiten, por tanto, la generación de nuevas rentas que comienzan a alimentar procesos autocentrados de desarrollo territorial.

Concretamente, el proceso innovador registrado desde comienzos de la década de 1980 en la D.O. Rueda representa un modelo útil como elemento de comparación de las trayectorias y resultados conseguidos por las restantes comarcas vinícolas. Ciertamente, la D.O. Ribera del Duero tiene mayor dimensión y cuota de mercado, pero en su seno conviven procesos muy diversos y no siempre acompañados, además de existir elementos de singularidad corporativa que difícilmente pueden reproducirse en otros lugares. Por tanto, Rueda puede marcar el nivel general de aspiración para la industria vinícola en Castilla y León en cuanto a articulación institucional interna, quedando Ribera como gran estandarte de calidad y presencia internacional del vino de la región.

Como hemos expuesto en otros trabajos (Sánchez, 1998, 2002), el proceso innovador acometido en Rueda deriva de la **interacción fluida entre distintos agentes**:

- Bodegas de capital local, algunas de ellas presentes en la zona desde hace más de cincuenta años y otras abiertas recientemente por viticultores que deciden integrar verticalmente la producción y captar el valor añadido que se perdía vendiendo la uva a las bodegas.
- Bodegas de capital no local atraídas por las excelentes posibilidades de la uva verdejo y por el prestigio logrado por la Denominación de Origen. A menudo, su objetivo es la incorporación de blancos de ran nivel a sus catálogos de tintos elaborados en otras zonas productoras (Rioja, Penedés, Ribera).
- Redes viticultor-bodega forjadas durante muchos años de relación estable, aunque no formalizada, entre proveedores y compradores de uvas. Estas redes representan un cauce permanente para la difusión de innovaciones desde el segmento industrial al segmento agrícola del complejo local, por cuanto que la calidad que demandan las bodegas (impuesta por las exigencias del mercado) sólo puede lograrse con uvas cultivadas en condiciones muy determinadas, supervisadas a menudo por técnicos de las bodegas que trabajan en colaboración permanente con los viticultores. Así mismo, estas redes introducen un factor de estabilidad en el abastecimiento de uva y también contribuyen a la moderación de los precios.
- Redes de enólogos. Estos especialistas son celosos de su forma particular de elaborar los vinos, pero sus lazos profesionales (formales e informales) son decisivos en la innovación productiva porque les proporcionan información actualizada sobre las técnicas para la resolución de problemas y sobre las nuevas tendencias de elaboración. Ello ha contribuido de forma notable a la mejora de la calidad media de los vinos y también a la progresiva introducción de nuevas elaboraciones (espumosos, blancos con barrica) y nuevas uvas (sauvignon).
- Estación Enológica de Castilla y León. Aunque su ámbito de acción abarca la totalidad de la Comunidad Autónoma, su ubicación en Rueda facilita las relaciones de carácter local, según reconocen las bodegas de Rueda y las ubicadas en otras zonas productoras. Tanto los análisis de uvas y vinos como el asesoramiento técnico que presta son fundamentales para la mejora generalizada del nivel tecnológico del sector y la elevación indiscutible del estándar de calidad de los caldos.

- Consejo Regulador. El carácter pionero de Rueda se aprecia ya en su condición de primera Denominación de Origen aprobada en Castilla y León. Aunque las labores de los Consejos están establecidas por ley (control de calidad y promoción comercial genérica), no todos suscitan entre las bodegas idéntico grado de complacencia. El trabajo de campo muestra una buena aceptación de la labor del C.R. de Rueda entre las bodegas, aunque la reciente incorporación de los vinos tintos a la Denominación ha quebrado la armonía existente hasta el momento.

La interacción entre estos agentes ha generado **resultados innovadores** notables en los siguientes terrenos:

- Incremento del número de bodegas, desde las cinco presentes a finales de los años setenta hasta la treintena actual. Confluyen aquí las iniciativas empresariales endógenas (viticultores que abren su propia bodega) con la atracción de inversiones foráneas.
- Modernización del viñedo (espalderas, podas en verde...) e introducción de nuevas variedades de uva (sauvignon, del que ya se elaboran varietales).
- Aplicación de innovaciones tecnológicas en el proceso de vinificación (tecnologías de frío).
- Elaboración de nuevos tipos de vinos (vinos tranquilos, espumosos, con madera).
- Mayor propensión exportadora (en torno a la quinta parte, aunque hay bodegas que llegan al 50% o incluso lo superan).

El ejemplo de Rueda ilustra también la progresiva formación de una red regional de innovación en el complejo vitivinícola. En efecto, a la vez que bodegas de otras regiones españolas o comarcas de Castilla y León invierten en Rueda para añadir sus vinos blancos a sus catálogos corporativos, las bodegas de Rueda han iniciado el mismo proceso, por ejemplo, en la zona de Toro. Estas redes productivas se complementan con otras de tipo institucional. Los Consejos Reguladores mantienen encuentros periódicos donde adoptan posturas comunes de cara a sus negociaciones con la Administración regional. También comparten la participación en misiones comerciales en mercados internacionales, auspiciadas por la administración regional. En el plano técnico, la Estación Enológica atiende las demandas de viticultores y bodegas de toda la comunidad autónoma, donde inyecta las innovaciones generadas en otros países y regiones, gracias a su participación en proyectos de investigación de amplio alcance.

En definitiva, la constitución de una auténtica red regional, amparada por la Junta de Castilla y León, la Estación Enológica y la cooperación entre los Consejos Reguladores, puede y debe representar el siguiente paso en el proceso de innovación institucional y organizativa del sector. Las redes locales representarían, entonces, nodos de un complejo más amplio que aún no está completamente perfilado, pero cuya contribución al desarrollo de estos espacios rurales debe resultar sustantiva.

4. ¿ES EL SECTOR VITIVINÍCOLA DE CASTILLA Y LEÓN FACTOR DINAMIZADOR E INNOVACIÓN EN SU TERRITORIO?

Podemos ser categóricos y decir que sí, que es un segmento productivo claramente dinamizador de su territorio, eso al menos se percibe a priori, tanto en la observación directa de estas comarcas, como en un análisis más pormenorizado de los datos que presentan. Pero no es una distinción tan clara, no siempre se delimita tan nítidamente estos pretendidos efectos dinamizadores, en ocasiones todo hay que relativizarlo en una comparación directa con comarcas rurales que ofrecen las mismas características estructurales, con la salvedad de la producción vinícola.

El desarrollo de un complejo productivo especializado en el vino ha conseguido dinamizar la vida y el grado de bienestar de las poblaciones de estas comarcas. Comenzando por la retención de población adulta/joven que accede al mundo del trabajo y lo hace en su entorno, frenando de alguna manera la fuerte migración que se da en el mundo rural por falta de perspectivas. La ruptura de esa corriente migratoria ha conseguido romper el fuerte envejecimiento, alrededor de un cuarto de la población, que vivimos en el mundo rural de la Comunidad. Esto y el desarrollo de un segmento productivo como el del vino que, debido a las normas impuestas desde los organismos de regulación territorial, todo el proceso productivo tiene que darse sobre el espacio comarcal, desde el tratamiento y obtención de la materia prima hasta el proceso de elaboración de los caldos. Además en los productos alimentarios

de calidad vendemos territorio, premisa que genera una serie de inversiones en infraestructuras viarias, paisajísticas y productivas que van a desencadenar el resto de repercusiones que señalamos en el gráfico 2.

Gráfico 2



Así, todo el proceso de valorización del producto en zonas tradicionalmente atrasadas ha generado territorios competitivos y cada vez más variados, insertos en una economía internacionalizada. El aumento del empleo es general, pero no sólo en empleos de baja cualificación, como otros espacios rurales que se han beneficiado de la periferialización industrial, sino también en trabajos de mayor nivel que singularizan estas zonas. El desarrollo de los sectores industriales vinculados con el proceso es generalizado, tanto los relacionados con el proceso agrario, como viveros, fitosanitarios, de asistencia y maquinaria, etc, como las instalaciones productivas, bodegas, que deben desarrollarse en cada uno de los territorios y que permitirán la existencia de un gran número de pequeñas empresas. A la vez, el acceso a fases de desarrollo económico especializado ha ido generando la aparición de un terciario industrial, que aunque básico (gestorías, asistencia técnica, enólogos) ha ayudado a abrir la economía del conjunto comarcal a otras actividades. Como la diversificación de la viticultura, con el aprovechamiento turístico del proceso productivo y del territorio, a través de la restauración y de la hostelería e incluso implicándose en la promoción de actividades agroindustriales de calidad.

Las estructuras administrativas de estos espacios se benefician claramente de toda esta situación, no sólo por la mayor recaudación que suponen todas estas actividades y la mayor cantidad de población que los habita, sino por las actividades que se generan.

Los espacios vitivinícolas han reactivado el acervo cultural de la población, intensificando el sentido de pertenencia al mismo y la necesidad de cambio para asegurar las ventajas competitivas conseguidas. En este clima, la cultura empresarial y colectiva en torno al vino está tan arraigada que ha provocado la internacionalización de la

comarca, tanto en el aspecto productivo como en el cultural. Este ambiente hará que el dinamismo de las estructuras de encuadramiento sea muy alto, desde las organizaciones vinculadas de forma directa al proceso productivo, como las asociaciones de bodegueros y de viticultores, hasta las diversas asociaciones culturales y de ocio, son fieles representantes de esa ebullición, contrastando con el desencanto que encontramos en el resto de los espacios rurales, en los que este tipo de estructuras suelen ser muy básicas.

En definitiva, el dinamismo de las comarcas vitivinícolas es manifiesto, aunque su intensidad dependerá del grado de evolución que tenga el complejo vitivinícola en ellas, correspondiendo los más desarrollados con los más estructurados y diversificados

BIBLIOGRAFÍA:

ALONSO SANTOS, J. L.; APARICIO AMADOR, J. y SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J. L. (2002): "Procesos de innovación en los sistemas productivos locales de Castilla y León". Revista de Economía y Finanzas de Castilla y León nº 5, pp. 77-116.

APARICIO AMADOR, J.; ALONSO SANTOS, J. L. y SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J. L. (2000): "Innovación y territorio en los sistemas productivos locales de Castilla y León". En ALONSO, J. L. y MÉNDEZ, R. (eds.): Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España. Civitas. Madrid, pp. 81-99.

BAILLY, A. S. : Le Temps des Cépages. Du Terroir au système-monde, Annales de Géographie, 614-615, París, julio-octubre 2000, pp. 516-524

CASANOVA, U.: Diccionario del vino de Castilla y León, Amaru Ediciones, Salamanca, 1994, 247 pp.

GARCÍA, F.: Ribera del Duero. Vinos y bodegas, Alianza, Madrid, 2001, 182 pp

HINNEWINKEL, J. C.: Terroirs et qualité des vins: quels liens dans les vignobles du Nord de L'Aquitaine?, Sud-Ouest Européen. Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, 6, Burdeos, diciembre 1999, pp. 9-20

HUETZ DE LEMPS, A. : Vignobles et vins du Nord-Ouest de l'Espagne, Bordeaux, Université et Écoles Hautes Études Hispaniques, 2 vol, 1967, 1004 p.

HUETZ DE LEMPS, A. : La resurrección des vignobles du Duero en Espagne, Annales de Géographie, 614-615, París, julio-octubre 2000, pp. 488-504

LE GARS, C., HINNEWINKEL, J. C.: Le commerce mondial des vins a la fin du XX siècle, Annales de Géographie, 614-615, París, julio-octubre 2000, pp. 381-394

MOLINERO, F.: La Ribera del Duero: transformaciones y dinamismo de una comarca vitícola, II Simposio angloespañol de Geografía Rural, Valladolid, julio 2000

MOLLEVÍ, G.: Las denominaciones de Origen vitivinícolas en Cataluña, Actas del XVII Congreso de Geógrafos Españoles, Oviedo, noviembre 2001, pp. 415-418

PILLEBOUE, J.: La qualité agro-alimentaire et ses territoires productifs. Avant-propos, Sud-Ouest Européen. Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, 6, Burdeos, diciembre 1999, pp. 1-8

PILLEBOUE, J.: Les produits agro-alimentaires de qualité: remarques sur leurs liens au territoire, Sud-Ouest Européen. Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, 6, Burdeos, diciembre 1999, pp. 69-84

ROUDIÉ, P.: Vous avez dit chateau? Essai sur le succès sémantique d'un modèle viticole venu du bordelais, Annales de Géographie, 614-615, París, julio-octubre 2000, pp. 415-425

SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J.L. (1998): "Procesos de innovación en la industria vinícola de Rueda: ¿hacia la consolidación de un *medio innovador*?" VI Congreso de Economía Regional de Castilla y León. Comunicaciones. Junta de Castilla y León. Zamora, vol. 2, pp. 1.205-1.221.

SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J.L. (2002): "La renovación de las bases productivas en la industria vinícola de Rueda". En MÉNDEZ, R. y ALONSO, J.L. (eds.): Sistemas locales de empresas y redes de innovación en Castilla-La Mancha y Castilla y León. Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, pp. 231-257.

UNWIN, T.: El vino y la viña. Geografía histórica de la viticultura y del comercio del vino, Tusquets, Barcelona, 2001, 529 pp

VV.AA.: Las rutas del vino en Castilla y León y Extremadura, Caja Duero, Madrid, 1999, 240 pp