



Departamento de Ciencia,
Tecnología y Universidad



cita
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA
AGROALIMENTARIA DE ARAGÓN



**ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE LAS
DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINO EN ESPAÑA:
UN ANÁLISIS COMPARATIVO**

MTIMET, Nadhem
ALBISU, Luis Miguel

Documento de Trabajo 04/2

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA
AGROALIMENTARIA DE ARAGÓN (CITA)**

UNIDAD DE ECONOMÍA AGRARIA

Avda. Montañana, 930
50059 ZARAGOZA

Teléfono: 976716305
Fax: 976716335

1. Introducción

España agrupa junto a Francia, Italia, Alemania y Portugal, el núcleo de los países de la “Vieja Europa” tradicionalmente productores y consumidores de vino. Con 1,1 millones de hectáreas de vid plantada, España es el primer país por extensión de viñedo en el mundo, y es el tercer productor con medias anuales de 32 millones de hectolitros, por detrás de Francia (56 millones) e Italia (51 millones). Además, los españoles ocupan el quinto lugar en cuanto al consumo con 14,5 millones de hectolitros por año.

En los últimos años ha habido cambios en el sector vitivinícola, a nivel mundial, con la emergencia y confirmación de países productores de vino que han irrumpido con fuerza en los mercados internacionales, que son los denominados como del “Nuevo Mundo” (Estados Unidos, Chile, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Australia, Argentina y Canadá), y el descenso del consumo de vino en aquellos países europeos tradicionalmente productores y consumidores. España no ha escapado a esta tendencia, pasando de una media de consumo de vino de 46,6 litros per cápita en 1987, a una media de 30,6 litros en el año 2001 (MAPA, 2003a). Dentro de esta tendencia de consumo global decreciente e inquietante, destaca la trayectoria ascendente del consumo de vino con Denominación de Origen (vino de calidad), que ha registrado durante el mismo período un incremento continuo y paulatino, alcanzando a finales del 2001 una media de 7,9 litros per cápita. Igualmente ha habido un incremento de la superficie de vid amparada por la Denominación que alcanzó más de 626 mil hectáreas en 2001 (54% de la superficie total).

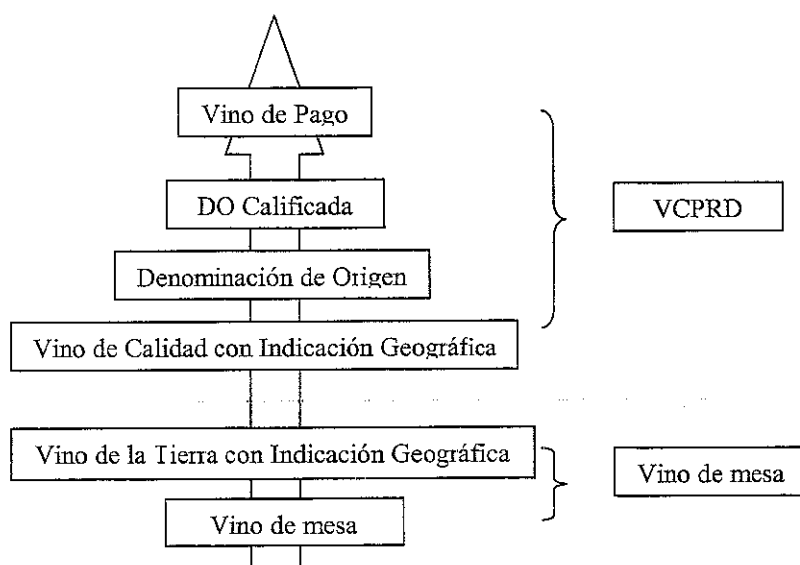
Este trabajo está estructurado de la manera siguiente: en un primer apartado se describe brevemente la evolución histórica del sector vitivinícola español desde el punto de vista legislativo, la clasificación actual de los vinos en España y algunos rasgos importantes acerca de las Denominaciones de Origen; en un segundo apartado se estudian tres Denominaciones de Origen: Rioja, Cariñena y Somontano. Estas tres Denominaciones son un ejemplo ilustrativo del conjunto de las Denominaciones de Origen de vino existente actualmente en el mercado español: las dos primeras son de las más antiguas, pero con diferente notoriedad nacional e internacional, y la tercera, de reciente aparición y con una trayectoria destacable.

2. Reglamentación del sector vitivinícola y evolución de las Denominaciones de Origen en España

Desde hace siglos, la elaboración y consumo de vino forman parte de la cultura y de las tradiciones del pueblo ibérico. Sin embargo, el primer intento serio de legislar y regular la elaboración del vino en España data de finales del siglo XIX, con la Real Orden de 23 de febrero de 1890 incluyendo disposiciones relativas a su elaboración. En el siglo XX, mediante el Estatuto del Vino de 1932, se reguló por primera vez al sector vitivinícola. Dicho Estatuto estuvo en vigor durante 40 años, para ser sustituido por la Ley 25/1970 del Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes, lo que permitió, durante más de 30 años, la regulación del sector vitivinícola. No obstante, en las dos últimas décadas, los cambios técnicos y jurídicos surgidos en el sector vitivinícola, a escala mundial y sobre todo a escala europea, han impulsado al gobierno español a elaborar una nueva Ley para regular el sector y no quedarse en desfase con las exigencias de los mercados. Un desfase técnico, por los continuos progresos técnicos aparecidos en la plantación, regadío, elaboración y embotellado del vino. Acompañado de un desfase jurídico, debido a la promulgación de la Constitución Española de 1978, que configura el Estado de las Autonomías; el ingreso de España en 1986 en la Comunidad Económica Europea (CEE); y la promulgación de la nueva OCM (Organización Común del Mercado) vitivinícola en 1999 con el Reglamento (CE) 1493/1999. Por estas razones y a la luz de estos cambios, se ha elaborado y promulgado en 2003 la nueva Ley de la Viña y del Vino 24/2003 (BOE, 2003b).

En términos de protección del origen y la calidad de los vinos, la nueva Ley propone una clasificación aún más “detallada” de los vinos. De hecho, en la clase de los Vinos de Calidad Producidos en una Región Determinada (VCPRD), donde se ubicaban los vinos con Denominación de Origen (DO) y los vinos con Denominación de Origen Calificada (DOC), se han añadido dos otras subclases que incluyen los Vinos de Calidad con Indicación Geográfica y los Vinos de Pago. Mientras que dentro de los vinos de mesa, se ha añadido la mención “Vino de la Tierra” acompañada de la indicación geográfica, para especificar el origen del caldo. En la figura 1 se presenta un esquema resumiendo la clasificación de los vinos según la nueva Ley.

Figura 1: Clasificación del vino en España según la nueva Ley 24/2003 de la Viña y del Vino



Este esquema, deja muy clara la doble clasificación de los vinos y los diferentes niveles en donde se pueden ubicar. En el caso de los vinos de mesa (vino corriente), para que un vino pudiera utilizar la mención “Vino de la Tierra”, tendrá que provenir de un territorio vitícola delimitado y con características ambientales específicas. Dentro de los vinos de calidad, la subclase “Vino de Calidad con Indicación Geográfica” es el primer escalón que un vino tiene que emprender para ir subiendo y alcanzar el nivel “máximo” de Denominación de Origen Calificada. De hecho, uno de los requisitos para que el vino obtenga la mención DOC, es que hayan transcurrido, al menos, diez años desde su reconocimiento como DO. Sin embargo, para reconocer un vino con Denominación de Origen es necesario que la región, comarca o lugar a la que se refiera, haya sido reconocido previamente como ámbito geográfico de un Vino de Calidad con Indicación Geográfica con una antelación de, al menos, cinco años. Finalmente, en el caso del Vino de Pago, se trata de un vino proveniente de un dominio muy delimitado, con características edáficas y de microclima propias, y con tradición notoria en el cultivo de los viñedos, que resulta en un vino con rasgos y cualidades singulares. En caso de que la totalidad del pago se encuentre incluida en el ámbito territorial de una Denominación de Origen Calificada, podrá recibir el nombre de “Vino de Pago Calificado” (BOE, 2003b).

El consumo de vino amparado por Denominación de Origen ha alcanzado, en 2001, 318 millones de litros, equivalente al 27% del consumo de vino total (MAPA, 2003a) y se realiza esencialmente fuera del hogar (más del 73% del VCPRD

consumido) y especialmente en el sector de la hostelería. El vino tinto representa más de la mitad del consumo total de vino de calidad (57% en el 2001), el blanco ocupa la segunda posición con una cuota del 24%, mientras que las ventas de vino rosado alcanzan el 19%.

La trayectoria ascendente del consumo de vino con DO, ha ido acompañada por un incremento acentuado del número de Denominaciones de Origen, pasando de 24 DO en 1980 a 61 Denominaciones en 2003 (MAPA, 2004). Las Denominaciones están en 15 Comunidades Autónomas (CC.AA.), repartidas por todo el territorio español, incluidas las Islas Baleares y Canarias. En España existe 19 Comunidades Autónomas. Las cuatro Comunidades que no tienen vinos amparados por Denominación de Origen son: el Principado de Asturias, Cantabria, Ceuta y Melilla.

La gestión de cada V.C.P.R.D. se realiza por un órgano de gestión o Consejo Regulador, en el que están representados los titulares de los viñedos y bodegas inscritos en los Registros, que se establece en cada norma específica reguladora. Dichos órganos se rigen por las leyes de las Comunidades Autónomas con competencias en la materia. Para los vinos amparados con Denominación de Origen o Denominación de Origen Calificada, el órgano de gestión se refiere como "Consejo Regulador". El control y certificación de los V.C.P.R.D. son otorgados a un organismo público o privado, independientes del órgano de gestión, mientras que la potestad sancionadora por las infracciones es dominio del órgano competente de la Administración de la Comunidad Autónoma correspondiente, y de la Administración General del Estado para los vinos amparados con Denominación de Origen que está en varias Comunidades Autónomas. De este último tipo existen en España tres DO: la Denominación de Origen Calificada La Rioja perteneciente a las CC.AA. de La Rioja, Navarra y País Vasco; la Denominación de Origen Jumilla perteneciente a Castilla La Mancha y Murcia; y la Denominación de Origen Cava perteneciente a Cataluña, Aragón, Comunidad Valenciana, Extremadura, La Rioja y Navarra.

3. El caso de tres Denominaciones de Origen: Rioja, Cariñena y Somontano

Mediante la elección de estas tres Denominaciones de Origen, se ha intentado recoger una muestra representativa del conjunto de las DO existentes actualmente en el mercado español. Las dos primeras (Rioja y Cariñena) forman parte de las

Denominaciones de Origen decanas, mientras que la DO Somontano, creada a principios de los años ochenta, representa la “nueva generación”.

3.1. Desarrollo histórico de las tres denominaciones

Los municipios de Cariñena y Somontano, así como la zona riojana, forman parte de la cuenca del Ebro y el cultivo de la vid en estas zonas ha ido extendiéndose desde mediados del siglo XIX. En 1932, con la elaboración del Estatuto del Vino, existió el primer reconocimiento oficial a algunas regiones productoras de vino amparado por la mención Denominación de Origen. En dicha fecha, dieciocho zonas fueron identificadas como productoras de vino, con características especiales y consecuentemente se les otorgó la distinción de Denominación de Origen; Rioja y Cariñena formaban parte de este núcleo. No obstante, la zona del Somontano de Barbastro ha tardado casi medio siglo en solicitar y obtener el reconocimiento oficial, que llegó a principios de los años ochenta. Si bien, ya en 1974 se solicitó al Ministerio de Agricultura la Denominación de Origen Somontano (Palomar, 1999). En 1980 fue publicado en el BOE el reconocimiento oficial de la DO Somontano, y hubo que esperar hasta 1985 para la constitución definitiva del Consejo Regulador y la posterior venta de vino amparado por la Denominación.

3.2. Distribución de la superficie y variedades cultivadas

Las Denominaciones de Origen Cariñena y Somontano pertenecen ambas a la Comunidad Autónoma de Aragón. El viñedo de Cariñena ocupaba 16.676 hectáreas en 2003 (CRDO Cariñena) repartidas entre 14 poblaciones de la comarca, y cuenta con casi 4000 viticultores. Mientras que el viñedo del Somontano amparado por la Denominación, y a pesar del continuo incremento de sus parcelas, no supera las 4.000 ha que se reparten entre 43 municipios reconocidos por la legislación en vigor de la Denominación (BOE, 2003a). Dentro de la estructura de la propiedad en el Somontano, sobresale la importancia primordial de las pequeñas y medianas explotaciones (Sabio et al., 2001), donde a finales de 2000 más del 88% de los viticultores tenían parcelas de menos de 10 ha.

Por su parte, en la última década, el viñedo de la DOC Rioja no ha dejado de crecer, alcanzando casi las 62.000 hectáreas a finales del 2002, con un aumento del 29% en los últimos 10 años (CRDOC Rioja). Lo que permite a la Rioja ocupar la segunda

posición a nivel nacional en términos de superficie de vid cultivada y destinada a la elaboración de vino de calidad¹. La mayor parte de su viñedo está ubicado en la Comunidad Autónoma de la Rioja (70% de la superficie), mientras que las CC.AA. del País Vasco y Navarra acogen, respectivamente, al 20% y 10%. La división de la DOC Rioja según el clima, la localización geográfica y la estructura del suelo permite distinguir tres subzonas; la Rioja Alta de influencias atlánticas, la Rioja Alavesa que se encuentra en el cruce de influencias atlánticas y mediterráneas, y la Rioja Baja con una influencia netamente mediterránea. La titularidad del viñedo de la DOC presenta una gran dualidad, con muchos pequeños titulares que tienen una parte muy pequeña de la superficie registrada, y unos pocos grandes titulares que tienen una parte importante de la superficie de viñedo² (Barco, 2002a).

La localización geográfica, mediante sus variantes climáticas (temperatura, luminosidad, precipitaciones, humedad) y de suelo, juega un papel primordial en la determinación de las características hedónicas del producto final. Lo mismo ocurre con las variedades de vid plantada. De hecho, cada Denominación de Origen tiene derecho, según lo especificado en su Reglamento, a la plantación de unas variedades de uva bien determinadas. Los datos recogidos sobre variedades de uva plantada por cada DO permiten destacar dos estrategias diferentes. La primera, escogida por las Denominaciones Rioja³ y Cariñena⁴, se decanta por uso de variedades esencialmente autóctonas para la elaboración de vinos mono-varietales o vinos de coupage (mezcla de variedades), aunque en Cariñena hay variedades foráneas que están creciendo con fuerza, si bien su peso es pequeño respecto al total. La segunda, seguida por la DO Somontano⁵, y que consiste en combinar entre variedades locales y foráneas (esencialmente francesas⁶).

¹ La Denominación de Origen La Mancha ocupa el primer puesto con más de 188.000 ha de vid, el equivalente al 30% de la superficie total destinada a vino con Denominación de Origen (MAPA, 2003b)

² Los titulares que tienen menos de 5 hectáreas de viñedo, 15.481 (83%) cultivan 22.841 ha, el 41% de la superficie. En el extremo contrario se encuentran 149 titulares de más de 20 hectáreas que suman 7.650 ha, esto es el 14% de la superficie de viñedo de la DOC (Barco, 2002a).

³ Rioja desde principios de los ochenta, muestra una clara tendencia a la concentración en variedades tintas y que a finales de 2000 ocupaban más de 87% de la superficie total (67% por la variedad Tempranillo y 15,5% por la Garnacha). En las blancas la variedad Viura es predominante con más del 90% de la superficie destinada a uvas blancas (Barco, 2002a). Cabe mencionar que el Reglamento de la DOC considera el Tempranillo y la Viura como variedades preferentes (BOE, 1991).

⁴ Para la DO Cariñena, en el año 2002, las variedades tintas Garnacha y Tempranillo ocuparon respectivamente el 40% y 24% de la superficie plantada. En las blancas, el Macabeo ha sido la variedad más extendida con el 20% de la superficie del viñedo (CRDO Cariñena).

⁵ En el Somontano prevalecen también las variedades tintas (más del 86% de la superficie total en 2003). Sin embargo, dentro de las tintas destacan tres variedades. Junto a la variedad Tempranillo (21%), se

Por lo que se refiere a las prácticas de cultivo, en el cuadro I se recogen las características más importantes de plantación y elaboración para cada Denominación. Los datos obtenidos muestran generalmente una similitud entre las prácticas de cultivo de la vid. No obstante, por razones climáticas y de suelo, los límites de densidad y de producción máxima presentan diferencias entre las tres Denominaciones. Siguiendo la normativa europea, el riego se realizará para atender las necesidades hídricas del cultivo cuando las condiciones ecológicas lo justifiquen y previa aprobación del Consejo Regulador.

Cuadro I
Características de plantación y elaboración en cada DO

	Cariñena	Rioja	Somontano
Sistema de poda	Vaso o espaldera	Vaso o espaldera	Vaso o espaldera
Densidad (cepas/ hectárea)	1 500 mínimo 4 000 máximo	2 850 mínimo 4 000 máximo	1 500 mínimo 4.000 máximo
Riego	Según condiciones ecológicas	Según condiciones ecológicas	Según condiciones ecológicas
Rendimiento máximo (litros/ 100 kg uva)	70 y excepcionalmente hasta un máximo de 74	70 y excepcionalmente hasta un máximo de 72	70 y excepcionalmente hasta un máximo de 74
Producción máxima (quintales métricos/ ha)	Tintas: 70 Blancas: 80	Tintas: 65 Blancas: 90	Tintas: 80 Blancas: 90

Fuente: Elaboración propia a partir del Reglamento de cada DO

Las tres Denominaciones de Origen elaboran, aunque sea en proporciones diferentes, los tres tipos de vino convencionales⁷ (tinto, rosado y blanco). La producción abarca también a todo tipo de añada (jóven, crianza, reserva y gran reserva). Los tiempos mínimos de crianza difieren según la añada, pero son los mismos para las tres Denominaciones. No obstante, existe una diferencia, que puede ser importante en la calidad final del vino, y que consiste en la capacidad máxima autorizada de las barricas de madera (generalmente de roble) para la crianza del vino. En este sentido, el Reglamento de la Rioja y el del Somontano, exigen el uso de barricas de 225 litros de

cultivan esencialmente dos variedades foráneas: Cabernet Sauvignon (37%) y Merlot (27%). Lo mismo ocurre en las variedades blancas con una dominancia de las variedades Chardonnay (47%), Macabeo (36%) y Gewürztraminer (14%) (CRDO Somontano)

⁶ A mediados del siglo XIX se instaló en la región de Barbastró la familia Lalanne, originaria de Burdeos (Francia) y que se dedicó a la vitivinicultura. Ha sido la precursora en la introducción de variedades foráneas, y sobre todo de la variedad Cabernet Sauvignon (Sabio et al., 2001).

⁷ Cariñena elabora también pequeñas cantidades de vino de licor y de vino añejo. Los vinos de licor son vinos generosos con alta graduación alcohólica comprendida entre 14 y 23º, y los vinos añejos están por encima de 14º naturales pero han pasado un proceso de envejecimiento de 2 años en barrica. Estos vinos siguen captando una clientela fiel pero muy reducida.

capacidad máxima. Mientras que Cariñena, más flexible con sus bodegueros, permite el uso de barricas de hasta 10 hectolitros (1.000 litros) de volumen, pero en la práctica el porcentaje de volumen de vino en este tipo de contenedores o de 600 litros es pequeñísimo respecto al volumen total.

3.3. Las tres Denominaciones en el mercado interior

La notoriedad y el conocimiento por parte de los consumidores, en el mercado nacional, de las tres Denominaciones de Origen son muy diferentes. En un estudio elaborado en el año 2000, a petición del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA, 2000), a través de una encuesta a consumidores sobre el vino de calidad, y a la pregunta de “¿cuáles son los vinos con Denominación de Origen que Ud. conoce?”, Rioja fue la Denominación más citada por parte de los encuestados (94%). La DO Cariñena ocupó el noveno puesto con el 28% de las citaciones, mientras que Somontano era reconocida por el 12% de los encuestados y ocupó el decimoséptimo escalón⁸. Estos datos confirman la gran notoriedad, en el ámbito nacional, de los vinos de la Rioja. No obstante, por lo que se refiere a las marcas comercializadas de vino con DO, no destaca una marca que sea ampliamente conocida por la mayoría de los consumidores, como en el caso de las Denominaciones de Origen; Marqués de Cáceres era la marca más citada, con el 15% de las citaciones.

A nivel regional, y en un trabajo realizado por Albisu y Meza (1998), sobre la evaluación de una campaña de promoción de alimentos en Aragón y Denominaciones de Origen, se ha revelado que Cariñena ocupa la primera posición de las DO de vino aragonesas en cuanto a grado de conocimiento, seguida por Somontano⁹.

Por su parte, la opinión de divulgadores y personas cuyo trabajo sea directa o indirectamente asociado al mundo del vino (catadores, periodistas, cocineros, etc...), tiene hoy en día una influencia creciente sobre los gustos de los consumidores y sus decisiones de compra. En España existen varias revistas, páginas web y guías dedicadas exclusivamente a la vitivinicultura. Una de las referencias destacadas en este campo es la Guía Peñín de los vinos de España, elaborada por José Peñín conocido veterano creador de corrientes de opinión vitivinícola. En esta Guía, el autor cata a gran parte de

⁸ Esta posición de la DO Somontano es bastante buena, a pesar de su “reciente” promulgación, ya que deja por detrás a varias de las Denominaciones más antiguas.

⁹ En Aragón existen actualmente cuatro Denominaciones de Origen de vino (descontando la DO Cava) y que son por orden decreciente de antigüedad, Cariñena, Campo de Borja, Somontano y Calatayud.

los vinos de calidad españoles y asigna a cada vino catado, según sus características, una puntuación entre 50 y 100. En su última edición, Guía Peñín de los vinos de España 2004 (Peñín, 2003), la DO Somontano ha logrado el segundo puesto para un vino individual, con el tinto “Enate Reserva Especial 1998”, consiguiendo 96 puntos. Otras marcas de la misma DO han obtenido altas puntuaciones comprendidas entre 80 y 95 puntos equivalentes a la mención de vinos muy buenos o excelentes, lo que denota una reconocida calidad de los vinos del Somontano. La Rioja con el vino tinto “Dalmau Reserva 1999” (95 puntos) ha obtenido la quinta posición. La mayoría de los demás vinos de la DOC han conseguido diferentes puntuaciones que oscilan entre el 70 y 94 correspondiendo a vinos aceptables, muy buenos y excelentes. Finalmente, en el caso de Cariñena, la mayor puntuación conseguida ha sido de 85+ para el “Ayles 2000”, un tinto crianza elaborado a partir de una mezcla de Cabernet Sauvignon, Merlot y Tempranillo. Los vinos de Cariñena han sido generalmente clasificados por el autor entre aceptables y muy buenos.

El intervalo de precios para los vinos con Denominación de Origen es amplio, y el posicionamiento de cada DO en dicho intervalo, depende de la calidad del vino que ofrece, de la añada (joven, crianza, reserva o gran reserva), de la bodega comercializadora (marca), de su reputación y de su estrategia comercial, es decir el nicho de consumidores que quiere captar. Según un informe, de la consultora ACNielsen, sobre el mercado de vino tranquilo (ACNielsen, 2003), es posible segmentar al mercado español de vinos con Denominación de Origen, según los precios de venta al público en el canal minorista, en cinco categorías. Los vinos baratos con precios por debajo de 1,5 euros la botella de tres cuartos de litro; los vinos de precios medio-bajos alrededor de 2,2 euros; los vinos de categoría media con precios que se aproximan a los 3 euros la botella; los vinos formando la categoría media-alta con precios medios de 5 euros; y, finalmente, los vinos caros con precios medios superiores a 7,3 euros la botella. La Denominación de Origen Cariñena se sitúa en el segmento de los vinos medio-bajos, donde se encuentran también los vinos jóvenes de Rioja. En la categoría de precios medio-altos, se ubican los vinos del Somontano y los de la Rioja crianza. Mientras que los vinos reserva y gran reserva de la DOC Rioja, estarían ubicados en el escalón de precios más alto.

Las ventas (en volumen) de vino Rioja se dirigen principalmente al mercado interior, absorbiendo entre las dos terceras partes y las tres cuartas partes de las ventas

de la DOC¹⁰. Lo mismo ocurre con los vinos del Somontano, que a pesar del incremento de sus volúmenes destinados a la exportación, el mercado autóctono sigue captando la mayor proporción de sus ventas¹¹ (más del 77% en 2002). Al contrario de las otras dos Denominaciones, Cariñena, desde principios de los noventa, ha visto caer sus ventas de volumen de vino en el mercado español¹², en gran medida debido a la disminución de sus ventas a granel. La disminución de sus ventas totales en el mercado interior ha sido en gran parte equilibrada por el incremento de sus ventas fuera de la península¹³ (52% de las ventas totales en 2002), así como por la distinta composición de la comercialización de sus vinos en el interior, ya que el vino embotellado ha pasado a ser de alrededor de 15 millones de botellas, multiplicándose por más de tres en el periodo de diez años. Es decir, esta DO ha hecho en la última década la gran transición de venta de vino a granel a embotellado y de depender solamente del mercado interior a tener sus ventas muy igualadas con el mercado exterior.

La desagregación de ventas por color del vino en el año 2002 (Cuadro II), muestra una predominancia del vino tinto para las Denominaciones Cariñena y Rioja. Las cifras confirman una neta tendencia a especializarse, ambas DO, en ese tipo de vino¹⁴. La Rioja, en la última década, ha duplicado sus volúmenes de venta de vino tinto en el mercado interior, pero ha mantenido casi constante las ventas de vino blanco, y ha visto reducir sus volúmenes a la mitad para el vino rosado. Para Cariñena, destaca el carácter inestable de sus ventas para los tres tipos de vino, con subidas y bajadas muy importantes entre un año y otro (especialmente para los vinos tintos y blancos). La DO Somontano, a pesar de la importante cuota de mercado asignada al vino tinto (67%), sigue dedicando también una buena proporción de sus ventas a los vinos blancos y rosados.

¹⁰ En 2002, Rioja ha abastecido al mercado nacional 1.807.269 hectolitros de caldo (MAPA, 2003b), que corresponde al 73% de sus ventas totales (mercado interior + exterior) de ese año.

¹¹ En 2002, las ventas totales de la DO Somontano eran de 81.868 hectolitros (MAPA, 2003b): 63.500 hl destinados al mercado interior y 18.368 hl vendidos en el mercado exterior.

¹² En 1992, Cariñena vendió 262.501 hl de caldo en el mercado interior. Diez años después estas cifras son de 107.872 hl lo que equivale a una caída de 59% de sus volúmenes vendidos.

¹³ En 1992, Cariñena exportó 6.138 hl de vino, lo que representaba el 2,3% del total de las ventas. En 2002, la cantidad de caldo exportada ha superado los 117 mil hl, el 52% de las ventas totales.

¹⁴ Para las dos Denominaciones los porcentajes de vino tinto destinado al mercado interior están muy por encima de la cuota de consumo de vino tinto de calidad dentro del mismo mercado, ya que se aproxima al 57%.



Cuadro II
Ventas de vino por color de las tres DO en el mercado interior en 2002

	Tinto		Rosado		Blanco		Total (hl)
	hl	% total	hl	% total	hl	% total	
Cariñena	93.748	86,9	6.579	6,1	7.545	7,0	107.872
Rioja	1.612.440	89,2	85.095	4,7	109.734	6,1	1.807.269
Somontano	42.485	66,9	8.784	13,8	12.231	19,3	63.500

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MAPA (2003b).

Hasta principios de la década de los noventa, gran parte del vino DO Cariñena se comercializaba a granel y casi la mitad de la producción se embotellaba en botellas de un litro. No obstante, consciente de la importancia del envasado en botellas de tres cuarto de litro, de su repercusión positiva sobre la imagen de la Denominación y del valor añadido generado por este tipo de envase, Cariñena ha ido poco a poco optando por dicho recipiente para comercializar sus vinos. Hoy en día, el nuevo Reglamento de la DO prohíbe las ventas a granel, salvo en circunstancias particulares, y los volúmenes de vino comercializados en formato de un litro han desaparecido del mercado. En el Somontano, y desde principios de los noventa, el Consejo Regulador tomó la decisión de ir disminuyendo la producción de vino corriente no amparado por la Denominación para no alterar la imagen de la DO. Desde 1998, todo el vino producido en la zona está comercializado exclusivamente bajo la Denominación de Origen Somontano.

Dentro de las ventas de la DOC Rioja por tipo de vino (añada), los vinos jóvenes (sin crianza) han tenido históricamente un peso importante y que tradicionalmente han significado más de la mitad del volumen de ventas de la Denominación. Sin embargo, en los últimos años, en parte debido al cambio en la política de producto de las bodegas y en parte como consecuencia del fuerte incremento de los precios de la materia prima, que dificultan el mantenimiento competitivo en los segmentos de vino más populares (Sáinz, 2001), empezaba a manifestarse una importante reducción del volumen de negocio de los vinos jóvenes, aumentando así la importancia relativa de los vinos superiores, en especial crianzas y reservas, menos sensibles a los incrementos de precio, aunque no es una tendencia consolidada.

3.4. Las tres Denominaciones en el mercado exterior

En la última década, Rioja ha liderado el mercado exterior de los vinos tranquilos de calidad españoles. Según datos del CR, en el año 2002, la Rioja con 72 millones de litros comercializados ocupa el primer puesto de las DO exportadoras de vino tranquilo, y viene en segundo lugar (precedida por la DO Cava) cuando se trata de todo tipo de vino. En los años 1999-2000, Rioja disminuyó notablemente sus exportaciones en comparación con los años anteriores, ya que bajó un 40% en dos años, recuperándose el nivel de 1998 en el año 2002. Esta disminución es debida directa y esencialmente al incremento de los precios de venta de los vinos de la Rioja. Sin embargo, en 2002, el Consejo Regulador y los bodegueros decidieron reducir los precios de sus vinos, lo que ha permitido la recuperación de las ventas y su restablecimiento a los niveles habituales. En la misma década de los noventa, se ha producido un cambio en la política de exportación de vino Rioja, con la desaparición de la exportación a granel pasando a exportarse todo embotellado desde el año 1993, por imposición para tener acceso a la DO Calificada, coincidiendo este cambio con el aumento de las ventas en el mercado exterior (Barco, 2002a).

En el caso de Cariñena, su apertura efectiva al mercado exterior es muy reciente. De hecho, hace pocos años (principios de los noventa), las ventas fuera de la Península no superaban el 20% del volumen total comercializado. En los últimos años, la creciente competencia de las nuevas Denominaciones de Origen, ubicadas en el mismo segmento de precios medio-bajos, y de los Vinos de la Tierra, de buena calidad y de precio muy asequible, ha sido uno de los factores esenciales que impulsaron la DO Cariñena a cambiar su estrategia comercial e incrementar sus ventas en el mercado exterior. El año 1999 ha sido el punto de inflexión, y desde entonces hubo un incremento muy notable de la cantidad de vino exportada que actualmente supera ligeramente el volumen destinado al mercado nacional. Consciente del valor añadido aportado por las ventas de vino embotellado, la DO Cariñena ha disminuido considerablemente la proporción de su vino exportado a granel. En los últimos cuatro años las exportaciones a granel no han superado el 1% del total de ventas, mientras que hasta principio de la década de los noventa, dicha proporción alcanzaba en algunos años el 85%.

En 1992, la Denominación de Origen Somontano ha exportado 1.356 hectolitros de vino, lo que equivale al 12,2% de sus ventas totales. Desde aquella fecha y hasta hoy en día, las exportaciones han seguido una tendencia creciente muy acentuada en la

segunda mitad de la década. Actualmente el mercado foráneo absorbe casi la cuarta parte de la producción. Somontano ha dejado también de exportar vino a granel desde 1996, pero en años anteriores la cantidad de caldo exportado sin envase llegaba a alcanzar el 70% de las ventas en el mercado exterior.

Como en el caso del mercado interior, la distribución de ventas de la DOC Rioja en el mercado exterior parece ser encaminada hacia un comercio casi exclusivo de vino tinto (Cuadro III). En diez años, los volúmenes exportados de vino tinto se han multiplicado por un coeficiente de 2,3. Lo mismo ocurre con las exportaciones de Cariñena, donde el vino tinto representa casi la totalidad (96%) de los volúmenes comercializados. En el Somontano, hasta mediado de los noventa, las exportaciones de vino estaban repartidas entre los tintos y blancos de una manera similar. No obstante, desde 1996, las exportaciones de vino tinto crecieron hasta 1999 pero han bajado en los 3 años siguientes, representando en 2002 más del 62% de las exportaciones.

Cuadro III
Ventas de vino por color de las tres DO en el mercado exterior en 2002

	Tinto		Rosado		Blanco		Total (hl)
	hl	% total	hl	% total	hl	% total	
Cariñena	112.292	95,9	2.027	1,7	2 805	2,4	117.124
Rioja	627.886	92,6	12 108	1,8	37 996	5,6	677.990
Somontano	11.487	62,5	2.020	11,0	4.861	26,5	18.369

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MAPA (2003b).

La Unión Europea (UE) es el primer destino de las exportaciones de las tres Denominaciones¹⁵. Para Cariñena y Rioja, históricamente los dos grandes importadores han sido y siguen siendo Alemania y el Reino Unido¹⁶, juntos aglutinaron en 2002, respectivamente, el 73,7% y el 48,4% del total de las exportaciones de ambas Denominaciones. Alemania, es un gran consumidor y también productor, aunque únicamente de vinos blancos, por lo cual es deficitario en tintos y necesita importar este tipo de vino. El Reino Unido es consumidor pero no productor de vino. La DO Somontano tiene sus exportaciones más diversificadas en cuanto a países de destino,

¹⁵ En 2002, Rioja ha destinado a la UE el 73% de sus exportaciones, Cariñena el 90%, mientras que Somontano ha abastecido los países de la Unión con el 61% del total de sus ventas en el mercado exterior.

¹⁶ Alemania y Reino Unido son los mayores importadores de vino en el mundo. Según datos de la FAO (2004), en 2001, Alemania ha importado 1.175 millones de litros (18,9% de las importaciones mundiales) y el Reino Unido 1 009 millones de litros (16,2%).

donde Alemania, Bélgica, Holanda, Reino Unido y Suiza son los principales importadores.

El escenario en el que actúan los vinos de la Rioja hace ya mucho tiempo que dejó de ser el mercado local, regional o nacional, a pesar de la importancia que puedan tener todavía cada uno de estos mercados en el destino de la producción de vino. El escenario en el que desde hace años viene actuando el sector vitivinícola es el mercado mundial y en él se encuentra con otros actores, unos viejos y otros nuevos, queriendo, los unos, seguir representando el papel de primer actor, y los otros haciendo méritos o diseñando estrategias (ante el público/consumidor y ante el empresario) para dejar de ser secundarios (Barco, 2002b). Por estas razones, el Consejo Regulador de la Rioja ha pedido a la consultora ACNielsen realizar un estudio en 10 países, y cuyo objetivo es de identificar la notoriedad de la Denominación de Origen Calificada Rioja en el ámbito internacional con respecto a sus competidores los grandes vinos europeos, el vínculo del nombre “Rioja” con España y la imagen de calidad que proyectan sus productos. La muestra final del estudio ha estado configurada por 2.216 entrevistados, que se corresponden con personas que toman vino de forma habitual, al menos una vez al mes. Los diez países a que pertenecen los entrevistados son cinco europeos (Alemania, Gran Bretaña, Italia, Francia y Suecia), tres latinoamericanos (México, Argentina y Chile), así como Estados Unidos y Japón.

La principal conclusión obtenida del estudio es que, el vino Rioja tiene un excelente potencial de desarrollo en el mercado internacional merced a la alta fidelidad de consumo que consigue entre quienes lo prueban (ratio del 55%), fidelidad que supera a la del resto de Denominaciones y zonas vinícolas europeas, algunas mucho más conocidas, como Burdeos (ratio del 51%) o Chianti (ratio del 44%). Esta mayor fidelidad permitiría a Rioja seguir ampliando sus mercados, ya que su notoriedad no ha llegado al límite: ocupa la sexta plaza entre las Denominaciones internacionales en cuanto a notoriedad, con una media del 40% de conocimiento entre los entrevistados.

4. Condicionantes para las estrategias de desarrollo de las Denominaciones de

Origen

El modelo de desarrollo de las Denominaciones se está cuestionando, dada la pujanza internacional de otros modelos de desarrollo del sector vitivinícola que vienen de los países emergentes del “Nuevo Mundo”. Es evidente que, en España, las

Denominaciones han dado suficiente satisfacción a las bodegas, ya que en su gran mayoría han decidido integrarse en este tipo de organización empresarial contando con las bodegas de más prestigio y volumen económico. La nueva legislación pretende adaptarse a las nuevas exigencias de los mercados, aunque los cambios han sido criticados desde muchas instancias, algunos por no considerarlos suficientemente atrevidos y otros, sin embargo, por creer que el nuevo sistema desvirtúa la esencia de las Denominaciones y creará confusión en los consumidores.

A lo largo de los años el número de las Denominaciones, del sector vitivinícola, ha ido creciendo y se han ido incorporando nuevas zonas. Uno de los principios del desarrollo de las Denominaciones es la existencia de una tradición del cultivo de la vid y de su transformación en vino. Sin embargo, esa tradición se manifiesta de muy distintas formas, tanto en el tiempo que ha transcurrido desde su reconocimiento como Denominación así como en otras características, por ejemplo las variedades implantadas y las prácticas productivas.

La mayor antigüedad de una determinada Denominación no es un factor esencial para un mayor desarrollo. Así, Denominaciones con una gran antigüedad tienen actualmente una notoriedad en el mercado muy diferente y una calidad media muy distinta, como son los casos de las DO Rioja y Cariñena. En el caso contrario, una DO con pocos años, como es la del Somontano, ha podido encontrar un gran reconocimiento en el mercado con unos precios medios-altos. Para explicar estas diferencias se acude a la bondad o dificultad del clima, así como otros elementos físicos de la zona y la elaboración de los vinos, pero pocas veces se entra a analizar el desarrollo empresarial e industrial de cada Denominación.

Uno de los temas más debatidos, en cualquier Denominación de Origen, es las variedades a plantar. Ha habido en todas ellas un cierto número de variedades tradicionales que han sido su base de desarrollo y, a lo largo de los años, la proporción de superficie dedicada a las variedades tradicionales ha ido variando, sobre todo bajo la influencia de otras variedades consideradas como foráneas, que han sido de origen mayoritariamente francés. Los mercados valoran el elemento diferencial de cualquier producto, así el mercado español tiene una gran consideración por las variedades que no han sido regularmente ofertadas por ser desconocidas o no haber plantaciones o no haber sido aprobadas por los Consejos Reguladores.

Esa ha podido ser una de las razones del éxito de los vinos de la DO Somontano, que exporta un pequeño porcentaje de su producción total, porque en el mercado nacional ha encontrado su mejor salida a unos precios muy altos. Además, esta Denominación ha hecho un especial énfasis en la comunicación de las variedades de sus vinos para que el consumidor fuera consciente de la diferencia. Sin embargo, la DOC Rioja ha basado su estrategia de desarrollo más en el nombre de la Denominación, junto con las marcas de las bodegas. Su base ha sido la variedad Tempranillo, como arma de diferenciación, y en menor medida en la Garnacha, aunque la comunicación de las variedades ha estado en un segundo término. En el caso de la DO Cariñena se ha inclinado por la variedad Garnacha, aunque apoyada por la Tempranillo y una proporción muy pequeña de otras variedades foráneas, que han permitido transmitir una idea de cambio y modernidad.

Lo que sí parece una constante es el control generalizado de las prácticas vitivinícolas en todas las Denominaciones, con similares parámetros, como la limitación de los rendimientos en los viñedos para la obtención de vinos de calidad, el uso limitado del agua para no caer en abusos que puedan perjudicar la calidad media y la producción máxima de vino.

Hay Denominaciones en las que las cooperativas han tenido el principal papel porque controlan un importantísimo volumen del vino de la zona, como es el caso de la DO Cariñena. Otras están en manos de muy pocas empresas potentes, pero predominando las empresas privadas, como es el caso de la DO Somontano. En otras Denominaciones hay una mezcla de ambas situaciones, como ocurre en la DOC Rioja, aunque las empresas privadas predominan sobre las cooperativas. Esta situación tiene una gran importancia sobre el modelo de desarrollo así como en la velocidad de cambio.

En las DO con predominio de cooperativas hay una mayor tendencia a explotar la tradición y la velocidad de cambio es menor. También ocurre que los socios cooperativistas suelen ser pequeños agricultores y necesitan sus ingresos de una manera inmediata, por lo que los planes a medio y largo plazo son difíciles de aprobar en los consejos de las empresas. Por otra parte, en bastantes de las Denominaciones en las que imperan las empresas privadas, el origen del capital no suele venir del sector agroalimentario y, en ocasiones, son excedentes empresariales que buscan en la producción de vino una manera de diversificar riesgos económicos y reconocimiento personal, como es el caso de bastantes empresas de las DO de La Rioja y Somontano.

También tiene su importancia el tamaño medio de las bodegas así como la estructura industrial de cada DO, por la existencia de muchas pequeñas empresas o pocas importantes o predominio de una u otra situación. El entendimiento empresarial y las decisiones colectivas se realizan de muy distinta manera y puede tener serias consecuencias en las estrategias de desarrollo y en la velocidad de los cambios. En la DO Somontano hay 3 bodegas importantes, que predominan sobre el resto de pequeñas bodegas, y que marcan los criterios de la DO. Sin embargo, en la DO Cariñena son grandes empresas cooperativas, algunas de segundo grado, las que predominan aunque hay una considerable cantidad de pequeñas bodegas que no tienen un gran peso en las decisiones colectivas. En la DOC Rioja hay una situación mixta, pero las grandes empresas privadas han dirigido el destino del colectivo, aunque con serios conflictos con otras muchas empresas de pequeña y mediana dimensión, que entendían su expansión y posicionamiento de distinta manera

En las DO hay una continua búsqueda de valor añadido del producto final. Así, la creación de la DO tiene su origen en esa expectativa que se puede ver cumplida a lo largo del tiempo en mayor o menor grado. Por lo tanto, el paso de toda la venta en granel a vino embotellado es una premisa que ya se ha visto cumplida en las DO de Rioja y Somontano, pero no así en la DO Cariñena. En esta transición es importante tener en cuenta el volumen que se maneja en cada DO, ya que no es lo mismo la transición en una DO con poco volumen que con un gran volumen. Las DO, con un gran volumen, necesariamente tienen que acudir a la exportación, para vender sus vinos en mercados en expansión, ya que el mercado nacional no ha tenido la expansión necesaria para absorber grandes volúmenes de vinos de calidad en pocos años, sino que se ha ido desarrollando poco a poco.

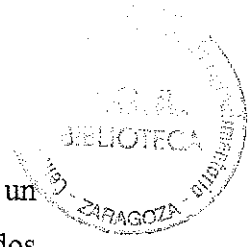
No es de extrañar, por tanto que la DO Cariñena exporte sus vinos en una mayor proporción que las DO Rioja y Somontano. La DO Rioja, a pesar de producir un gran volumen, al ser la primera DO en España y haber realizado su proceso de expansión anteriormente al resto, ha podido hacer la transición del granel al embotellado usando básicamente el mercado nacional. Aunque para ello haya tenido que salir al mercado con una gran variedad de precios y muchos de sus vinos jóvenes están en el segmento de precios mas bien bajos, con lo cual la imagen global de la DO se puede ver deteriorada o los vinos de la gama más alta pueden tener mayores dificultades, porque los consumidores los asocian con otros vinos de muy inferior calidad. El caso contrario,

cuando hay un pequeño volumen y la política de calidad es más homogénea, favorece a todas las bodegas, como ocurre en la DO Somontano.

Los vinos a granel han sido un gran freno para el desarrollo de las DO, porque lógicamente se han ido incorporando en botellas pero de escaso precio, con lo que el resto de las producciones de calidad se han visto afectadas por la mala imagen de importantes volúmenes de vino en el mercado, con el mismo nombre genérico de la DO. Este es el caso de la DO Cariñena. Es importante considerar la importancia de la estrategia del posicionamiento en los distintos segmentos de precios que existen en el mercado. También hay que resaltar que la imagen que se tiene en el mercado nacional no debe afectar, en gran medida, en los mercados exteriores, por lo que a veces es más fácil crear una nueva imagen en un nuevo mercado que cambiar la imagen que se tenía en un antiguo mercado, como le ocurre a la DO Cariñena.

La creación de valor añadido en el producto final suele tener una correspondencia directa con el menor peso de la materia prima en el valor que los consumidores pagan por los productos. Las bodegas son el elemento primordial para las decisiones, tanto en la elaboración de los vinos como en las prácticas vitícolas que, en muchas ocasiones, están dirigidas de una manera directa o indirecta desde las bodegas. Por lo tanto, la dimensión de las explotaciones, aunque importante no es primordial ya que si bien la pequeña dimensión puede verse penalizada por unos mayores costes, su incidencia en el precio final es pequeña. Es más importante el grado de coordinación que pueda existir entre las bodegas y los viticultores, como en el caso de la DO Somontano, a pesar de haber muchas pequeñas explotaciones o el hecho de que buena parte de las bodegas de la DO Rioja no tienen sus propios viñedos y dependen de la buena comunicación con los viticultores de la zona. En el caso de la DO Cariñena, el régimen cooperativo propicia esta comunicación entre viticultores y las decisiones de la bodega. Es quizás más importante el que muchos pequeños agricultores lo son a tiempo parcial, con todas las dificultades que esto conlleva, y que la edad de bastantes de los productores sea alta y por lo tanto, ese determinado grupo, reacios al cambio. Si bien el gran cambio que ha experimentado la DO en la última década ha estado apoyado con gran intensidad por los agricultores, conscientes que era necesaria un esfuerzo de gran dimensión.

En lo que concierna al posicionamiento de cada Denominación en el mercado y el nicho de consumidores perseguido, han destacado dos posibles estrategias. La



primera escogida por las DO Cariñena y Somontano, que consiste en posicionarse en un segmento de precios bien determinado. La DO Cariñena, con vinos de precios ubicados dentro del segmento medio-bajo, pretende convertirse en un vino de consumo frecuente y de buena calidad compitiendo dentro de este segmento con otras Denominaciones de Origen y con los Vinos de la Tierra. La DO Somontano se ha colocado dentro del segmento de precios medio-altos, buscando un nicho de consumidores bien determinado. La segunda estrategia, adoptada por la DOC Rioja, consiste en ubicarse en todos los segmentos de precios para dar salida a sus altas producciones. Con sus vinos reserva y gran reserva, la DOC encabeza el segmento de precios altos con consumo ocasional y fuera del hogar; mientras que los vinos crianza están posicionados dentro del rango de precios medio-altos. Finalmente, los vinos jóvenes tienen precios más asequibles, propios para un consumo frecuente y forman parte del segmento de precios medios-bajos.

En la actualidad se puede hablar de ocasiones de consumo más que de consumidores, es decir, el mismo consumidor se comporta de muy distinta forma dependiendo de dónde haga su consumo. Las comidas fuera del hogar son más habituales porque los canales comerciales, como la restauración y el catering, están teniendo una mayor importancia. La búsqueda de estos canales comerciales es de gran importancia para las DO, y los vinos de la Rioja y Somontano han sabido penetrar con mayor incidencia que los vinos de Cariñena, aunque también los vinos de esta procedencia tiene a este canal como su mejor aliado para un futuro desarrollo.

El consumo de vino tinto ha ido tomando mayores cuotas de mercado, a nivel mundial, y esto supone una mayor especialización en variedades que den lugar a ese tipo de vino. Las DO de Rioja y Cariñena se encuentran en mejor situación y, no es de extrañar, que la DO Cariñena haya encontrado en la exportación su vía de expansión acompañado por una buena relación calidad-precio de sus productos. Eso no es óbice para que pequeñas cantidades de vino blanco, de muy buena calidad, puedan encontrar su salida en los mercados, como ocurre en la DO Somontano

En España hay un complicado entramado administrativo, consecuencia de un Estado con 17 Comunidades Autónomas. Cada Comunidad Autónoma pone un especial énfasis en el desarrollo de las agroindustrias que se encuentran en su territorio. Aquellas DO que están implantadas en varias Comunidades Autónomas pueden encontrar mayores dificultades para compaginar las acciones de las distintas administraciones. La

DOC Rioja puede estar en esta situación en comparación con las DO Cariñena y Somontano.

5. Consideraciones finales

Las bodegas de las Denominaciones de Origen tienen sus planteamientos empresariales para tener éxito en el mercado y consiguientemente obtener beneficios financieros. Los Consejos Reguladores son adecuados instrumentos para la resolución de conflictos y la toma de decisiones colectivas. Sin embargo, la estrategia colectiva no suele estar claramente marcada sino que es la suma de decisiones, muchas veces a corto plazo. Sería deseable que las Denominaciones hicieran el ejercicio de desarrollar planes estratégicos a medio plazo.

Los casos estudiados son un claro exponente de que, el desarrollo de cada Denominación, está condicionado no sólo por su ámbito geográfico, sino por la estructura organizativa producto de la composición empresarial de la Denominación. Por lo tanto, las estrategias han de ser diferentes atendiendo a cada situación y no hay modelos únicos.

La estrategia ha de tener en consideración no sólo el mercado interior sino, cada vez en mayor medida, los mercados exteriores y la competencia que se produce en las distintas áreas geográficas. No es lo mismo competir en la Unión Europea que en Estados Unidos o en los países desarrollados, por poner algunos ejemplos. El concepto de las Denominaciones de Origen tiene muchas armas comerciales y un reconocimiento, a nivel internacional, que no es conveniente perder si bien hay que replantearse aspectos que hayan podido quedar obsoletos con el paso del tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ALBISU (L. M.), MEZA (L.), 1998. - Evaluación de la campaña de promoción Alimentos en Aragón con Denominación de Origen y Calidad Certificada, realizada en 1997. Documento de trabajo 98/3. Servicio de Investigación Agroalimentaria, Gobierno de Aragón, 26 p.
- ACNielsen, 2003. - El mercado del vino tranquilo, Informe del año 2002. Marzo, <http://www.riojawine.com/es/actualidad/noticias/noticias/03-03-17.ppt>
- BARCO (R. E.), 2002a. - Análisis de un sector: El Rioja (1991-2000). Ed. Gobierno de la Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. Monografías, 243 p.
- BARCO (R. E.), 2002b. - El Rioja en el mundo. *Cuaderno de Campo*. Revista Técnica de la Consejería de agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. Gobierno de la Rioja. 23, 4-13.
- BOE (Boletín Oficial del Estado), 1991. - Orden de 3 de abril, por la que se otorga el carácter calificada a la Denominación de Origen Rioja y aprueba su reglamento y el de su Consejo Regulador. 9 de abril, 85/927, 2242-2253.
- BOE (Boletín Oficial del Estado), 2003a. - Orden APA/686/2003, de 13 de marzo, por la que se ratifica el Reglamento de la Denominación de Origen Somontano y de su Consejo Regulador. 28 de marzo, 75/6342, 12265-12272.
- BOE (Boletín Oficial del Estado), 2003b. - Ley 24/2003 de 10 de julio de la Viña y del Vino. 11 de julio, 165/13864, 27165-27179.
- CRDO Cariñena. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cariñena
- CRDO Somontano. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano. <http://www.dosomontano.com/>
- CRDOC Rioja. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja. <http://www.riojawine.com/>
- FAO (FOOD AGRICULTURE ORGANISATION), 2004. Base de datos. <http://apps.fao.org/lim500/wrap.pl?FoodBalanceSheet&Domain=FoodBalanceSheet&Language=espanol>

- MAPA (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación), 2000. - Las denominaciones de origen de vinos en el mercado nacional. Documento ejecutivo, marzo, 110 p.
- MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación), 2003a. - La Alimentación en España, 2001. Secretaría General Técnica, Centro de Publicaciones, 622 p.
- MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación), 2003b. – Datos de las Denominaciones de Vinos: Campaña 2001/2002. Subdirección General de Sistemas de Calidad Diferenciada, 47 p.
- MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación), 2004.
<http://www.mapa.es/alimentacion/pags/Denominacion/resultado1.asp>
- PALOMAR (C. J.), 1999. - Los Vinos Aragoneses. Ed. Caja de Ahorros de la Inmaculada CAI00, 80-29, 126 p.
- PEÑÍN (J.), 2003. – Guía Peñín de los vinos de España 2004. 1^{era} Ed. PI & ERRE Comunicación S.A.
- SABIO (A.), RODRIGO (M.), LATORRE (J.), FORCADELL (C.), FERRÉ (J.), SALAS (J.), DE UÑA (A.), 2001 - Vino de siglos en el Somontano de Barbastro. Una historia social y cultural: las vidas desde las viñas. 1^{era} Ed. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano, 255 p.
- SÁINZ (O. A.), 2001. - Análisis de los factores explicativos del éxito empresarial: una aplicación al sector de Denominación de Origen Calificada Rioja. Tesis Doctoral. Universidad de la Rioja.



006054

