

# Efectos de la globalización en el **sector vitivinícola**

---



Alberto Ares,  
Director de Operaciones ITC-CTI

# Índice

---

- La globalización del mercado 3
- Desaparición de las fronteras económicas 3
- Intervencionismo extranjero 4
- Pérdida de la identidad nacional 4
- Concentración del capital en grandes multinacionales 4
- Cambio climático, motivo de globalización 5
- Efectos de la Globalización: Resumen 7
- Tecnologías innovadoras en el Sector Vitivinícola 7

## La globalización del mercado: nuevo mundo, viejo mundo

---

La crisis financiera y económica internacional de los últimos años puso de manifiesto el alto grado de interdependencia de las economías mundiales, cuya actividad sobrepasa las fronteras nacionales en un mundo cada vez más globalizado. Aunque en tiempos de crisis la globalización supone un riesgo, los teóricos de los organismos multilaterales la defienden como motor del desarrollo, algo que ha sido clave en el caso que nos ocupa del vino, entre otros productos, que ha pasado de ser la economía europea más cerrada a estar entre las primeras economías del mundo

El término "globalización" ha adquirido una fuerte carga emotiva. Algunos consideran que la globalización es un proceso beneficioso --una clave para el desarrollo económico futuro en el mundo-- , a la vez que inevitable e irreversible. Otros la ven con hostilidad, incluso temor, debido a que consideran que suscita una mayor desigualdad dentro de cada país y entre los distintos países, amenaza el empleo y las condiciones de vida y obstaculiza el progreso social. En esta nota se analizan de manera general algunos aspectos de la globalización en el sector vitivinícola de la península ibérica y se procura identificar en qué forma los países pueden aprovechar las ventajas de este proceso, evaluando al mismo tiempo desde una óptica realista las posibilidades y riesgos que plantea.

## Desaparición de las fronteras económicas

---

La libre circulación de mercancías y capitales ha generado algunos aspectos positivos para la economía global, aunque no siempre se han visto reflejados en la población. Que los mismos productos se puedan consumir en distintos países con las mismas características es uno de los símbolos de la globalización comercial.

## **Intervencionismo extranjero**

---

Entre los problemas que algunos ven al proceso globalizador está una cierta disminución de la soberanía nacional. Como los países están tan interrelacionados en lo económico, social, político y cultural, cualquier desvío de las pautas generales es visto con recelo.

## **Pérdida de la identidad nacional**

---

También hay quien ve un peligro de pérdida de la identidad nacional, ya que las sociedades cada vez se parecen más entre sí, con los mismos gustos culturales, modas, etc.

## **Concentración del capital en grandes multinacionales**

---

Una de las consecuencias del punto anterior es que han crecido las desigualdades. en las regiones más importantes de los NPP, los verdaderos cluster marcados por fuertes dinámicas de innovación que permiten a las bodegas a beneficiarse de un entorno favorable a los consumidores industriales y terciarios su competitividad internacional. Aumentando sus beneficios y sus posibilidades de competir, las grandes multinacionales son las grandes vencedoras de este modelo de globalización económica. Por el contrario, las pequeñas empresas nacionales y los profesionales autónomos, el modelo PTP, de España y Portugal, basado principalmente en los factores opuestos han visto mermar sus ingresos y como consecuencia verse afectados por un desequilibrio económico.

Frente a esas fortalezas, el Foro Económico Mundial señala debilidades que perjudican la competitividad como los desequilibrios macroeconómicos, el desequilibrio de las cuentas públicas, la corrupción local, la falta de crédito y el insuficiente gasto en investigación, desarrollo e innovación, que es considerado crucial como elemento para la transformación económica de un país.

Los aspectos que intervienen en las decisiones de deslocalización por parte de las empresas son de todo tipo, normalmente relacionados con cambios en los hábitos de consumo, problemas logísticos que incrementan los precios del transporte, agotamiento o subidas de precios en las materias primas, estrategias de carácter político, cambios tecnológicos, conflictividad laboral o ventajas en la normativa medioambiental del país receptor.

ASPECTOS	PTP	NPP
Ubicación	España y Portugal	América, Australia, África Sur
Actividad	Agroindustrial tradicional	Industrial comercial
Diferenciación	El origen (DO)	Por marca y variedad
Modernización	Mejor calidad	Reducción de costos
Estrategia	Calidad de imagen mejorada con la historia, la cultura, la tradición, el territorio	El aumento de la oferta y la demanda de mercado de las herramientas de animación
Garantía	El origen - una marca colectiva	Por marca / empresa
Orientación de Exportación	Promedio	Alto

**Fuente:** Adaptado de Barco

## Cambio climático, motivo de globalización

Los efectos del Cambio Climático en la vitivinicultura mundial constituyen una realidad incuestionable para el mundo científico y empresarial. Sus consecuencias empezaron a constatarse hace tiempo y son hoy palpables en aspectos como el desfase de la maduración fenólica-sacarimétrica, la susceptibilidad a determinadas enfermedades y plagas, la sequía edáfica y ambiental, los cambios en los estadios fenológicos del cultivo, etc. Todos estos factores pueden incidir en la calidad y tipicidad de nuestros vinos incluso en la viabilidad y la biodiversidad del viñedo.

Frente a esta realidad, en los últimos años ha aumentado la concienciación medioambiental en la AAPP y en el sector, como lo demuestran fuertes referentes como el CENIT-DEMÉTER o el VINySOST 14 entre otros. En este sentido la vitivinicultura en la península dispone de una importante base de conocimiento científico y técnico que permiten desarrollar estrategias de adaptación a las condiciones climáticas particulares de nuestro viñedo con prácticas agronómicas tecnológicamente sostenibles adaptadas a la gran plasticidad de variedades, clones y genotipos.

¿Por qué hay viticultores que están comprando tierras a altas latitudes, donde a día de hoy es imposible cultivar uvas? ¿Desaparecerán zonas históricas de vendimia y aparecerán nuevos entornos para la producción de vinos? ¿Puede ser la uva un indicador del cambio climático?

Estas y muchas otras cuestiones vienen relacionando estrechamente en los últimos años a la industria enológica y el calentamiento global. La flora autóctona de las diferentes regiones está sufriendo el impacto del cambio climático de la misma manera que este afecta a las especies animales, incluido el ser humano.

Deben desarrollarse auténticas estrategias de adaptación y mitigación al cambio climático se debe tratar de desarrollar desde ya, métodos y sistemas sostenibles desde un punto de vista medioambiental, asegurando la viabilidad socioeconómica del sector. Para ello es importante disponer de indicadores de impacto, con el fin de valorar la implantación de métodos y sistemas tecnológicamente sostenibles en nuestra vitivinicultura, haciendo un énfasis muy especial en el binomio agua / energía y en el uso, en el manejo del suelo y en la microbiota del continuo cultivo / uva/ bodega / vino.

En definitiva, hay que estar preparado para el nuevo escenario climático que está por venir, ya sea a través de la compra de tierras en mayores altitudes para garantizar la continuidad de un vino de calidad y además una mayor inversión en I+D+I

## Efectos de la globalización: Resumen

---

- El impacto de nuevos aranceles en los principales países ( Brexit y EEUU,...).
- El impacto del cambio climático y lo que esto puede suponer: deslocalización, nuevas tecnologías y variedades, diversificación a nuevos mercados:
- Nuevos viñedos en nuevas zonas → Nuevos competidores y regulaciones
- Nuevas vías de negocio:
  - - Cosmética
  - - Aplicaciones alimentarias que implican nuevos procesos productivos, nueva gestión de proveedores y nuevas regulaciones (más estrictas incluso que la actual).
- Incremento en el coste de transporte ( IMO 2020)
- Cambios en los hábitos de consumo que impactan en la demanda

## Tecnologías innovadoras en el Sector Vitivinícola

---

Una empresa innovadora es aquella que logra transformar los avances tecnológicos en nuevos productos y procesos. Por ello, las tecnologías innovadoras en el sector agroalimentario dotan a las empresas de una calidad superior en cuanto a nivel de organización y procesos productivos respecto al resto de empresas presentes en el mercado.

Como es bien sabido, el desarrollo tecnológico es la clave para afrontar con éxito los desafíos del futuro y en un contexto de constante cambio como es el del sector vitivinícola es y será imprescindible para enfrentarse a numerosos retos y ser capaz de disponer de sistemas que te permitan:

- Adaptarte a los cambios que vienen de forma fácil y rápida.
- Tener conectividad con todos tus sistemas de información e industria 4.0 de forma fácil y ágil.

- Optimizar costes de producción para poder destinarlo a inversiones en industria 4.0 y diversificación.
- Optimizar el transporte en exportaciones.
- Abrir nuevos mercados asegurando el cumplimiento de las regulaciones de cada país.
- Diversificar productos (cosmética, alimentación...) asegurando nuevos procesos y controles.



**ITC & CTI, S.L.**

**Email:**  
info@itccti.eu

**Teléfono:**  
(34) 902 365 041