

Planificación e proxección do sector vitivinícola de Galicia: Realidade, desafíos e retos

- O sector galego mantén a necesidade dunha maior profesionalización dos viticultores e bodegas, de aproveitar as sinerxías con outros sectores e traballar a calidade e singularidade.
- O mercado exterior presenta un comportamento moi positivo, malia que presenta o desafío dunha tendencia decrecente do consumo.

Ourense 25.01.2019

A industria vitivinícola constitúe un sector estratégico para a economía galega atendendo non só á súa importancia económica, senón tamén dada a súa dimensión social, cultural e medioambiental. **Galicia conta con cinco das noventa denominacións que hai en España** (Monterrei, Rías Baixas, Ribeira Sacra, Ribeiro e Valdeorras), cun emprazamento xeográfico concentrado no sur da Comunidade, e **o minifundismo empresarial coincidente co dos sectores agrícolas e gandeiros galegos**: En 2016 case a quinta parte do total de explotacións galegas (18,3%) correspondían a viñedos.

A estrutura empresarial no que atinxе ao número de empregados e facturación concéntrase moi maioritariamente nas micro-empresas, que supoñen catro de cada cinco empresas en canto ao emprego (un 82,6%) e case tres cuartas partes por facturación (un 71,8%).

O sector vitivinícola non é alleo aos cambios que se están a producir nos mercados internacionais: a negociación da nova política agraria común, ou o grao de exposición da industria ao Brexit (Reino Unido é o segundo mercado das exportacións españolas tras os EUA). Uns **retos que toca afrontar e que se poden agrupar en catro grandes áreas, todas elas interrelacionadas**:

1. A necesidade de aumentar o tamaño das explotacións, que presentan una superficie media inferior a 0,2 hectáreas, cando no conxunto do Estado sitúase en torno a 1,8 hectáreas.
2. A profesionalización do sector, que se reflicte na necesidade de incorporar xente nova á actividade, nunha mellora da dinámica innovadora, e na transformación dos procesos de comercialización e internacionalización.
3. A procura de sinerxías con outros sectores como o turismo ou a gastronomía.
4. O afondamento no modelo de negocio de xeración de valor baseado na diferenciación, a calidade e a singularidade dos viños, destacando neste eido o papel dos Consellos Reguladores das Denominacións de Orixe.

O mercado exterior, un futuro prometedor.

As cifras do comercio exterior do viño con denominación de orixe galega amosan como o 20% da colleita de 2016, isto é, unha de cada cinco botellas que se comercializaron, tivo como destino o mercado internacional. Este feito manifesta que a nivel mundial o do viño (nomeadamente o de calidade) é un mercado que apenas ten padecido a crise económica. Ademais, **o viño Galego vénese a prezos superiores aos españois**. Estes roldan o 1 euro mentres que no caso dos viños galegos o prezo elévase ata o 1,61 euros o litro. Cando se considera só os viños con denominación de orixe a diferenza é ainda máis favorable para os caldos galegos, ao chegar ata os 4,94 euros (a media española situouse sobre 3 euros).

O viño constitúe unha fonte de riqueza, emprego e cohesión territorial, reforzando o carácter identitario dunha rexión. **A industria vitivinícola galega debe considerarse un sector estratégico claro na economía de Galicia**, un sector que non deixou de innovar co obxectivo de adaptarse aos rápidos e fondos cambios nos patróns de produción e consumo (que vai en descenso, tendencia que seguirá producíndose de aquí ao 2030, segundo as estimacións da Comisión Europea no ámbito da UE). Mais, como queda claro con este informe, o sector ten por diante unha serie de retos para os que compre seguir traballando.

O Foro Económico de Galicia é unha plataforma de transferencia de coñecemento das universidades e empresas galegas á sociedade. Está integrada por profesores das tres universidades galegas, empresarios e directivos de referencia e xornalistas especializados en divulgación económica. Un total de máis de 60 persoas referentes para a análise e confección de propostas para a economía galega.