

El tamaño del viñedo, factor clave para la aportación del sector del vino a la economía gallega

José Luis del Campo-Villares¹; Eladio Jardón Ferreiro²; Paulino Montes-Solla³

Resumen

La contribución del sector del vino a la economía se puede contemplar desde diferentes puntos, el peso que tiene en su Producto Interior Bruto (PIB), la creación de empleo, su capacidad exportadora o el tamaño de su tejido productivo. Variables que muestran la relevancia del sector vitivinícola en la economía. Este trabajo estudia la relación entre las variables representativas del aporte del sector vitivinícola al PIB en el caso de Galicia, y donde se identifica como factor determinante de esa contribución el tamaño medio de las explotaciones dedicadas al cultivo de la uva. Para ello se realizó un análisis de regresión múltiple y un análisis de relación comparada de la variable superficie con las cifras de las principales variables macroeconómicas del sector entre Galicia y España. Los resultados revelan la dependencia del tamaño de las explotaciones, así como de una herencia cultural que hace ver al sector como una actividad secundaria, todo ello impide la existencia de un tejido productivo consolidado en términos de empleo y competitividad. Es necesaria una actuación estructural en el sector del vino gallego que lo convierta en una actividad socioeconómica reconocida por todos los agentes económicos, empezando por aumentar el tamaño medio de sus explotaciones.

Palabras clave: bodega, economía, Producto Interior Bruto (PIB), Galicia, superficie cultivada, viñedo, vitivinícola.

The size of the vineyard, a key factor for the contribution of the wine sector to the Galician economy

Abstract

The contribution of the wine sector to the economy can be seen from different points, the weight it has in its Gross Inside Product (GDP), job creation, its export capacity or the size of its productive fabric. Variables that show the relevance of the wine sector in the economy. This work studies the relationship between the variables representative of the contribution of the wine sector to the GDP in the case of Galicia, and where the average size of the farms dedicated to the cultivation of grapes is identified as a determining factor of this contribution. For this, a multiple regression analysis and a comparative relationship analysis of the surface variable with the figures of the main macroeconomic variables of the sector between Galicia and Spain were carried out. The results reveal the dependence on the size of the farms, as well as a cultural heritage that makes the sector seen as a secondary activity, all of which prevents the existence of a consolidated productive fabric in terms of employment and competitiveness. Structural action is necessary in the Galician wine sector that will turn it into a socioeconomic activity recognized by all economic agents, starting with increasing the average size of their farms.

Keywords: winery, economy, Gross Inside Product (GDP), Galicia, cultivated area, vineyard, winegrowing.

Recibido: 17 de marzo de 2025

Aceptado: 11 de noviembre de 2025

¹ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León, Campus de Vegazana s/n, 24071 León, Spain. jcavm@unileon.es, <https://orcid.org/0009-0004-3516-8791>

² Universidad Jaume I. Instituto Internacional de Marketing y Comunicación. España. info@institutoimc.com, <https://orcid.org/0000-0002-6183-360X>

³ ECOBAS, Universidade da Coruña, Research Group GCD Campus de Elviña, 15071, A Coruña. España. paulino.montes.solla@udc.es, <https://orcid.org/0000-0002-5608-6080>

I. INTRODUCCIÓN

El peso del sector vitivinícola en las cifras económicas de España es algo que no admite discusión (Castillo & García, 2013). No en vano la superficie de viñedo en España es de aproximadamente 933.000 hectáreas (OIV, 2023), lo que convierte a España en el país con mayor superficie relativa de viñedo a nivel mundial, alcanzando el 13% de su superficie total.

Su presencia es tal, que no hay ni una sola Comunidad Autónoma (CCAA) que no disponga de superficie dedicada al cultivo de la uva para la producción de vino, y ello a pesar de que no siempre las condiciones a las que se enfrenta el sector sean las más favorables, véase orografía, humedad o temperatura (Cruz, 2024). La proyección geográfica por todo el territorio nacional, y en particular en el rural, unida al abundante número de denominaciones de origen (DO) de calidad son dos de las notas más características del sector en España (Juste y Peñas, 2023).

Es obvio que el peso del sector del vino en la economía de las diferentes Comunidades varía en base a una serie de factores medibles como son: la superficie de cultivo, la tipología orográfica de esta, el entorno productivo sobre el que se asienta el sector, el mercado de consumo interno de cada CCAA o los habitantes que se dedique a la viticultura, ya sea como trabajadores a jornada completa o como actividad laboral secundaria (Juste y Peñas, 2023).

Aunque un factor relevante no mensurable que cabe añadir como un intangible muy importante es la “Historia” que acompaña al sector del vino en cada CCAA (Balogh & Jámbor, 2018). Así, existen zonas en que desde principios del siglo XIX hay constancia de actividad productora de vino con fines exportadores, caso del vino de Jerez, que ya en 1830 mantenía consignatarias en Reino Unido para la exportación de sus vinos y que facilitó la aparición en 1850 en nuestro país de bodegas entendidas como empresas productoras tal y como se conciben en la actualidad. Algo similar ocurrió en Rioja (Acedo et al., 2007), aunque ya más avanzado el siglo XIX.

Esta tradición histórica en la elaboración de vinos, derivó en un reconocimiento a nivel internacional y un prestigio, es lo que podríamos denominar como valor añadido de un “pasado vitivinícola”. Y que, es muy diferente según la zona del país que se habla. Siendo, un factor clave en la distribución

del peso relativo entre sector primario (producción de uva) e industrial (elaboración, embotellado, comercialización y distribución) en la economía de cada CCAA.

Y es aquí, donde surge la primera diferencia importante entre el sector vitivinícola de Galicia respecto al nacional. Frente a otras zonas de España donde la producción vitivinícola fue paralela al crecimiento del tejido industrial vinculado al sector, en Galicia la tradición en el sector primario, lo que sería viticultura y producción de uva, aunque goza de una tradición histórica, su evolución no transcurrió paralela al crecimiento del tejido empresarial (sector secundario) hasta la segunda mitad del siglo XX. Si bien la tradición en Galicia de elaborar vino se extiende por todo su territorio, elaborar vino como actividad empresarial para su comercialización, tardó en producirse más que en otras zonas del país, ello permite encontrar diferencias significativas en el peso que este sector tiene en la economía autonómica.

Con todo y con ello, la evolución de la actividad industrial en el sector del vino en Galicia avanzó de forma rápida desde la década de los ochenta del siglo pasado hasta la actualidad, permitiendo que el sector primario y secundario del vino gallego vayan en paralelo, hasta casi decir que “la economía gallega goza de un mayor grado de especialización en el sector primario y en la industria manufacturera, en los que se integra la vitivinicultura, que el conjunto de la economía española, a la vez que el tejido empresarial de Galicia presenta una especialización en la elaboración de bebidas (vino, mosto y otras) superior al de otras zonas del país” (OIVE, 2023). El viñedo gallego ocupa hoy 33.200 hectáreas, la octava CCAA de España en superficie.

Para concluir la presentación del sector del vino gallego, es necesario hacer referencia a una de las circunstancias que lo caracteriza y diferencia con otras zonas del país, su gran minufundismo (González-Laxe, 2001; Juste y Peñas, 2023). Frente a otras zonas de España, como La Mancha, buena parte de Castilla y León o La Rioja, donde existen viñedos de gran superficie que permiten estandarizar las técnicas de cultivo, aprovechar economías de escala y emplear una mayor tecnificación en el cuidado de las viñas (Medina y Planas, 2018), en Galicia predominan viñedos de reducida dimensión, incluso en algunas zonas de su geografía abundan las pequeñas parcelas

de apenas media hectárea, unido esto a la dificultad orográfica propia de Galicia frente a las grandes extensiones prácticamente planas en gran parte de la geografía nacional.

Lo expuesto dificulta la mecanización en el sector primario de la viticultura, haciendo que en la explotación prime la fuerza de trabajo manual del viticultor en el viñedo, y cómo, además, la superficie trabajada no es muy grande, ello incide en que la producción tampoco lo sea. Todo ello hace que la actividad vitivinícola no aparezca como una actividad empresarial generadora de ingresos regulares y principales dentro de la economía gallega. Esto en parte explica la presencia de un considerable número de cooperativas vitivinícolas en Galicia, donde los viticultores aportan su producción individual para que el sector secundario (industrial) del vino sea el que termine el trabajo (Medina y Planas, 2018; Juste y Peñas, 2023).

Lo anterior tiene su reflejo cuantitativo más destacado en lo que al empleo se refiere, donde el número de empleos de Galicia en el sector del vino es en 2023 de 15.900 (1,5% del total de ocupados), es decir aquellos que viven del sector y su empleo es a jornada completa, mientras que la cifra censada de viticultores se sitúa en 219.356 (AFI-SEC), personas éstas que declaran realizar algún tipo de actividad en el sector primario de la viticultura en Galicia, es decir, que obtienen ingresos extra por esta actividad pero no es su trabajo principal.

La importancia en términos laborales del sector vitivinícola en la economía de Galicia se aprecia en el hecho de que da trabajo al 1,5% de su población en edad de trabajar y, sin embargo, genera ingresos en el 20,7% de su población, son muchas las personas en otros sectores que tienen la viticultura como fuente de ingresos secundarias. Por lo tanto, en una época en la cual el sector vitivinícola atravesó por grandes dificultades, no solo se verá reducida la cifra de empleo del sector, sino que ello repercutirá en las economías familiares de 1 de cada 5 gallegos.

El presente trabajo adopta como hipótesis el hecho de que la superficie o tamaño de las parcelas de cultivo en Galicia es factor principal a la hora de explicar la contribución de su sector del vino al PIB de la economía gallega, y empleando a tal efecto como punto de partida un análisis comparado de la contribución que realiza el sector a la economía

española.

Cada zona geográfica tiene sus propias peculiaridades y diferencias que condicionan el peso del sector del vino en su economía (Juste y Peñas, 2023). Algunas pueden ser objeto de estudio y de realizar acciones para mejorar la aportación final. Otras, sin embargo, por motivos físicos y estructurales, no puede ser modificadas, lo que motiva que condicen la dinámica y tamaño del sector, obligando a la Administración y a los principales actores del sector a acometer cambios en otros factores de influencia dejando a aquellos imposibles de cambiar, como una característica estructural del sector en esa zona geográfica determinada (Alonso y Parga, 2019).

II. MATERIALES Y MÉTODOS

Para contrastar la hipótesis establecida, se analizaron las cifras que aportan a su PIB ocho CCAA españolas, las cuales representan algo más del 90% de la producción del vino español.

Aragón, Cataluña, Castilla La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, La Rioja y Comunidad Valenciana, son las Comunidades consideradas en el modelo, y siendo las variables recogidas en este las siguientes:

- Aportación al PIB de cada comunidad en unidades monetarias (variable dependiente).
- Número de empleos que genera el sector sean directos, indirectos e inducidos.
- El tamaño de los viñedos que trabajan, referenciados en hectáreas.
- Aporte en el superávit exterior, es decir, la diferencia entre lo que exporta e importa en materia de vinos.

Y donde el modelo tiene por objeto determinar cómo interacción estas variables a la hora de explicar el aporte del sector del vino a la cifra del PIB de cada Comunidad Autónoma.

Las fuentes de datos corresponden a organismos internacionales y nacionales vinculados al sector vinícola, junto a datos provenientes de organizaciones gubernamentales a nivel UE y nacional: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), Instituto Nacional de Estadística (INE), Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). Además, se emplearán datos de diferentes informes elaborados por la Organización Intersectorial

del Vino de España (OIVE) en colaboración con Analistas Financieros Internacionales (AFI-SEC), el Observatorio Español del Mundo del Vino (OeMV) y

de la Organización Internacional de la Uva y el Vino (OIV). La información de referencia se recoge en la tabla 1

Tabla 1. Valores representativos de las variables del modelo, 2023

	PIB	Empleo	Viñedos <0,5 ha.	Balance de Exportación
Aragón	583	11.710	55	105
Castilla La Mancha	1.740	42.770	24	770
Castilla y León	1.817	33.130	77	200
Cataluña	3.630	61.350	31	500
Extremadura	437	8.190	39	99
Galicia	890	15.900	97	50
La Rioja	578	12.210	20	320
Comunidad Valenciana	1.85	32.160	39	240

PIB expresado en miles de millones de euros; Empleo expresado en trabajadores número de trabajadores en el sector del vino; Viñedos, número de viñedos menores de media hectárea de tamaño cada 100 analizados; Superávit de exportación, expresado en millones de euros.

Fuente. OIVE, 2023, AFI-SEC, 2023 y OeMV, 2023.

Para contrastar la hipótesis planteada, se analizaron las cifras que aportan al PIB de las ocho CCAA de España más representativas en cuanto a producción (90% de la producción), siendo puestas en relación con respecto al resto de variables del modelo.

Para el diseño del modelo predictivo se sometieron los diferentes datos a pruebas de Análisis de Varianza (ANOVA) para evaluar de esta forma las diferencias significativas entre las tres variables objeto de ponderación (empleo directo, tamaño del viñedo y balance exportador) y analizar la influencia de cada una de éstas en la contribución al PIB autonómico, tablas 2 y 3. Además, se llevó a cabo un ANOVA multivariante permutacional unidireccional y bidireccional (PERMANOVA), para concluir si cada una de las variables objeto de estudio contribuían al aumento del PIB de forma individual y como interactuaban en su conjunto.

Además, a los resultados obtenidos a partir del análisis estadístico reseñado, se añade un estudio

descriptivo de la relación entre la variable superficie cultivada de viñedo y el resto de variables del modelo siendo las fuentes de información los datos facilitados por la OIVE, OeMV y OIV.

III. RESULTADOS

3.1. Resultado del modelo estadístico

El modelo predictivo permitió la obtención de una regresión que relaciona las tres variables de ponderación, viendo cómo influyen estas en la aportación final al PIB (Behmire et al., 2019), en base los datos de las 8 CCAA que aportan mayor producción de vino al sector nacional.

Analizadas de forma individual, el empleo vinculado al sector y la balanza de pagos exterior positiva, presentan un aporte favorable a mejorar la cifra del PIB del sector del vino a su economía (tabla 3). Por lo contrario, una superficie de viñedo reducida, contribuye de forma negativa a la cifra de PIB. Interrelacionando las tres variables obtenemos:

Tabla 2. Estadísticos de la regresión

	Valor
Coeficiente de correlación múltiple	0,97182855
Coeficiente de determinación R²	0,94445073
R² ajustado	0,93519252
Erro típico	272,355125
Observaciones	8

Fuente. Elaboración propia

Tabla 3. Análisis de la Varianza

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	3	7977383,19	2659127,73	306,768026	3,5064E-05
Residuos	4	34672,8147	8668,20367		
Total	7	8012056			
Coeficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior <95%	Superior >95%
Intercepción	299,156637	127,647122	2,34362226	0,07906452	-55,2485909 653,561866
Empleo	0,07112884	0,00291632	24,3899189	1,6767E-05	0,06303183 0,07922584
Balance exportador	-1,84732889	0,28073757	-6,5802695	0,00276123	-2,62678135 -1,06787643
Superficie ha.	-5,44184685	1,83115418	-2,97181248	0,04107046	-10,5259459 -0,35774779

Fuente. Elaboración propia

Con un R^2 de 0,93519252, muy próximo a 1, unido a que el Valor crítico de F (8,5341E-06) es muy inferior al alfa que hemos empleado en el modelo (0,05) se concluye que el valor obtenido en términos globales es significativo. Si a ello se añade que la probabilidad del Estadístico t para cada una de las tres variables de ponderación es inferior al alfa fijado

ello permite decir que la ecuación obtenida es válida (las tres variables son significativas).

La ecuación obtenida a través de la regresión y que respalda la hipótesis acerca de que la superficie media del viñedo es la principal variable explicativa de la aportación al PIB de Galicia de su sector del vino es la siguiente:

$$\hat{Y} = 299,16 + 0,07 X_1 - 1,85 X_2 - 5,44 X_3$$

donde 299,16 es la constante de la ecuación, X_1 es la variable empleo, X_2 es la variable superficie de los viñedos y X_3 es la variable superávit de exportaciones menos importaciones. Y donde la explicación del signo de cada variable independiente (X_1 , X_2 y X_3) es la siguiente:

- Empleo, relación positiva, cuando el tamaño del sector crece precisa más mano de obra. Si bien, cabe decir que el valor de la relación observada es dependiente del hecho de que apenas el 55% del empleo es directo.
- Superficie del viñedo, relación negativa por ser un cultivo minifundista, un aumento en el tamaño de las explotaciones conllevaría variar el signo de la relación.
- Superávit exportador, relación negativa al ser una producción mayoritariamente orientada al consumo interno (cada vez menor), ello hace que la aportación exportadora tenga una influencia opuesta en la contribución al PIB autonómico.

Como se citó, España es el mayor viñedo del mundo con aproximadamente el 13% de su superficie

cultivada dedicada al sector del vino (MAPA, 2024). Galicia cuenta con 33.200 hectáreas, ello la sitúa con un 3,6% de la superficie nacional, 8º puesto, según datos de la OeMV (2023) y un 0,46% de la superficie mundial.

Y ello, teniendo en cuenta que España lleva más de dos décadas reduciendo superficie de viñedo, debido por una parte a su menguante mercado interno y por otra a los efectos del cambio climático (Resco, 2022) reflejado en un incremento de las temperaturas y que ha afectado de forma general a toda la producción agrícola en nuestro país (Saliba et al., 2013).

España se sitúa como tercer productor de vino del mundo con 36,4 millones de hectolitros (Anderson & Pinilla 2021). Mientras que Galicia a la misma fecha alcanza los 777.000 hectolitros, situándose en el 2,3% del total de la producción de vino español (puesto 12º).

3.2. PIB y Superficie

El sector del vino en España contribuye con 20.330 millones de euros al PIB nacional. Desde un análisis de tablas Input-Output, ello representa

el 1,9% en 2023; mientras que, en Galicia, el sector del vino contribuye con 890 millones de euros (tabla 1), lo que supone un 1,4% al PIB gallego. Es apenas una diferencia de medio punto porcentual pero que al hablar de riqueza total de una economía se traduce en una cantidad importante en unidades monetarias.

Un motivo principal de esta diferencia porcentual ya se anticipó, y responde al minifundismo extremo o reducido tamaño de las explotaciones vitivinícolas gallegas, lo que hace que el volumen de producción por explotación no sea competitivo, impidiendo la creación de grandes empresas elaboradoras de vino al verse obligados a juntar la producción de numerosos viticultores en un solo punto de fabricación/elaborado, hecho que a su vez reduce la posibilidad de construir un tejido empresarial del sector del vino en Galicia.

Como se observa en la figura 1 (MAPA, 2024), Galicia es la CCAA con mayor número de explotaciones

con dimensión microfundista, donde un 97% de éstas no alcanzan la media hectárea. Ello “obliga” a agrupar el output de muchas pequeñas explotaciones en un único elaborador, y de esta forma obtener un volumen de producción lo suficientemente grande para una comercialización y distribución competitiva como un producto de elaboración final.

De los resultados y datos obtenidos del sector del vino en Galicia se desprende la presencia de un gran número de pequeños viticultores que operan en el sector primario del vino, con una reducida capacidad para modificar la dinámica del sector. Sin embargo, a nivel sector secundario o elaborador (parte industrial del sector), el número de “empresas” se reduce hasta alcanzar una notable concentración, dotándoles de un significado poder de negociación (Alonso y Parga, 2019), unido al hecho de que también actúan de comercializadores y distribuidores.

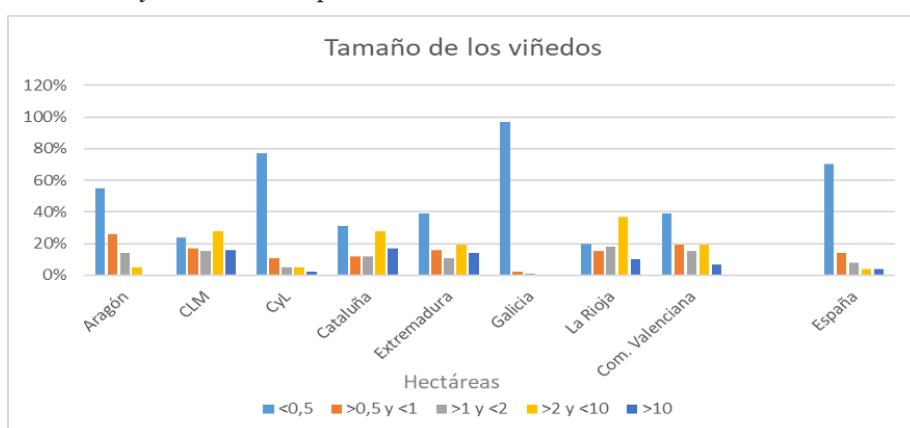


Figura 1. Tamaño de la superficie de viñedo cultivada por CCAA, 2023
Fuente. Elaboración propia a partir de los datos del MAPA

En otras zonas, como Castilla-La Mancha, el mayor viñedo del mundo, y tercera CCAA por número de explotaciones vitivinícolas, solamente un 24% de estas serían calificadas de minifundios, cifra inversa a la observada para Galicia. Viñedos de mayor superficie facilitan la obtención de economías de escala, eficiencia productiva, mejorar la rentabilidad, mayor carácter empresarial y, con ello una mayor contribución al PIB nacional y al de cada CCAA.

Otra diferencia significativa en cuanto a distribución geográfica de la actividad vitivinícola de Galicia respecto a España, es la del número de municipios en que se censa está actividad, mientras que en España el censo es de 3.233 municipios,

(39,8%), en Galicia es de 148 (47,3%) y localizados mayoritariamente en las provincias de Pontevedra y Ourense.

3.3. Empleo y Superficie

Otro aspecto a evaluar del sector vitivinícola, además de su contribución al PIB, es su capacidad de generar empleo dentro del territorio en que se circunscribe y se ve afectado por la superficie del viñedo. Y aquí, de nuevo el sector vitivinícola de Galicia, muestra su particularidad. La tabla 5 recoge la comparativa Galicia vs España en términos de empleabilidad del sector del vino.

En España, el sector del vino contribuye a la

existencia de 363.980 empleos, puestos de trabajo a jornada completa y actividad vitivinícola en cualquiera de sus distintas fases de producción, comercialización y distribución, cifra que representa aproximadamente un 2% de la ocupación. En cuanto a Galicia, el empleo vinculado al sector es de 15.900 trabajadores, cifra que viene a representar el 1,5%. Sin embargo, en términos de empleo directo el peso es similar en ambos territorios, ligeramente por encima del 55%.

Tabla 4. Empleabilidad sector vitivinícola España/Galicia

Tipo	España		Galicia	
	Empleos	%	Empleos	%
Directos	201.795	55,44	8.820	55,47
Indirectos	122.395	33,63	3.770	23,71
Inducidos	39.790	10,93	3.310	20,82
Total	363.980		15.900	

Fuente. OIVE, 2023

Con los datos de la tabla 5 se observa cómo el peso del empleo directo del sector vitivinícola es casi idéntico en España y Galicia, la diferencia está en el indirecto, ya que mientras que en España supone un 33,63% del total, en Galicia solamente el 23,71%, ello hace que el empleo inducido (motivado por el consumo) pase del 10,93% en España al 20,82% en Galicia. Es decir, que el empleo vinculado al sector del vino desde que se elabora el producto hasta que

Al igual que ocurría con la contribución al PIB, la diferencia es de medio punto porcentual en perjuicio de Galicia, evidenciando una debilidad estructural del sector del vino gallego. Circunstancia también puesta de relieve a través del análisis de empleabilidad comparado por Comunidades que muestra la figura 2, y donde como se aprecia pese al gran número de explotaciones censadas, ello no se traduce en un mercado laboral estructurado y consolidado.

se sitúa en el punto de venta al consumidor final es diez puntos menos en Galicia respecto a España.

Hecho que de nuevo se evidencia con los datos de la figura 2, donde el empleo indirecto del sector es apenas existente, tanto en relación al número de explotaciones tal y como se comentó, pero también en términos de comparación entre Comunidades, de las ocho CCAA representadas es la sexta tanto en lo que respecta al empleo indirecto como al inducido.

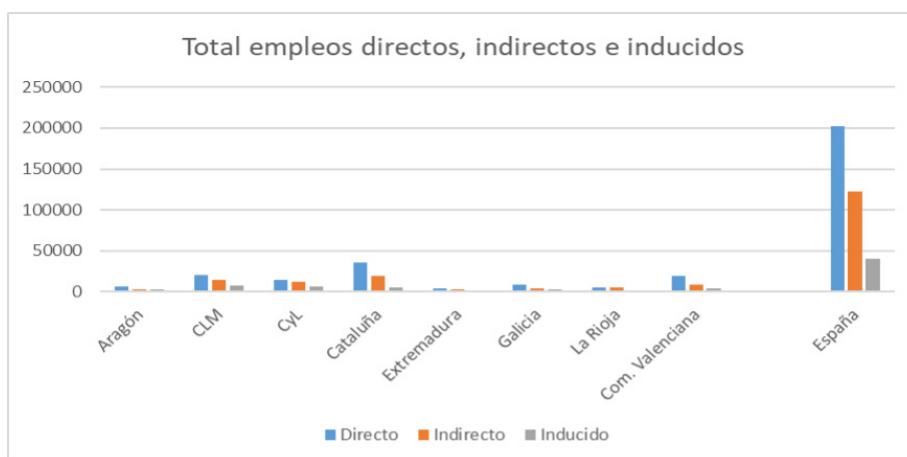


Figura 2. Tipología del empleo asociado al sector vitivinícola por CCAA, 2023
Fuente. Elaboración propia a partir de los datos del MAPA

No obstante, y como contrapartida a las bajas cifras de empleabilidad del sector del vino en Galicia de la tabla 5 y la figura 2, Galicia tiene censados nada menos que 219.316 viticultores (2023), es decir, personas que reciben algún tipo de ingreso

(principal o secundario) por su actividad vinculada a la viticultura (sector primario), siendo la CCAA con mayor número. Siendo esta una realidad particular de la vinicultura de Galicia y que debe ser tenida en cuenta.

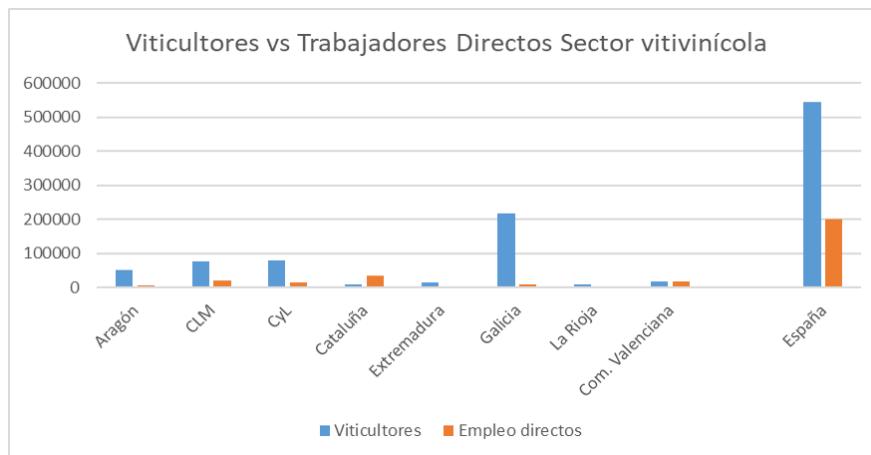


Figura 3. Comparativa viticultores censados vs empleo directo del sector del vino por CCAA, 2023

Fuente. OIVE 2023

3.4. Balanza exterior y Superficie

La atomización del sector del vino gallego, debida especialmente a su particular micro-explotación en términos de superficie de sus viñedos, también se manifiesta en materia de balanza comercial exterior, al comparar sus datos con el nivel nacional (Dreßler, 2023).

Mientras que en España existían 4.347 empresas exportadoras de productos vitivinícolas al inicio de la presente década, en Galicia eran 590. Así es que, en 2021, Galicia tenía censadas el 13,57% de las empresas exportadores de productos vitivinícolas (Thomé et al., 2023).

Sin embargo, el superávit comercial a nivel nacional deja 3.058 millones de euros mientras que, el superávit gallego se queda en una cifra ligeramente superior a los 50 millones de euros, representa apenas el 1,63% del superávit total nacional. Porcentaje que subiría hasta el 2,43% si consideramos únicamente las ocho CCAA seleccionadas en el estudio. Así pues, y a pesar de la importante presencia de “empresas vitivinícolas” exportadores en Galicia, ello no tiene su traducción en el valor monetario de sus exportaciones, muestra de la diseminación del sector en Galicia que a su vez impide que este tenga fuerza en términos de precio del vino exportado.

Galicia tiene una cuota de exportaciones del 0,78% del total nacional, ello la sitúa en el puesto 12º dentro de todas las CCAA. De esa cuota, el vino embotellado supone el 92,65%, ello la coloca como la 6ª comunidad que más exporta en este tipo de vino, frente a otras comunidades donde el vino a granel se exporta en altos porcentajes. Este

último, debido a sus menores costes de producción, elaboración y distribución, lo que facilita el aumento de los márgenes de venta, pudiendo de esta forma a contribuir con más unidades monetarias al superávit de la balanza comercial exterior de esas otras Comunidades.

3.5. Tejido Empresarial y Superficie

Por último, es necesaria una referencia al tamaño del tejido empresarial del sector del vino gallego, donde casi el 80% de las bodegas son microempresas. Esta variable si bien no es una variable incluida directamente en el modelo de regresión, si lo hace indirectamente a través del empleo especialmente indirecto, 10 puntos por debajo de la media nacional.

Esta tipología empresarial (tamaño de las bodegas que producen vino en Galicia), no es más que una consecuencia del microfundismo en cuanto al tamaño de los viñedos expuesto de forma notoria. Por ese motivo es fácil imaginar que, mayoritariamente, estamos ante pequeñas bodegas productoras que, en buena lógica, por sus pocos recursos y cifra de negocios, tienen complicado acudir al mercado exterior donde competir (Melle-Hernández, 2001).

La tabla 6, muestra en porcentaje la estructura empresarial del sector productivo del vino gallego en base a la información facilitada desde una muestra representativa (datos SABI) en la que se analizaron 120 bodegas gallegas, distribución que apenas difiere de la obtenida por Segura y Toledo (2003). Además, y junto al tamaño de las bodegas gallegas también se recoge la aportación porcentual a la cifra de negocio que aporta al sector cada perfil de bodegas según tamaño:

Tabla 5. Tamaño y volumen de negocio en % de las bodegas de Galicia, 2021

Tipo	Nº Empresas	% Cifra de Negocio	Dif. Aportación – Nº	%
Microempresas	79%	29%	-50 puntos	55,47
Pequeña Empresa	17%	31%	+14 puntos	23,71
Mediana Empresa	4%	40%	+36 puntos	20,82
Gran Empresa	-	-		

Fuente. AFI-SEC, 2023

El efecto de una explotación del viñedo minifundista, se traduce en un tamaño empresarial medio reducido (plantilla media bodegas gallegas 12,2 empleos). El cual adolece de la dimensión necesaria para ser competitivo en mercados exteriores tanto en precio como en cantidad, haciendo que su margen de negocio sea muy limitado, con la consiguiente baja aportación del sector al producto regional (Segura y Toledo, 2003). A tal efecto, destacar el gap positivo entre la aportación a la cifra de negocio del sector y el número de bodegas medianas, 36 puntos, reflejo de una relación directa entre tamaño y aportación a la economía del sector.

IV. DISCUSIÓN Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La radiografía expuesta sobre el sector del vino en Galicia véase, explotación minifundista, tamaño empresarial apenas diversificado en forma y tamaño y una escasa competitividad exportadora. Dibuja una realidad coincidente con la exposición de Buendía-Martínez y Côté (2014), donde hacía mención al hecho de que las cooperativas vitivinícolas gallegas al depender de la recogida de la producción de muchos pequeños viticultores (cooperativistas), ven aumentar la complicación de las tareas administrativas, con potenciales retardo de tiempos, la imposibilidad de acometer economías de escala. Y todo ello concluyendo en una potencial pérdida de competitividad (Sellers y Mas 2013; Medina y Planas, 2018).

Así pues, la estructura del sector descrita redundaba en una pérdida de eficiencia, multiplicación de los costes de transporte del punto de producción de la uva al de elaboración y, en definitiva, en un menor aporte al PIB gallego. Además, a ello añadir que la selección de la uva aportada por cada viticultor para que cumpla los requisitos legales, aumenta la carga burocrática. Pero todavía resta un aspecto clave que debe ser tenido en cuenta, el tejido del

sector vitivinícola gallego está condicionado por su orografía que dificulta la creación de latifundios de explotación, ello hace que la vía de mejora se reduzca a tomar medidas parciales en aras de la eficiencia que redunden en un aumento de la productividad.

Otro efecto directo debido al reducido “tamaño empresarial” y baja competitividad del sector del vino en Galicia es la constante tendencia a la baja en el precio de la uva que aporta su sector primario (viticultor). Dado que quien aporta el “valor añadido” para una posterior elaboración y venta es la actividad secundaria del sector, la cual al estar más concentrada que la actividad primaria le es fácil ejercer presión sobre el precio de la uva para reducir costes. Y de esta manera no perder margen frente a competidores exteriores en un sector tan competitivo como el del vino y que maneja unos márgenes muy reducidos donde una mínima variación del precio de la uva puede suponer una significativa subida o bajada en el precio de venta final, y con ello ser o no ser competitivo respecto a otras regiones o países sea en consumo nacional o exportación.

Por otra parte, y de cara al futuro del sector del vino en Galicia es preciso tener en cuenta dos factores naturales de sentido contrario y que según cuál de los dos tenga un mayor peso las consecuencias para el sector será muy distintas. Por un lado, está la particular orografía gallega que dificulta la formación de explotación vitivinícolas latifundistas y de fácil mecanización. Y por otro, está el hecho de que el cambio climático (Irimia, 2024) está contribuyendo a redistribuir el cultivo en todo el territorio español, lo que puede hacer que, en breve, zonas productoras del sur de España, no puedan cultivar las mismas cantidades y deban moverse hacia el norte buscando nuevas zonas de cultivo.

Así pues, si Galicia tiene una compleja orografía, un posible aumento de cultivo por circunstancias vinculadas al cambio climático, plantea como única solución actuar directamente sobre la estructura de

las tierras impulsando su concentración, (Fraga et al., 2012). En este punto los planes nacionales de reconversión y reestructuración del viñedo no han tenido incidencia alguna en Galicia (Juste y Peñas, 2023)

A través de los datos del estudio de la relación entre empleo y superficie, se deduce que, si se considera como empleo directo a los viticultores que trabajan los viñedos a jornada completa (8.820), el resto de viticultores, el 95,97% del total de viticultores gallegos censados no realizan esta actividad a tiempo total. Es decir, que o bien tienen otro trabajo el cual es su principal fuente de ingresos y la viticultura es secundaria o que, aunque sea su principal actividad, no le aporta una cifra de negocio (ingresos) como para ser una actividad a jornada completa.

Sobre la cuestión recogida en el párrafo anterior, decir que, en ello influye la tradición gallega de que en cada casa del pueblo desde hacía décadas se elaboraba “vino para consumo en su casa” y, esa tradición se ha conservado de generación en generación, elaboran vino sin que ello se considere un trabajo como tal.

Muchos son los viticultores gallegos que reciben por herencia unas viñas y continúan esa actividad tradicional de la familia, elaborando su propio vino (autoconsumo) o para vender su producción a una cooperativa próxima y obtener un ingreso adicional a su actividad principal no vinculada al sector del vino (González-Laxe, 2001). Esta realidad hace que el poder de negociación del viticultor sea mínimo y quede en manos de los llamados intermediarios del sector, realidad no solo aplicable al sector del vino gallego (Medina y Planas, 2018).

En esta línea, si alguno de estos viticultores se hiciera propietario de superficie de viñedo próxima a la suya, y ello le permitiera ampliar la producción hasta el punto de llegar a considerar esta actividad como su trabajo principal o primera fuente de ingresos, las cifras del sector del vino en Galicia redundarían en un aumento de trabajadores vinculados al sector a tiempo completo, y por extensión mejoraría la contribución al PIB gallego del sector. Ahora bien, como contrapartida provocaría modificaciones en el ecosistema y la estructura social de un entorno rural caracterizado por la costumbre tanto social como económica (Alonso y Parga, 2019).

En cuanto al reducido volumen de empleo indirecto (fabricantes de botellas, etiquetado,

corchos...) ligado al sector del vino en Galicia comparado con España, y que muestra la reducida industrialización del sector a nivel regional se explica a través de distintos factores entre los que destacan los hábitos del consumidor de vino en Galicia, donde el punto de más consumición es el establecimiento hostelero (bares y restaurantes). A mayor número de bares por habitante, más trabajo inducido, cuanto mayor es la compra de botellas de vino a través del canal Horeca (Hoteles, Restaurantes y cafeterías), mayor será el empleo inducido y menor el empleo indirecto en términos relativos.

En lo que respecta a la reducida contribución del sector del vino gallego en términos de superávit comercial en relación tanto al número de “empresas” exportadoras como a la media nacional, ello tiene varias explicaciones. En primer lugar, una parte del diferencial se explica por el gran porcentaje del vino gallego que es consumido por el mercado interno de Galicia en comparación con otras CCAA, por lo que se destina un menor porcentaje a la exportación.

Pero esa diferencia en términos monetarios no se explica solo por ese mayor consumo interno, debiendo ir al hecho de que los márgenes de producción como se expuso están mediatisados por el minifundismo antes explicado (Monteagudo et al., 2021). Ello hace que, unos altos costes de producción derivados de la presencia de muchos pequeños productores impidan que el precio final de exportación pueda ser inferior al de otras CCAA, quienes así exportan a costes más bajos, caso de la venta de vino a granel. Galicia tiene en el sector mucha empresa exportadora pero que contribuyen con muy poco margen a la balanza comercial exterior.

Entre las posibles líneas de estudio para contribuir al incremento del sector del vino en el PIB gallego deberían de contemplarse dos tipos de acciones.

Las primeras se unen a la riqueza natural y condiciones climáticas más favorables que otras zonas de la península (Ashenfelter & Storchmann, 2016), mantener el viñedo y su entorno natural con criterios de sostenibilidad (Gómez-Borja, 2023; Reinhardt, 2023), contribuiría a una producción más ecológica y sostenible (Sogari et al., 2016), ajustando la elaboración de sus vinos a criterios más demandados hoy en día por amantes del vino (Sánchez-García et al., 2023; Cortijo, 2023; Saliba et al., 2013).

Las segundas se vinculan a la creación de empleo en actividades vinculadas al mundo del vino. Hablamos del enoturismo como un posible factor clave para aumentar el aporte del sector del vino gallego a su PIB (Gómez & Molina, 2012). Si las bodegas aumentan empleo vinculado al enoturismo, generaría mayor empleo directo (Alonso & Bressan, 2016). Si, por lo contrario, empresas nuevas se creen para ofrecer servicios de enoturismo a las bodegas, el empleo generado sería indirecto o inducido.

En ambos casos, siendo el empleo el factor principal a la aportación del PIB, el enoturismo se nos antoja como una actividad fundamental para el futuro del sector del vino en Galicia y que aumente a mejorar las cifras de su economía (López et al., 2013). Buscar que los enoturistas se conviertan en imagen de marca del vino gallego, cabe identificar aquí la figura del influencers del sector del vino (Ingrassia et al., 2020), a la vuelta de sus países de origen, empleando para ello estrategias de social media marketing en el sector del vino (Viana, 2016), sería el acompañamiento perfecto (Thach et al., 2016).

V. CONCLUSIONES

Tras presentar la contribución que hace el sector del vino de Galicia a las cifras económicas gallegas frente a lo que aporta este sector a la economía española en general, viendo puntos de convergencia y de diferencia entre ambas, se pueden obtener una serie de conclusiones.

La primera, es que a diferencia del resto de zonas vitivinícolas de España en Galicia el tamaño de la superficie de los viñedos es un factor que influye de forma limitativa a todo el sector y, por lo tanto, su aportación al PIB Gallego.

La segunda, es que la aportación al PIB gallego vía un incremento en la empleabilidad podría ser superior si desde los poderes públicos y organismos ligados al sector promoviesen que un significativo número de esos “pseudo-viticultores” que ejercen esta actividad como un complemento se asocianen o concentrásen a través de un proceso de concentración de tierras cultivadas. Con ello, sería posible aumentar el empleo directo a jornada completa en la actividad primaria del sector lo que redundaría en un carácter más empresarial y una diversidad socio laboral del sector. Siendo la variable que más peso muestra en nuestro modelo, esta sería la principal línea que

debería trabajar el sector por mejorar su aporte al PIB y a la economía gallega.

La tercera, es que la existencia de un superávit en las exportaciones, ello no se traduce en una mayor contribución al PIB. Y ello es así, puesto que el aporte mayor de las exportaciones tiene un carácter inducido, por lo que, en vez de recaer en la comunidad exportadora (Galicia), recae de forma mayoritaria en el país que adquiere esas exportaciones, circunstancia apuntada ya por Meloni & Swinnen (2016). Así, el sector del vino de Galicia alcanzaría un mayor aporte al PIB con menos exportaciones y más consumo interno. Este último, contribuirá a crear más empleo inducido en la Comunidad, y así, su contribución al PIB sería mayor que la de las exportaciones.

VI. REFERENCIAS

- Acedo, M. A., Ayala, J. C., y Rodríguez, J. E. (2007). *Eficiencia de las empresas vinícolas de La Rioja: Comparación con las del resto de España*. Congreso anual AEDEM ponencias, 62-84.
- AFI-SEC. (2023). El sector vitivinícola en España. <https://www.afi.es/publicaciones-e-informes/el-sector-vitivinicola-en-espana>
- Alonso, A. & Bressan, A. (2016). Micro and small business innovation in a traditional industry. *International Journal of Innovation Science*, 8(4), 311-330. <https://doi.org/10.1108/ijis-06-2016-0013>
- Alonso, P. y Parga, E. (2019). La vuelta al terror: el despertar de la cultura del vino en España. *Revista Rivar*, 6(17), 62-89. <http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v6i17.3916>
- Anderson, K. & Pinilla, V. (2021). Wine's belated globalization, 1845–2025. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 44(2), 742-765. <https://doi.org/10.1002/aep.13174>
- Ashenfelter, O. & Storchmann, K. (2016). Climate change and wine: a review of the economic implications. *Journal of Wine Economics*, 11(1), 105-138. <https://doi.org/10.1017/jwe.2016.5>
- Balogh, J. & Jámbor, A. (2018). The role of culture, language and trade agreements in global wine tra-

- de. *Agris on-Line Papers in Economics and Informatics*, 10(3), 17-29. <https://doi.org/10.7160/aol.2018.100302> 353-368. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.868>
- Behmiri, N., Correia, L., & Gouveia, S. (2019). Drivers of wine production in the european union: a macroeconomic perspective. *New Medit*, 18(3), 85-96. <https://doi.org/10.30682/nm1903g>
- Buendía-Martínez, I. y Côté, A. (2014). Desarrollo territorial rural y cooperativas: Un análisis desde las políticas públicas. *Cuadernos de desarrollo rural*, 11(74), 35-54. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.CRD11-74.dtrc>
- Castillo, J. & García, M. (2013). Analysis of international competitive positioning of quality wine from spain. *Ciencia e Investigación Agraria*, 40(3), 491-501. <https://doi.org/10.4067/s0718-16202013000300003>
- Cortijo, M. (2023). Sustainability determinants in the iberian wine industry. nm. <https://doi.org/10.30682/nm2304a>
- Cruz, J. (2024). Innovation in vine growing in a context of climate change: akis and map of knowledge in central spain. *International Journal of Wine Business Research*, 36(3), 351-369. <https://doi.org/10.1108/ijwbr-02-2023-0008>
- Dreßler, M. (2023). Destination-centric wine exports: offering design concepts and sustainability. *Beverages*, 9(3), 55. <https://doi.org/10.3390/beverages9030055>
- Fraga, H., Malheiro, A., Moutinho-Pereira, J., & Santos, J. (2012). An overview of climate change impacts on european viticulture. *Food and Energy Security*, 1(2), 94-110. <https://doi.org/10.1002/fes3.14>
- Gómez-Borja, M. (2023). User-generated content and relevance of sustainability dimensions in the wine market. *Bio Web of Conferences*, 68, 03019. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20236803019>
- Gómez, M. & Molina, A. (2012). Wine Tourism in Spain: Denomination of Origin Effects on Brand Equity. *International Journal of Tourism Research*, 14(4): 106 | 353-368. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.868>
- González Laxe, F. (2001). La cultura y la economía del vino en Galicia. *Galicia en Vinos*.
- Ingrassia, M., Altamore, L., Bacarella, S., Columba, P., & Chironi, S. (2020). The wine influencers: exploring a new communication model of open innovation for wine producers—a netnographic, factor and agil analysis. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(4), 165. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040165>
- Irimia, L. (2024). Structural and spatial shifts in the viticulture potential of main european wine regions as an effect of climate change. *Horticulturae*, 10(4), 413. <https://doi.org/10.3390/horticulturae10040413>
- Juste, J. J. y Peñas, B. (2023). El sector del vino en España. Una aproximación desde la perspectiva de la política económica. *International Review of Economy Policy*, 5(1), 117-153. <https://doi.org/10.7203/IREP.5.1.27024>
- López, T., Rodríguez, J. y Vieira, A. (2013). Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España. *Cuadernos de Turismo*, 32: 171-188. <https://produccioncientifica.uca.es/documentos/606c56debd-14d86368801abc>
- MAPA, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2024). https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/estadisticas/datosinfo/diciembre2024_tcm30-700696.pdf
- Medina, F. J. y Planas, J. (2018). Las bodegas cooperativas y la comercialización del vino en España durante el siglo XX. *Economic History Research*, 16, 23-34. <https://doi.org/10.1016/j.ehr.2018.04.001>
- Melle-Hernández, M. (2001). Características diferenciales de la financiación entre pyme y las grandes empresas españolas. Asimetrías informativas, restricciones financieras y plazos de endeudamiento. *Papeles de Economía Española*, 89-90: 140-166.
- Monteagudo, I., Valero, J., Córcoles, C., & Carchano, M. (2021). Greening wine exports? changes in the car-

- bon footprint of spanish wine exports. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(17), 9035. <https://doi.org/10.3390/ijerph18179035>
- OeMV, Observatorio Español del Mundo del Vino (2023). <https://www.oemv.es/superficie-de-viñedo-para-uva-de-vinificación-en-espana-2024>
- OIV, Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) (2023). “Actualidad de la coyuntura del sector vitivinícola mundial en 2023”. <https://www.oiv.int/es/what-we-do/country-report?oiv>
- OIVE, Organización Interprofesional del Vino de España (2023). <https://interprofesionaldelvino.es/biblioteca/#informessector>
- Reinhardt, T. (2023). Geographical indications and sustainable viticulture: empirical and theoretical perspectives. *Sustainability*, 15(23), 16318. <https://doi.org/10.3390/su152316318>
- Resco, P. (2022). Empieza la cuenta atrás. Impactos del cambio climático en la agricultura española. Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG).
- Saliba, A., Ovington, L., & Morán, C. (2013). Consumer demand for low-alcohol wine in an australian sample. *International Journal of Wine Research*, 1. <https://doi.org/10.2147/ijwr.s41448>
- Sánchez-García, E., Martínez-Falcó, J., Alcon-Vila, A., & Marco-Lajara, B. (2023). Developing green innova- tions in the wine industry: an applied analysis. *Foods*, 12(6), 1157. <https://doi.org/10.3390/foods12061157>
- SEC (2023). Bases de datos de comercio exterior y de inversión directa en el exterior.
- Segura, J. y Toledo, L. (2003). Tamaño, estructura y costes de financiación de las empresas manufactureras españolas. *Investigaciones Económicas*, 27: 39-69.
- Sellers, R. y Mas, F. (2013). Rentabilidad de las empresas vinculadas a las marcas colectivas en el sector vinícola. *Universia Business Review*, 38: 68-83.
- Sogari, G., Mora, C., & Menozzi, D. (2016). Factors driving sustainable choice: the case of wine. *British Food Journal*, 118(3), 632-646. <https://doi.org/10.1108/bfj-04-2015-0131>
- Thach, L., Lease, T., & Barton, M. (2016). Exploring the impact of social media practices on wine sales in us wineries. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*, 17(4), 272-283. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2016.5>
- Thomé, K., Paiva, V., & Gois, T. (2023). Wine international market structure and competitiveness. *International Journal of Wine Business Research*, 35(4), 561-579. <https://doi.org/10.1108/ijwbr-06-2022-0019>
- Viana, N. (2016). Digital wine marketing: social media marketing for the wine industry. *Bio Web of Conferences*, 7, 03011. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20160703011>