

AÑO III

# Consejo Abierto



N.º 8

Boletín Periódico para los Vitivinicultores del Consejo  
Regulador de la Denominación de Origen La Mancha

## Nuevas secciones y otra dinámica para «Consejo Abierto»

Los editores de «Consejo Abierto» han decidido optar por el nuevo formato que hoy les presentamos. Entendemos que con este nuevo diseño aprovechamos mejor el espacio y no sólo podemos dar más información a nuestros lectores, sino que hemos encontrado el lugar para agregar nuevas secciones con las que creemos tener completo el panorama del sector que nos ocupa.



## Comercio interior y exterior

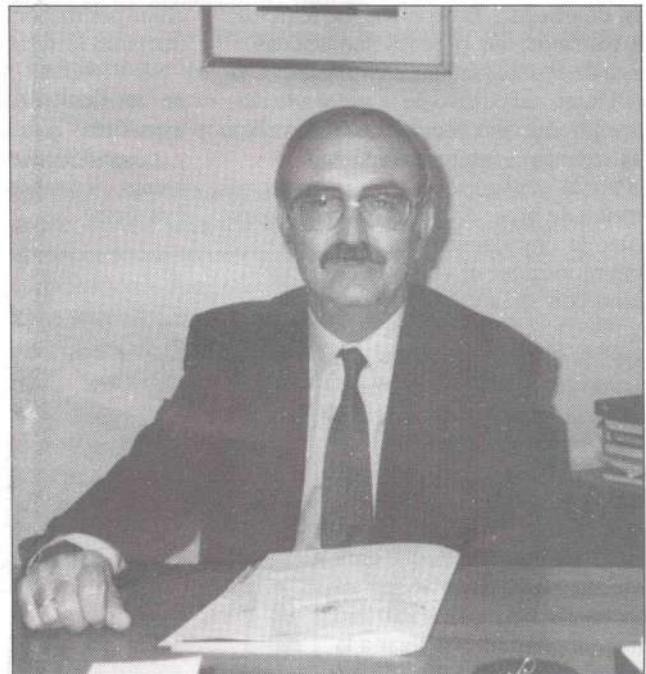
Bajo los nombres «Comercialización» y «Corrientes de mercado» se inicia hoy la andadura de dos importantes secciones dedicadas a explicar la problemática de los mercados interior y exterior del vino. Número a número de nuestro periódico, iremos avanzando en el estudio de distintas técnicas de promoción y venta y de penetración en los mercados extranjeros más problemáticos para nuestro sector. (Págs. 26 a 29.)

Así, nuestro tema de vitivinicultura quedará definitivamente englobado en cinco secciones fijas: «Viticultura», «Enología» (ya existentes) y «Vinicultura», «Comercialización» (mercado interior) y «Corrientes de Mercado» (comercialización exterior).

Desde la cepa a la copa, desde la tierra hasta el consumidor nacional o extranjero, se completa un círculo de artículos técnicos que se hacía necesario ampliar.

Tenemos también una página dedicada al ocio, que esta vez trae forma de crucigrama concurso, diseñado especialmente para «Consejo Abierto» por un conocido autor de pasatiempos. También 32 páginas de noticias, consejos y novedades que esperamos nos comenten, a través del cuestionario de la página 3 de este mismo número.

## Entrevista a José Manuel Vallejo Acevedo



José Manuel Vallejo Acevedo.

El subdirector general de Calidad Agroalimentaria nos habla de su área de trabajo y nos confirma, tal como anunciásemos en nuestro anterior número de «Consejo Abierto», que Gabriel Yravedra es el nuevo presidente de la OIV.

En un largo pero instructivo reportaje, el señor Vallejo Acevedo nos informa de la realidad de su Subdirección General del MAPA. Explica claramente las funciones de esa nueva dependencia de la Dirección General de Política Alimentaria y nos confirma, con grandes y lógicas muestras de alegría, que Gabriel Yravedra es el nuevo presidente de la Oficina Internacional del Vino. (Pág. 4.)

EDITA

C.R.D.O. LA MANCHA

Centralejas, 37. Apartado 194. Telef.: (926) 54 15 23 - 54 15 92. Fax: (926) 54 65 39.  
13600 ALCAZAR DE SAN JUAN



# ROSADOS Y CLARETES

Por Miguel ESPADAS

*Aunque la Biblia asegura la existencia del vino en tiempos que precedieron al Diluvio y transmite el símbolo del viejo Noé como su creador (Génesis IX-20/21), cierto es que la Historia no desvela las circunstancias y el lugar de su nacimiento.*

Estabón, Plinio el Joven y otros historiadores aseguran en sus escritos que el vino ya era conocido en el antiguo Egipto y nos hablan de persas, de griegos, de etruscos, de fenicios, de romanos, de órdenes monásticas y hasta de señores feudales entregados a la gran tarea del cultivo de la vid y a la elaboración del vino, escribiendo todos ellos una extensa e interesante historia.

Para la conservación de sus vinos, se servían de brea, de pez y resinas y para evitar la embriaguez era costumbre mezclar el vino recién hecho con agua del mar, consiguiendo, a la vez que un rebaje, una pródiga cosecha cuando la vid se mostraba tacaña a la hora de dar su fruto. Los romanos, más sibaritas, sometían los vinos a mezclas extrañas, añadiéndoles resinas, miel, ajeno y otras plantas amargas y aromáticas que eran base de la mixtura venenosa con la que más de un Patricio romano, por quererse ligar a la romana del vecino, halló plácida muerte.

El tiempo ha perfeccionado las técnicas de elaboración y la educación de paladares y hoy el nombre de VINO sólo se da a «la bebida resultante de la fermentación alcohólica, total o parcial, de la uva fresca o del mosto, con graduación alcohólica no inferior a 9º, salvo alguna excepción para los vinos enverados, "chacolis" y vinos dulces naturales».

Cada tipo de vino, por imperativo de la moda, tuvo su hegemonía en el tiempo; hasta el siglo XVIII los vinos blancos y rosados eran los de normal consumo, dando paso el siglo XX a los tintos y claretes.

Para el consumidor, los blancos y tintos están bien definidos, pero algunos confunden clarete con rosado y no saben distinguir uno de otro.

El Estatuto de la Viña, el Vino y los Alcoholes vigente (y desfasado) nos dice:

— VINO ROSADO es el vino procedente de uvas tintas o de mezcla de uvas tintas con uvas blancas, cuyos mostos han fermentado *sin los orujos*, alcanzando su color por maceración. Es decir, antes de iniciarse la fermentación.

— VINO CLARETE, el procedente de mostos obtenidos con mezcla de uvas tintas y blancas o de sus mostos y cuya fermentación se hace parcialmente *en presencia de los orujos* de la uva tinta.



En consecuencia, la ausencia o presencia de orujos durante la fermentación es la línea divisoria entre los vinos rosados y los claretes. En resumen, el vino rosado NO es un clarete, ni tampoco es el hijo bastardo nacido de la mezcla de blancos y tintos.

Confieso que a mí, personalmente, no me gusta el nombre de rosado, lo encuentro tierno y afeminado. El otro, el clarete, tiene un nombre más racial. Los árabes lo llamaban «aloque» y a él aludía Lope de Vega en alguna de sus líricas, de la que destacamos la siguiente:

*«Cuatro garrafas de aloque  
y blanco, que amor provoquen».*

En los países integrados en la CEE desaparece el clarete, sólo habrá rosado «para evitar que el consumidor extranjero lo confunda con vino mezclado con tinto o como blanco teñido».

Los rosados, en su mayoría, son secos, deben ser suaves y que no haya oxidación, por lo que no deben guardarse. Sólo apetecen cuando jóvenes y frescos.

En esta época del año, aunque atentos a la moda de los rosados —que ahora están en la cresta de la ola, sobre todo en zonas de playa—, en nuestro habitual consumo diario de vino, seguiremos apeteciendo los blancos clásicos, bien constituidos y fáciles de beber, prestando idéntica devoción a nuestros excelentes tintos, ricos en principios sápidos y aromáticos que invitan a beberlos, tras saborearlos largamente. Yo, al menos, así lo hago.

*Si por la espita del tonel, no llora el blanco  
cuando acabo rendido la tarea,  
y si huérfano estoy del purpurado tinto,  
—señal de que el bolsillo me flaquea—,  
agudizo el sentido y las ideas  
y en un lienzo sin mácula, los pinto.*

*Como con el pincel nunca fui manco,  
de colores obtengo el deseado  
y así doy vida al tinto,  
al blanco consagrado  
y al alegre y sutil vino afrutado.*

*Y es tan real ese vino imaginado,  
que del lienzo trasiego hasta mi vaso  
todo un caudal de aromas y de grados.*

*Al final, extasiado, contemplo mi tarea  
y del vino logrado bebo tanto,  
que mi cuerpo sesteaba  
no sin antes hacer al vino un canto  
que acompañe con música, si ronco,  
al quedarme dormido como un tronco  
sobre un lecho de parras que verdea.*

**A**parece el presente número de «Consejo Abierto» con una nueva configuración y un nuevo formato. La pretensión es la de hacer de este vehículo de información un medio más ágil y más práctico, dentro de las posibilidades del mismo.

Coincide su aparición con la época de una nueva vendimia, por lo que se ha tratado de que incluya temas específicos que, si bien conocidos y sabidos algunos de ellos, siempre resulta conveniente actualizar y tener presentes. La vendimia es clave dentro del complejo vitivinícola. Y ante la presente, no son excesivamente optimistas sus indicadores respecto a la reactivación de un sector marcado por la atonía y la desaceleración. Será preciso irse tomando, si todavía es tiempo, muy seriamente temas como la creación de las mesas interprofesionales por un lado, para hacer coincidir en la medida de lo posible los precios con la demanda; de otro, y entre todas las zonas productoras, establecer una campaña fuerte en la que por primera vez todos los sectores implicarán a la Administración para reactivar unos consumos en permanente descenso y a los que, suicidamente, parecemos habernos acostumbrado sin reaccionar.

Respecto a la primera cuestión planteada, la de la producción, los representantes de las organizaciones profesionales agrarias han sido muy claros al manifestar su pesimismo ante la nueva campaña vitivinícola «ya que, en contra de lo que podría esperarse, las fuertes destilaciones que se han producido durante la última campaña no se han visto reflejadas con la consecuente reacción en los precios».

Pero es en la segunda cuestión, la de la promoción del consumo, donde paradójicamente es la propia Administración la que descarga también sobre el sector su responsabilidad por la inexistencia de un adecuado plan de acciones referidas al consumo: «se ha avanzado poco en la promoción, que sigue siendo muy marquista, y desgraciadamente no se hace nada a nivel genérico. Otros sectores, como el del jamón, el del

aceite de oliva virgen, el de la leche pasteurizada o el del azúcar, han sabido hacer campañas promocionales solidarias. El mundo del vino no ha sido capaz de hacer promociones solidarias de un determinado tipo de vino, ni siquiera en el ámbito de una Denominación de Origen».

Se lo hemos dicho muchas veces al sector del vino: «las campañas institucionales, ya sean de la Administración Central o de las comunidades autónomas, están soportadas por los sectores. El sector del jamón, por ejemplo, pone 200 millones de pesetas anuales para hacer publicidad del producto, no de una marca determinada; el sector del aceite de oliva virgen destina a estos menesteres otros 150 ó 200 millones, y un producto tan particular como el plátano de Canarias va a poner en el presente año 800 millones para hacer una campaña publicitaria genérica, no de una marca concreta. El sector del vino nunca se ha planteado de una manera seria el tema de las campañas institucionales ni ha hecho oferta alguna a la Administración para aportar nada. Así no puede haber nunca acciones de este tipo».

La conclusión que se evidencia es la de empezar admitiendo que la problemática del vino es diferente y mucho más compleja a la de otros sectores, ya sean los del aceite, los del jamón o los del plátano. La responsabilidad es de todos: sector y Administración. La propia desvertebración y desunión del sector vitivinícola impide llegar a acuerdos-marco que posibiliten auténticas soluciones. Únicamente la Administración tiene en su mano los medios para concertar y proponer soluciones, en una mesa en la que estén reunidos todos los representantes vitivinícolas, desde el productor hasta el exportador, incluyendo naturalmente a los Consejos Reguladores.



## EL LECTOR OPINA

D: ..... Domicilio .....

1. ¿Qué piensa del nuevo formato de «Consejo Abierto»?

Me gusta       No me gusta       Prefiero el anterior

2. ¿Qué artículos le gustan más?

Técnicos       Noticias       Opinión

3. ¿Qué sección suprimiría? Indique número de página de este ejemplar

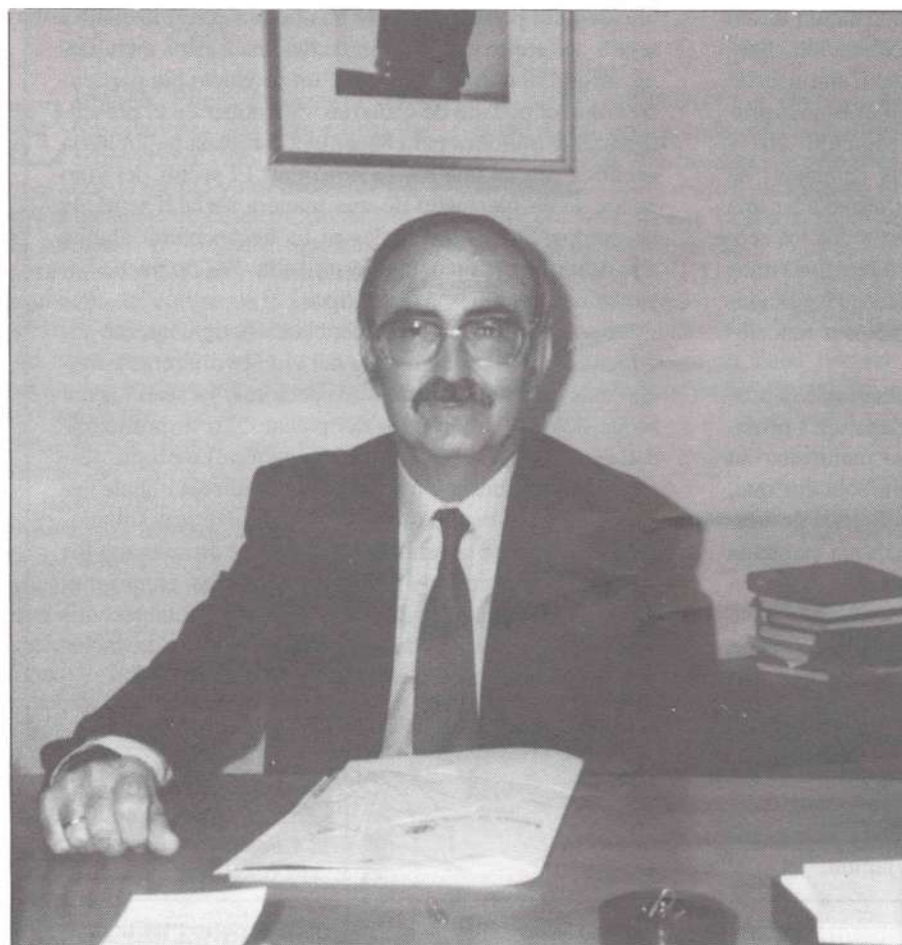
4. ¿Qué sección agregaría? Proponga nombre y tema: .....

5. Díganos su opinión global sobre «Consejo Abierto»: .....

¡POR FAVOR! Recorte por la línea superior, rellene y envíe este cupón a:  
CRDO LA MANCHA, C/. Canalejas, 37. 13600 ALCAZAR DE SAN JUAN (Ciudad Real).



# LAS LEYES QUE NOS RIGEN SOBRE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS SE HACEN EN LA COMUNIDAD EUROPEA



**Entrevista con  
José Manuel Vallejo Acevedo,  
subdirector general  
de Calidad Agroalimentaria**

*Dentro de la Secretaría General de Alimentación del MAPA, la Subdirección General de Calidad Agroalimentaria es uno de los puntos claves para nuestras relaciones intracomunitarias. Nos entrevistamos para «Consejo Abierto» con su responsable máximo y creo que esta entrevista nos permitirá sacar algunas conclusiones verdaderamente interesantes.*

—Es evidente que una Subdirección General como ésta es muy complicada. Es un organismo basado en el cumplimiento de la Ley y de las Reglamentaciones... ¿Puede usted explicarnos, en pocas palabras, la función concreta de esta dependencia del MAPA?

—Esta Subdirección, dentro de la Secretaría General de Alimentación, de reciente creación, en colaboración con otra serie de unidades y departamentos, tiene encomendada la labor del control de calidad de los productos alimentarios. Es una labor bastante amplia que engloba a todos los productos alimentarios en fase de producción y transformación, hasta el momento en que el producto está terminado. No sólo controla los productos alimentarios, sino que lo hace también con los medios de producción que utilizan los agricultores y ganaderos como materia prima para la obtención de los mismos.

Esta Subdirección puede mirarse desde un aspecto, digamos, negativo, con respecto a que todo lo que sea controlar no nos está dejando la libertad de hacer lo que queramos. Pero la idea que se tiene, y esta Subdirección lleva ya unos años con ese enfoque, es precisamente al contrario: queremos que las industrias se den cuenta que lo que se está haciendo es velar para que se cumplan las normativas impuestas para el correcto desarrollo del logro de la calidad y de sus valores y precisamente, lo que se está logrando con estos controles, es que puedan desarrollarse en sus actividades sin que haya interferencias por parte de otras industrias que, en un momento determinado, quieran saltarse esas normas, con lo que ese aspecto de no cumplimiento vendría en detrimento del que lo está haciendo bien.

Yo quiero destacar ese aspecto positivo del control de la calidad y no



el aspecto de que nos están obligando a hacer una cosa en contra de nuestra voluntad.

—*Es sabido que las relaciones interministeriales no son todo lo fluidas que debieran ser... Hay un momento en el cual los intereses de uno chocan con los de otro. En esta tarea que van a desarrollar ¿no hay una relación complicada con Sanidad y Consumo?*

—No. Creo que no, y al revés. Hay una interrelación activa muy interesante. El control de calidad que hace el MAPA a través de esta Subdirección no entra en aspectos sanitarios. No es competencia del MAPA este aspecto. Sí lo es del Ministerio de Sanidad y Consumo y lo es, en su correspondiente ámbito, de las comunidades autónomas y de los ayuntamientos. En todo lo que se refiere a control de calidad, separando los diferentes aspectos, hay una colaboración total entre las unidades correspondientes, sin que haya ningún solapamiento en las actuaciones ni invasión de parcelas.

Yo diría que cada vez es mayor la continuidad de ese control de calidad en las distintas fases. Antes decíamos que el Ministerio ejerce este control de calidad hasta la salida de fábrica, pero en ese momento ya comienza la competencia de las comunidades autónomas y de su Administración.

En lo que se refiere a comercio exterior, ya tenemos que ir viendo que al comercio intracomunitario ya no podemos considerarlo comercio exterior. Es decir, que a partir del mercado interior ya la CEE está estudiando unas normativas de modo que los controles que en origen ejerzan cada uno de los países miembros tiene la total validez y garantía. En lo que se refiere al comercio exterior de los países comunitarios, esta Subdirección tiene competencia precisamente en el tema del vino.

Para el resto de los productos alimentarios el control de estas exportaciones es competencia de Comercio a través de los servicios del SOI-VE, pero el vino es competencia del MAPA.

—*Para algunos ministerios el vino no es alimento. ¿Para su Subdirección lo es o no lo es?*

—Por supuesto que sí. Si lo miramos desde el punto de vista de la nutrición, por ser un producto que ha-

ce un aporte de calorías importante para el organismo.

—*Esta pregunta viene atada a otra. Hasta ahora la distribución del vino no podía hacerse en conjunto con la de otros productos alimentarios, en razón que por no considerarlo alimento era tratado como si fuese, por ejemplo, un artículo de limpieza. ¿No cree usted que sería interesante para la distribución interior del vino que esa política cambiara?*

—El tema de la distribución y la comercialización cobra cada vez más importancia.

---

**«Los controles  
por resonancia  
magnética  
nuclear  
permiten tener  
un importante  
banco de  
datos...»**

---

Las cooperativas han hecho un esfuerzo muy grande en cuanto al logro de calidades, pero no han hecho el mismo en cuanto a los canales de venta y distribución. La comercialización será lo que quieran que sea las industrias de elaboración del vino.

Yo creo que todo el esfuerzo que hagan lo van a agradecer en breve plazo. Creo que toda la imaginación que puedan tener los elaboradores, todo el esfuerzo que hagan, redundará en beneficios a corto plazo. Usted me hablaba de las redes de comercialización de la leche, ahora tenemos que ya es-

tán distribuyendo zumos de uva, por ejemplo.

Esas redes han cogido la distribución de los zumos...

—*¿Por qué tienen otro tratamiento que el vino...?*

—Yo creo que hay que tener imaginación para ver cómo se pueden integrar unos productos con otros, presionando al Estado y a la Comunidad para lograr los fines que se hace necesario adecuar a las necesidades de las empresas y de los consumidores.

—*Hablemos de fraudes. Hace poco tiempo, a instancias de un Consejo Regulador que no voy a nombrar, se creó la Ley que permitía la venta de graneles con D.O., si bien esto está permitido por la CEE, alegando libertades de comercio que se verían vulnerables si ello no ocurriera, resulta evidente que vender vinos a granel con Denominación de Origen estaría en contra del espíritu de las denominaciones de origen. Está claro y es sabido que los vinos con Denominación de Origen a granel pierden su identidad en cuanto trasponen nuestras fronteras. ¿Qué piensa hacer su Subdirección al respecto?*

—Tenemos que darnos cuenta que la legislación actualmente se hace en la Comunidad. Nosotros teníamos la Ley 29/70 y las que la desarrollan. Desde que nos incorporamos al MEC las normas que hay que cumplir son las que marca la Comunidad. No obstante, hay aspectos en los que esa reglamentación comunitaria, que no es estática y que está continuamente en evolución, se adapte a las necesidades de los distintos estados miembros. En cuanto a vinos con D.O. que se exportan a granel, está contemplado por la CEE. En estos momentos se está reglamentando cómo se hace el movimiento de esos vinos. Precisamente ayer ha habido una reunión en Bruselas, sobre documentos de acompañamiento de vinos a granel con Denominación de Origen.

Quiero dejar constancia, de cualquier manera, que las denominaciones de origen pueden prohibir que se vendan sus vinos a granel.

—*De cara a la Ley no hay fraude. Pero habría que lograr que por el afán de vender no se venda el alma al diablo... Cambiando de tema... Ustedes han comenzado una serie de*



reuniones con los consejos reguladores, entre los cuales está citado el nuestro. ¿De qué van a tratar esas reuniones?

—La colaboración que hay entre esta Subdirección y los consejos es muy estrecha y muy continua. Hemos tenido una serie de reuniones con los mismos en las cuales se explican todas las normas comunitarias sobre el vino, para los intercambios de ideas correspondientes. Explicamos en ellas cuáles son las normas, qué controles hay que cumplir, cómo hay que llevarlas a cabo, etc...

No sólo por el control que se lleva dentro de España, sino por motivo de los controles comunitarios. La Comunidad ha establecido un Cuerpo de Inspectores para el sector del vino y ya está empezando a actuar. La reunión que vamos a tener va a ser sobre estos temas de inspección comunitaria.

—¿No va a resultar un poco complicada esa tarea, no existiendo ahora un catastro correcto en la actualidad?

—El catastro se está haciendo. Lo está elaborando el INDO y está ya en una fase avanzada.

Yo creo que se tiene que quedar completado en el plazo de dos años. La base de este catastro va a servir para realizar una serie de controles que se ejercerán y a los que se podrá sacar mucho partido.

—Su Subdirección está trabajando con resonancia magnética nuclear, en materia de análisis del vino. ¿Tiene pensado o previsto hacer algún tipo de cursillos, etc., aparte de las reuniones para que los encargados de los consejos reguladores, los vedores, tengan claro lo que tienen que exigir a sus inscriptos?

—Con respecto a estos temas ya hemos tenido reuniones con los responsables de los conceptos analíticos, en las cuales hemos pasado revista a todos los métodos que la Comunidad ha puesto como obligatorios para el control de calidad de los vinos. El último, es el método de análisis por resonancia magnética nuclear. Esta Subdirección está realizando los primeros ensayos con el mismo, siguiendo una directiva de la Comunidad con la cual se va a establecer un banco de datos de todos los países miembros. Sintetizando, este método servirá para determinar los posibles fraudes en las

adiciones de azúcares y agua en los vinos.

El primer paso es tener ese banco de datos. Este año es el primero en que, en colaboración con el INDO, estamos trabajando con ese sistema. Los consejos reguladores, entre ellos muy activamente el de Madrid, están trabajando muy seriamente en ello. Se ha establecido un marco de 400 puntos en los cuales hay que tomar muestras de la uva antes de la época de la recolección, en unas condiciones determinadas, congelarla, hacerle una vinificación controlada y una destilación para verificar el alcohol corres-

---

*«El vino  
es un  
producto  
alimentario  
y debemos  
conseguir  
que se  
lo trate  
como tal.»*

---

pondiente, sobre él hacer las medidas y mandar una muestra a la Comunidad Económica Europea para ese banco de datos.

El programa se inició este año y tendrá una duración de unos 3 ó 4. Las posibilidades que va a tener su aplicación para esos aspectos de adiciones de azúcares y agua va a ser muy importante. En colaboración con otros institutos se está estudiando este método junto con otro de análisis isotópico con el que se logran resul-

tados más perfeccionados: incluso hay posibilidades de que la caracterización de los vinos con Denominación de Origen pueda ser perfilada en forma muy clara y exacta.

—Tal como anunciamos en el número 7 de este mismo periódico, «Consejo Abierto», ya tenemos presidente español para la OIV.

—Es cierto. No puedo menos que felicitar a Gabriel Yravedra por el nombramiento y que felicitarnos, porque creo que el mismo producirá un aclaramiento del panorama internacional para los vinos en general.

## CONCLUSIONES

Seguimos hablando un rato de Yravedra, del INDO, de las dificultades que un cargo como el que ostenta don José Manuel Vallejo puede tener y de otras cosas. Yo, de alguna forma, me había quedado un tanto deprimido y no podía entender las causas de ese estado particular de ánimo. Más tarde, mientras estaba pasando en limpio esta entrevista, caí en la cuenta de que lo que había motivado mi desazón era, exclusivamente, la frase del señor Vallejo cuando dijo: «...las leyes se dictan en la Comunidad».

Pero, me pregunto, ¿estas leyes se miden con el mismo rasero para todos los miembros de la confraternidad comunitaria o son elaboradas, pacientemente, por algunos de los países fundadores de la CEE de acuerdo a sus propias necesidades?

Tal vez uno vea «fantasmas» donde no los hay. Pero hay algunos temas de la CEE, que me *mosquean* tanto como cuando escucho hablar del orden nuevo que quieren imponernos desde Estados Unidos.

El tiempo dirá si los fantasmas son realidades. Mientras tanto, los que estamos tratando continuamente con los encargados de manejar los asuntos agroalimentarios de nuestro país y su relación con la CEE sabemos que están trabajando a brazo partido y a pecho descubierto para tratar de parar algo que no sabemos qué es, pero que sentimos que se nos viene encima.

**René H. Montarcé-Rieu**  
para «Consejo Abierto»



# UN PILAR DE BASE: LA CCCE

*Para los coleccionistas de siglas, sumamos hoy una nueva: CCCE. La Comisión de Control de Calidad y Expedientes de nuestro Consejo Regulador es, sin duda, uno de los pilares básicos sobre los que se asienta la filosofía de calidad que sustentamos.*

**E**sta Comisión está compuesta por tres vocales, además de la asistencia a las reuniones del Secretario que coordina las acciones y desarrolla los acuerdos tomados, y en algunas ocasiones, o cuando el tema lo requiera, por el propio Presidente del Consejo.

Uno de los vocales es especialista en viticultura, otro es experto en vinicultura y el tercero es experto en legislación. Uno de ellos actúa como portavoz de la Comisión ante el Pleno de Consejo.

## ACCIONES DE LA CCCE

- Coordinar y supervisar los trabajos del Equipo de Control y Calidad.
- Revisar y comprobar las Actas levantadas a las bodegas.
- Estudiar los informes elaborados, tanto por el Equipo de Control de Calidad como por el Comité de Cata, sobre las muestras tomadas en cada una de las bodegas.
- Revisar las determinaciones analíticas de las muestras tomadas a los vinos acogidos.
- Estudiar y comprobar las presentaciones de los vinos embotellados con Denominación, sistemas de cierre y contraetiquetas utilizados.

De estas acciones se pueden producir tres tipos de propuestas, que son:

## REACCIONES DE LA CCCE

- Recomendación a la bodega o bodegas infractoras (que se ejecuta directamente por acuerdo de Comisión).
- Apercibimiento. (Que se puede ejecutar directamente a la bodega o bodegas, si no es reincidente o se hace la propuesta de acuerdo al Plan de Consejo.)
- Sanción. (Siempre se hace con propuesta de Comisión al Pleno de Consejo para que tome el acuerdo que proceda y después se ejecute vía Secretaría.)

Esta Comisión está funcionando en el Consejo Regulador como tal desde las últimas elecciones a Consejos, iniciando sus actuaciones en el año 1988 con unos objetivos perfectamente definidos y dirigidos a la mejora de la calidad de los vinos de La Mancha.

Sus acciones están complementadas por los Servicios Jurídicos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la Asesoría Jurídica del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, quienes en todo momento, y siempre que se les requieran sus servicios, nos aportan su experiencia y conocimientos jurídicos en materia vitivinícola internacional.

En estos años de funcionamiento se puede comprobar con orgullo que el nivel de calidad de los vinos acogidos ha experimentado un gran avance, por lo que día a día, y en los diferentes concursos nacionales e internacionales a la calidad, nuestros vinos obtienen galardones importantes.

## CONTRAETIQUETAS OFICIALES



LA MANCHA D.O.



LA MANCHA D.O.



LA MANCHA D.O. RESERVA



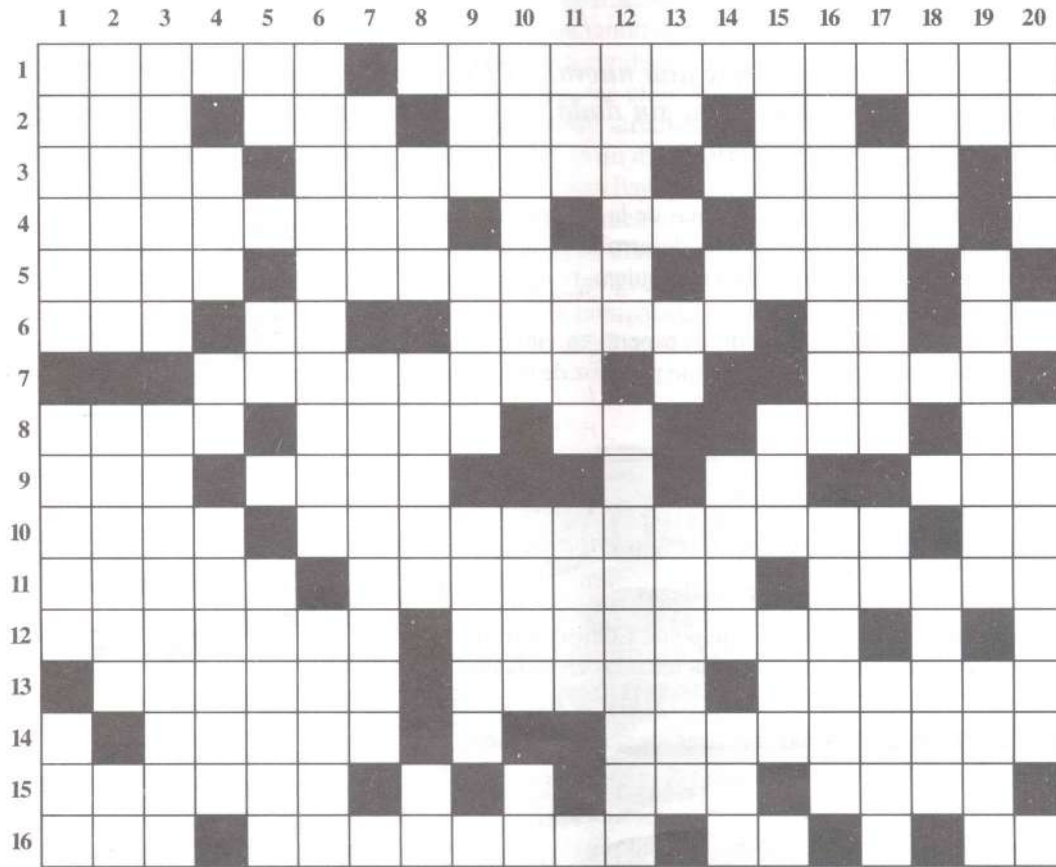
LA MANCHA D.O. GRAN RESERVA



LA MANCHA D.O. CRIANZA

# Consegrama

Dado que nuestro nuevo tamaño y diseño, así nos lo permite, incluimos en este número, un pasatiempo a manera de crucigrama. Todas las palabras de sus soluciones, se hallan en el Diccionario de la Lengua o son de uso común.



Por THOMAS BLANCO

LA PAGINA OCCIOSA

**HORIZONTALES:** 1. Cerdo salvaje. Nombre y apellido del secretario de nuestro Consejo. 2. (Al revés) onda marina. Orificio anal. Moléculas con carga eléctrica. Dos vocales. (Al revés) insignia que llevan en el pecho los familiares y dependientes de la Orden de San Juan. 3. Ceremonia. Periodo de tres años. Planta perenne de tronco leñoso. Consonante. 4. Pez de la familia de los salmónidos. Consonante. Pronombre posesivo. (En Sudamérica) especie de cánido parecido al zorro. Vocal. 5. Arbol de la familia de las fagáceas. Pieza o cabilla de hierro en forma de armella. Prefijo que indica tumor. La primera. 6. Tres iguales. Exclamación. (Al revés) relativa a los perros. Siglas que significan Nombre Desconocido. Negación castiza. 7. Obedecían. Letra decimonona. Concejal. 8. Ensenada pequeña. Sustancia viscosa que se obtiene de la destilación de la madera de algunas coníferas. Ir en inglés. Sonido que vuelve. Uno de la baraja. 9. Parte inferior del sombrero. (Al revés) aparato destinado a producir una modificación en un circuito eléctrico. Mil. Afirmación. Dueña. 10. Planta herbácea de raíz parecida a la de la batata. Proyector de transparencias y cuerpos opacos. Voz de mando. 11. Instrumento para trabajar la tierra. Relativa a Aarón. Signo del zodiaco. 12. Dinastía que estuvo al frente de los destinos de Persia, entre el 226 y el 641 de nuestra era. Ponga el filete ondulado que se usa en tipografía. Vocal. Letra 22. 13. (Al revés) hagan nido. Dícese del habitante de las dos islas de Nueva Zelanda. Coge fuertemente con la mano. 14. La segunda. Haces avanzar la embarcación con las palas. Preposición muy corta. Miembros de un gobierno compuesto por unos pocos. 15. Hacen que una tela quede formando pliegues iguales y muy menudos. Conjunción copulativa. Cincuenta. Presidente de un club de fútbol madrileño que habla mucho y da mucho que hablar. Estado asiático. 16. Grupo terrorista y separatista irlandés. Mujer que estudia los problemas del sexo. Forma pronominal. Cien. Sílabas onomatopéyica con la que los budistas buscan, por repetición, la concentración.

**VERTICALES:** 1. Primer apellido del presidente de nuestro Consejo. El segundo apellido del anterior. Preposición inseparable que significa sobre o amigo de Blas. 2. Nombre del autor del artículo sobre enología, publicado en las páginas 22 y 23 de este mismo número. Dícese del animal que tiene el pelo más o menos rojo, o parecido al de la canela. Siglas que en inglés y referidas a las armas de fuego significa calibre largo. 3. El que conduce un bote. Lugar en donde viven los Lamas. 4. Primera letra del abecedario. Rece. Dos iguales. Periodos de tiempo. 5. Nota. Consonante. Antigua lengua provenzal. Preposición inseparable que denota origen o procedencia. Almas. 6. Sin tacha. Vano, fútil, inútil. 7. Adorna. Subidas a un lugar alto y dificultoso. Letra con que se clasifican las películas pornográficas. 8. Otra vez la primera. (Al revés y en catalán) nosotros. También al revés, ventila. Nominativo del pronombre personal de primera persona. 9. Ate. La mujer del cabo. Pieza teatral no ligera. Si pone «L» acierta. 10. Fuente italiana. Novena letra del alfabeto griego. Artículo neutro. 11. Indígena de América del Sur. Dinastía china. Como la primera del 7 vertical, pero la revés. La octava. 12. Almirante inglés que murió en Trafalgar. (Al revés) pasión insensata por las agorerías. Otra vocal. El comienzo de una ocasión. (Al revés) maderos que puestos de techo en techo, sirven para consolidar las cubiertas de los barcos. Elemento que designa radical químico. 15. Famosa variedad manchega de uva blanca para vinificación. (Al revés) terminación de extremidad inferior. (También al revés) grupo terrorista español que luchó contra ETA. Terminación plural. 16. (Al revés) variedad manchega de uva tinta para vinificación. Que no es legal. 17. Vocal gorda. Lleno de presunción y muy contento de sí mismo. Escuché. (Al revés) faz. 18. (Al revés) extremidad desplumada de un ave. Símbolo del yodo. Vocal. Apellido del veedor de nuestro Consejo. 19. Matrícula charra. Dar voces la multitud en honor y aplauso de alguna persona. Cierta tela. 20. Distinta. Vocal. Afeminados. Mil latinos.

Recorte y envíe este crucigrama, con las respuestas claras y en letra de imprenta, CONJUNTAMENTE CON EL CUESTIONARIO DE LA PAGINA TRES DE ESTE MISMO NUMERO, antes del día 30 de octubre de este año. Entre todas las respuestas acertadas sortaremos UN FABULOSO REGALO SORPRESA.



# EL CORRIMIENTO DE LOS RACIMOS DE LA VID

Por M. Angel BERNAO

*Es frecuente en nuestros viñedos la aparición de plantas de vid con racimos cuyos granos de uva se encuentran muy separados unos de otros y alternando unos de mayor tamaño con otros más pequeños e, incluso, la no existencia de granos en algunos pedicelos.*

*No es única la causa que provoca la aparición de racimos claros, como tampoco están bien definidas las razones que provocan la aparición de estos síntomas.*

*En este artículo pretendemos orientar a nuestros viticultores, de forma práctica, en la observación de las cepas afectadas y proporcionar unas pequeñas pistas que puedan dar pautas en la detección de las causas que lo provocan.*

La floración, o «cierna», de la vid se produce como consecuencia de la evolución de las yemas fructíferas dejadas en la poda del año anterior.

Hemos de indicar dos aspectos muy importantes que todo viticultor debe saber y que simplifica un posterior razonamiento en las causas que provocan el «corrimento» del racimo:

- Las yemas fructíferas de la vid se forman durante la evolución del sarmiento del año anterior. Así, hacia mayo-junio, la cosecha del año siguiente queda preparada en las cepas sobre las yemas vistas que dejaremos en la poda.

Es, por tanto, evidente que un estado vegetativo adecuado en las primeras fases de vegetación de la vid —estados fenológicos E a H, desde racimos visibles a botones separados— es el que decide la calidad de la brotación del año siguiente. Con posterioridad a esta fecha, y una vez realizado el cuajado, las reservas que acumule la cepa revertirán en un mejor desarrollo al año siguiente de las yemas que van a dejarse en la poda.

- En plena floración-cierna —estado fenológico I— la cepa sufre un periodo

de disminución de su crecimiento vegetativo como consecuencia de la demanda en las necesidades de reservas que efectúa el racimo para la reproducción de la especie, especialmente en forma de azúcares —glúcidos—. Esta relativa paralización intrínseca de la cepa es necesaria para una correcta formación de granos de polen y posterior fecundación de los pistilos.

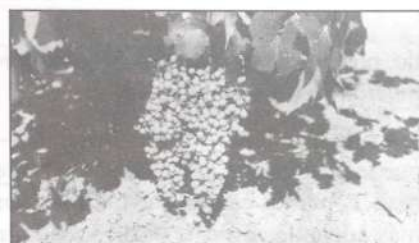
Esta fecha es la más delicada en la viña y es decisiva en la producción del año.

Efectuadas estas dos observaciones, pasamos a describir con brevedad los síntomas que se observan en cepas mal «cernidas».

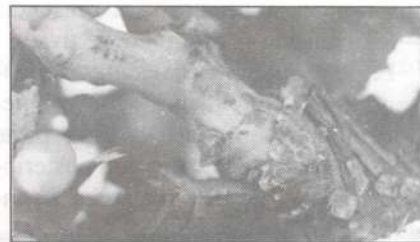
## DESCRIPCION DE SINTOMAS

Todo viticultor conoce claramente los síntomas de una mala «cierna», pues la cantidad de granos de uva es menor, más separados y se alternan granos muy desarrollados con otros recién cuajados que en muchos casos llegan a secarse.

No obstante, no todos los viticultores han diferenciado un pequeño deta-



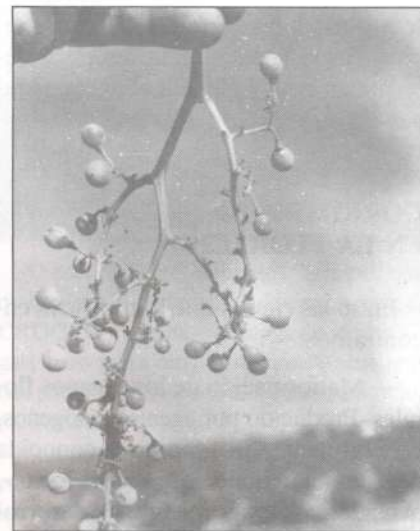
Racimos cuajados correctamente.



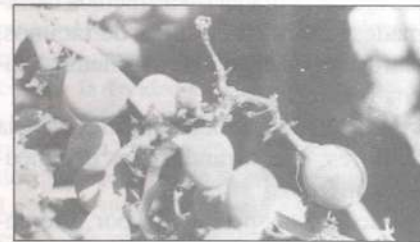
Pulgar con sarmiento degenerado.



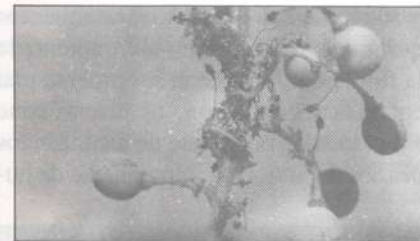
Aborto de las flores.



Racimo con ataque de polilla y corrimento.



Desecamiento apical.



Ataque de polilla.



lle, nos referimos a las dos fases en formación del grano de uva:

En la primera —la de floración— puede ocurrir que la fecundación no se realice, por las causas que indicaremos más adelante. En este caso, pasada la misma, nos encontramos con pedúnculos florales abortados, sin presencia —lógicamente— de grano de uva.

En la segunda —cuajado— nos encontramos con racimos cuyos pedúnculos tienen todos o gran parte de frutos formados, pero con posterioridad muchos de ellos no inician su engorde.

Esta diferenciación es necesaria, puesto que puede dar al viticultor una primera orientación de las causas que lo provocan.

Esta descripción de síntomas evidentes en cepas mal cuajadas es la que el viticultor conoce como «corrimiento del racimo».

Se hace necesario, antes de proseguir, indicar que no están aún sobradamente probadas las causas y que, en muchos casos, los síntomas tampoco determinan con evidencia el agente causante.

### CORRIMIENTO EN LA FLORACION

Entre las causas que lo provocan encontramos:

— Malformación de los órganos florales. Producido por agentes patógenos, generalmente virus, como la conocida degeneración infecciosa «cepas locas», que además llevan consigo un desarrollo anormal del resto de órganos vegetativos de la planta —sarmientos deformados, zarcillos en lugar de racimos, entrenudos desiguales, sarmientos planos o bifurcados.

— Falta de fecundación, inexistencia de flores, encontrándose los pedúnculos sin frutos.

Puede estar producido por diferentes causas:

- Humedad, lluvias o tratamientos químicos realizados en el momento de la floración perjudican seriamente una correcta fecundación, al diseminarse los granos de polen que no alcanzan los pistilos de la flor; al impregnarse de hu-

medad se hinchan los granos de polen y pierden la capacidad de emisión del tubo polínico.

- Temperaturas altas unidas a vientos cálidos, bastante frecuentes en nuestra Denominación de Origen, lo que ocasiona un gran desecamiento de los órganos florales y, por tanto, esterilidad.

- Desequilibrios en el suministro de glúcidos al racimo. Es muy frecuente en cepas mal alimentadas, con escasa vegetación y en épocas de sequía, debido al déficit de glúcidos al racimo.

- Desecamiento del pedúnculo floral. Destacable proceso por el que el pedúnculo de la flor toma un color marrón visible. Las causas pueden ser:

- Ataques de polillas del racimo.
- Ataques de arañas (roja o amarilla).
- Deficiente incorporación de glúcidos.
- Desecamiento climático.
- Problemas de evapotranspiración.

- Otra causa no menos importante se produce cuando las cepas poseen un exceso de vigor. Este aspecto reviste especial interés en algunas zonas de nuestra Denominación de Origen. La explicación práctica es sencilla. Las cepas muy vigorosas tienen tendencia a desarrollar al máximo su potencial aéreo, lo que se transforma en un crecimiento continuo de las partes verdes; aun a pesar de que los racimos tienen unas grandes necesidades de savia en la floración, la planta tiene excedentes suficientes para proseguir su crecimiento en longitud. Todo ello provoca un desequilibrio entre el momento de la madurez de los granos de polen con la madurez de los pistilos de la flor, traduciéndose en una floración deficiente.

El viticultor disminuye este vigor efectuando despuntes en prefloración o recurriendo a tratamientos con productos reguladores del crecimiento 10-15 días antes de la floración.

No obstante, hemos de advertir que en cepas sanas, tanto los despuntes, sobre todo si son muy severos, como el empleo de reguladores paralizan el crecimiento de la cepa en un determinado tiempo, por un lado; disminuyen la

masa foliar, por otro, y obligan a la planta a efectuar una nueva brotación. Todo ello puede perjudicar seriamente a las cepas que se ven obligadas a movilizar sus niveles de reservas de la raíz.

Estas cepas deben regularse en la poda de invierno, adecuando su potencial vegetativo con la carga que puede desarrollar la cepa.

En resumen, podemos indicar que una floración correcta en cepas sanas se produce cuando las temperaturas medias son del orden de 20-25°C en cepas de vigor medio, con suficiente abono potásico (que favorece la existencia de glúcidos), en ambiente carente de humedad y cepas sanas.

### CORRIMIENTO EN EL CUAJADO O GRANAZON

Muchas de las causas que provocan una floración deficiente coinciden con el corrimiento en el cuajado, produciendo la caída de los granos de uva recién formados.

Sin embargo, al corresponder el cuajado a una fecha posterior, pueden ocurrir otros problemas como:

— Desecamiento de los pedúnculos del racimo, del fruto y del pedúnculo del sarmiento. Esta alteración es muy frecuente en años secos en los meses de julio y provoca un desequilibrio hídrico, con la pérdida de granos y aun racimos completos.

— Caída de frutos recién formados. Ataques de araña, polilla o mildio tardío.

Aunque podremos extendernos más en otros artículos sobre este mismo tema, en el presente hemos dejado indicado los más frecuentes y la dificultad que representa paliar con garantía el corrimiento del racimo de la vid.

□

**M. Angel Bernao Berruguete**  
Servicio  
de Extensión  
Agraria  
Tomelloso





Las Cartas de Vinos de muchos restaurantes son poco imaginativas, aburridas y excesivamente comerciales

## LA ESCUELA SUPERIOR DE HOSTELERIA Y TURISMO NOS ABRE LAS PUERTAS

*La Escuela Superior de Hostelería y Turismo es un Instituto de enseñanza dependiente del Ministerio de Educación y Ciencia, su vicedirector, don Teodoro del Pozo Prieto, y el profesor especialista en la materia, don Rafael Espantaleón Galán, explican a «Consejo Abierto» su visión general sobre el maridaje vino/gastronomía.*

**E**n nuestro Centro de Formación Profesional se imparten clases sobre Cocina y Servicios y Regiduría de Pisos. Paralelamente y con título equivalente a Diplomado Universitario se estudia Técnico de Empresas y Actividades Turísticas (Turismo). En un país como el nuestro, con tan variada y abundante producción de vinos, es vital dotar a nuestro alumnado de los conocimientos más amplios sobre viticultura, enología, cata, servicio, conservación y adecuación o maridaje del vino con otros manjares.

No obstante las enseñanzas que se imparten, y a pesar del gran esfuerzo que desde el INDO y los consejos reguladores se está haciendo, creemos que el sector de la Hostelería tiene un gran desconocimiento sobre la práctica totalidad de las distintas procedencias y sistemas de elaboración de los vinos en general. Esto se manifiesta en las cartas de vinos de muchos restaurantes, que son poco imaginativas, aburridas y excesivamente comerciales. Un hecho imperdonable si tenemos en cuenta la gran variedad de la oferta de vinos españoles y la posibilidad de descubrir, continuamente, un caldo nuevo e interesante para ser ofrecido a los clientes.

En la mayoría de los restaurantes de las distintas autonomías españolas, los vinos regionales suelen estar mal representados. En cambio, los de otras regiones, con marcas de mayor implantación comercial, están en todas las cartas de vinos. Esa actitud exclusivamente comercial, imposibilita un normal desarrollo del conocimiento de los distintos vinos regionales.

No sólo con grandes campañas de promoción se varían los gustos y preferencias de los consumidores. En este caso los profesionales del servicio en restaurantes y bares deberían cumplir una función más social, educando los gustos de la clientela.

Fijémonos, sin ir más lejos, en el resurgimiento y auge de la cocina y en el carácter social y cultural que el mismo conlleva. Los promotores de este resurgimiento han sido los grandes profesionales de nuestros fogones que, olvidando el fin comer-



cial de sus actividades y recreándose en el buen hacer y en la investigación, han logrado poner a la cocina española en el puesto mundial que le correspondía.

Para que los vinos españoles tengan el lugar que también merecen, la solución debe pasar por un buen conocimiento de sus características, su investigación y el descubrimiento de los desconocidos, sorprendiendo con los hallazgos a los clientes.

Es notable el esfuerzo realizado por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen La Mancha, en la tarea de elevar el prestigio y la imagen de sus vinos. También hemos comprobado la apuesta decidida por la calidad hecha por alguno de los elaboradores de esa región, invirtiendo en tecnología y profesionales de la enología. Los frutos de ese esfuerzo se notan en la excelencia de la mayoría de los vinos blancos, tintos y rosados, sobre todo los jóvenes. Creemos que la región de La Mancha, marcha por el camino correcto.

Nosotros somos perfectamente conscientes de la importancia que tiene el vino en su relación con las demás parcelas de la gastronomía. Efectuamos en forma continua catas y análisis sensoriales de distintos vinos, españoles y extranjeros, para obtener conclusiones comparativas.

A ese respecto debemos agregar que mantenemos estrechas relaciones con el CRDO La Mancha y muchas de sus bodegas, pero sería muy beneficioso para ambas partes que esas relaciones se institucionalizaran.

Para terminar, quisiéramos agregar que, en nuestra opinión, la situación actual de los vinos españoles en el mercado internacional es la mejor que se ha conocido. Aún así se hace necesaria una mayor proyección mundial de «nuestros grandes desconocidos». Fuera de nuestras fronteras se reconoce la calidad de los vinos de tres o cuatro regiones determinadas, lo que no ocurre con elaboraciones de otras procedencias, como las de la región manchega. La relación calidad/precio podría hacer a esos vinos muy competitivos en el mercado mundial. Permítanos, desde aquí, enviar nuestra sincera invitación y aliento para continuar la mejora de la proyección internacional de todos nuestros vinos.

**Teodoro del Pozo Prieto**  
Vicedirector

**Rafael Espantaleón Galán**  
Profesor de Prácticas de Servicios



## Un andar seguro por el difícil camino del vino

# RODRIGUEZ & BERGER, S. A.

(Cinco Casas-Ciudad Real)

**C**uando en el año 1924 Rodríguez Fulgueira y Berger Dussourd fundaron la Sociedad Rodríguez y Berger en Cinco Casas (Ciudad Real), ya tenían la visión de futuro que todo acto comercial implica.

No es casualidad que la bodega fuese contruida adosada a la estación de ferrocarril. Sabían que sus productos no estaban destinados solamente a la venta local y querían ampliar sus posibilidades de transporte.

Tenemos muchas bodegas acogidas a nuestra Denominación de Origen La Man-

cha, pero son, lamentablemente, pocas aquellas que funcionan con criterios comerciales claros, RODRIGUEZ & BERGER es una de estas bodegas, por eso aparece en lugar destacado en esta sección que no tiene como fin premiar a nadie, sino que trata de despertar la curiosidad de aquellas otras empresas a las que «todavía les falta algo para llegar», para que traten de emular lo bueno de cada una de de las embotelladoras que les presentamos.

Sabemos que dentro de poco tendremos que aumentar las páginas de nuestro periódico, porque cada vez son más las bode-

gas de nuestra DO, que escogen el camino del triunfo.

RODRIGUEZ & BERGER tiene el negocio del vino enfocado fundamentalmente a la exportación. Lo hace porque primero presintió y luego comprobó que la comercialización nacional del vino tiene dos graves problemas: uno, la brutal competencia que obliga a dumpings poco convincentes, y el segundo, que determina un alto coste en infraestructuras de distribución. No obstante esto último, están presentes en todo el mercado nacional.

La bodega, con casi setenta años de an-



tigüedad, cuenta con distintos tipos de construcciones y equipamientos, que van desde las más clásicas y tradicionales hasta las de alto punto tecnológico.

Cuevas, naves semienterradas, depósitos de acero inoxidable con temperatura controlada de fermentación, madera noble para crianza, equipos ultramodernos para

elaboración, control de calidad y envasado, permiten a la empresa ofrecer una calidad continua y una variedad de tipos y marcas que ya han logrado el prestigio que se merecen en todo el mundo.

RODRIGUEZ & BERGER comercializa tres marcas: Senescal, Gota de Oro y Viña Santa Elena.

Todos los vinos de RODRIGUEZ & BERGER están elaborados con las tradicionales variedades manchegas Airén y Cencibel. La empresa se ha preocupado de mantener un gusto y una tipología en sus vinos que, pese a estar adaptada a diferentes mercados en que se consumen, mantienen la tradición de los grandes vinos de La Mancha.

## SENESCAL

Tintos, rosados y blancos. Elaborados cuidadosamente. Tienen el sello inconfundible de la bodega y de nuestra región. Son vinos suaves, equilibrados, armoniosos y de una presencia exterior muy bien lograda.



## VIÑA SANTA ELENA

Al igual que el Senescal, se elabora en sus tres tipos, tintos, rosados y blancos. El tinto, de crianza en depósitos y en botella, y el rosado se elaboran con la variedad Cencibel, son vinos de excelente color en cada uno de sus tipos. Los tintos cálidos y los rosados y blancos frescos y fragantes.



## GOTA DE ORO

Esta marca, cubre todos los tipos de vinos blancos: secos, semisecos y dulces. Son vinos elaborados a partir de la variedad Airén. Transparentes, dorados con un pequeño deje verdoso. Francos al paladar y de alta acidez.





## Cooperativa y Caja Rural

# NUESTRA SEÑORA DE LA PIEDAD

### (Quintanar de la Orden-Toledo)

*Hablamos siempre con orgullo de nuestras bodegas elaboradoras. Las situamos después de «las grandes» en estas páginas, aunque, a veces, como en este caso, nada tienen de pequeñas.*

**E**sta Cooperativa nace en el año 1954. Tiene entonces una capacidad de almacenamiento de 1.500.000 litros y una fuerza humana compuesta por 53 personas que nacen a la aventura del vino y del cooperativismo, en plena llanura manchega.

Hoy es una gran empresa del sector. Sus asociados se aproximan a 1.200 y su capacidad de almacenaje alcanza los 30.000.000 de litros.

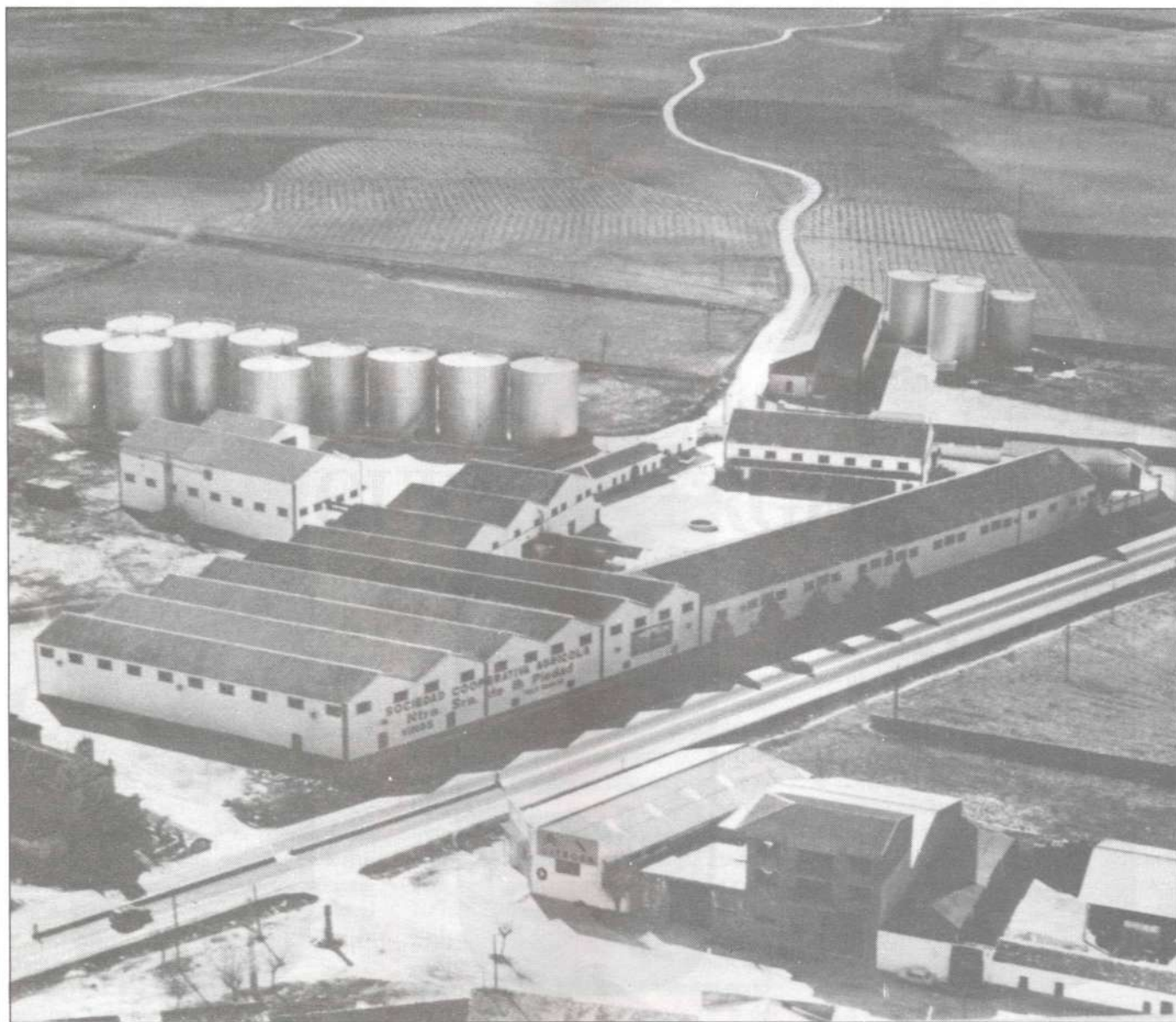
Sus vinos han sido galardonados in finidad de veces, sobre todo los blancos jóvenes, elaborados con un estricto control de la temperatura durante la fermentación.

Es evidente que su tecnología es avanzada. Tiene más de un millón y medio de frigorías y 10 depósitos con camisas de temperatura controlada. Utiliza para la elaboración variedades autóctonas manchegas: Cencibel para los tintos y Airén para los blancos, que

escoge cuidadosamente durante la vendimia.

Sus vinos tintos son interesantes, reacios, de profundo color, franco paladar y retrogusto delicado y persistente.

Los blancos, frescos, jóvenes, pálidos, afrutados y muy bien elaborados. Esta bodega puede visitarse cualquier día hábil. Creemos que vale la pena conocerla y catar sus vinos «al pie de depósito».



**AgroBanesto informa:**

# CAMPAÑA VITIVINICOLA 1991/92

## (1-9-91/31-8-92)

**1. INTRODUCCION**

Cada mes de septiembre comienza una nueva campaña de regulación del sector vitivinícola que afecta a los vinos de mesa, zumos y mostos de uva, vinagres, orujos, piquetas y lías.

Las medidas de ordenación, aun cuando no inciden directamente en los vinos de calidad, como es sabido, afectan de forma importante a la economía del conjunto del sector y, en consecuencia, se hace obligado conocer los niveles de aplicación de cada campaña para los diferentes precios institucionales y ayudas.

**2. PRECIOS DE ORIENTACION**

1 Ecu = 149,813 ptas. (A partir 1-9-91.)

Tipo de vino	Comunidad de los Diez (excepto Portugal)	España
A-I (blanco de 10º a 13º)	3'21 Ecus/Hgdo = 480,90 ptas/Hgdo	3'01 Ecus/Hgdo = 450,94 ptas/Hgdo
R-I (tinto de 10º a 12º)	3'21 Ecus/Hgdo = 480,90 ptas/Hgdo	3'01 Ecus/Hgdo = 450,94 ptas/Hgdo
R-II (tinto de 12,5º a 15º)	3'21 Ecus/Hgdo = 480,90 ptas/Hgdo	3'01 Ecus/Hgdo = 450,94 ptas/Hgdo

**3. REGIMEN DE DESTILACIONES**

**3.1. Prestaciones Vínicas**

1. Precio de compra que deberá pagar el destilador al productor 116,85 ptas/Hgdo.
2. Ayudas:
  - a) A la destilación:
    1. Alcohol neutro
      - Global 65,92 ptas/Hgdo.
      - De orujos 86,89 ptas/Hgdo.
      - De vinos y de lías 44,94 ptas/Hgdo.
    2. Aguardientes de orujo 31,46 ptas/Hgdo.
    3. Aguardiente de vino 28,46 ptas/Hgdo.
    4. Alcohol bruto
      - Global 49,44 ptas/Hgdo.
      - De orujos 70,41 ptas/Hgdo.
      - De vinos y de lías 28,46 pts/Hgdo.
  - b) A la elaboración de vino alcoholizado 26,97 ptas/Hgdo.
3. Precio del alcohol neutro entregado (1)
  - Global 209,74 ptas/Hgdo.
  - De orujos 230,71 ptas/Hgdo.
  - De vinos y de lías 188,76 ptas/Hgdo.

4. Precio del alcohol bruto entregado (1)
  - Global 193,26 ptas/Hgdo.
  - De orujos 214,23 ptas/Hgdo.
  - De vinos y de lías 172,28 ptas/Hgdo.
5. Participación del FEOGA por el alcohol (2) 65,92 ptas/Hgdo.

**3.2. Destilaciones de vinos procedentes de uvas no viníferas**

1. Precio de compra que deberá pagar el destilador al productor 157,30 ptas/Hgdo.
2. Ayudas:
  - a) A la destilación:
    1. Alcohol neutro 86,89 ptas/Hgdo.
    2. Aguardientes de vino y alcohol bruto 70,41 ptas/Hgdo.
  - b) A la elaboración de vino alcoholizado 67,42 ptas/Hgdo.
3. Precio del alcohol neutro entregado (1) 230,71 ptas/Hgdo.
4. Precio del alcohol bruto entregado (1) 214,23 ptas/Hgdo.
5. Participación del FEOGA por el alcohol (2) 119,85 ptas/Hgdo.

**3.3. Destilación preventiva**

1. Precio de compra que deberá pagar el destilador al productor. Tipo AI, RI y RII (3) 293,63 ptas/Hgdo.
2. Ayudas:
  - a) A la destilación:
    1. Alcohol neutro. Tipo AI, RI y RII 218,73 ptas/Hgdo.
    2. Aguardientes de vino y alcohol bruto. Tipo AI, RI y RII 202,25 ptas/Hgdo.
  - b) A la elaboración de vino alcoholizado. Tipo AI, RI y RII 197,75 ptas/Hgdo.

Por lo que se refiere a la campaña 91/92, la destilación preventiva queda abierta desde el día 1 de septiembre de 1991.

La cantidad de vino de mesa que podrá destinar cada producto a este tipo de destilación será de 12 hectolitros por hectárea, como máximo, sin que se supere en ningún caso el 15% de la cosecha de vino de mesa.

**3.4. Destilación de mantenimiento o sostén**

- 1. Precio de compra que deberá pagar el destilador al productor.  
Tipo AI, RI y RII (4) 293,63 ptas/Hgdo.
- 2. Ayudas:
  - a) A la destilación:
    - 1. Alcohol neutro.  
Tipo AI, RI y RII 218,73 ptas/Hgdo.
    - 2. Aguardientes de vino y alcohol neutro.  
Tipo AI, RI y RII 202,25 ptas/Hgdo.
  - b) A la elaboración de vino alcoholizado.  
Tipo AI, RI y RII 197,75 ptas/Hgdo.

**4. REGIMEN DE AYUDAS**

**4.1. Ayudas para utilización en la vinificación de mostos de uva concentrado y de mostos de uva concentrados rectificadores**

Importe de la ayuda:

- a) Mostos de uva concentrados 197,75 ptas/Hgdo.
- b) Mostos de uva concentrados rectificadores 266,67 ptas/Hgdo.

**4.2. Ayuda para la utilización de uvas, mostos de uva, mostos de uva concentrados en la elaboración de zumo de uva**

Producto utilizado	Importe total de la ayuda	A percibir por el beneficiario (65% del total)	A percibir por la Admón. para campaña de promoción (35% del total)
Uva	957,71 ptas/100 kg	622,25 ptas/100 kg	335,46 ptas/100 kg
Mosto de uva	1.197,01 ptas/Hl	778,05 ptas/Hl	418,96 ptas/Hl
Mosto de uva concentrado	4.187,27 ptas/Hl	2.721,73 ptas/Hl	1.465,54 ptas/Hl

**4.3. Restituciones a la exportación. (Restitución a la exportación de productos vitivinícolas españoles)**

Código de productos	Designación de la mercancía	Destino de la exportación (5)	Importe de la restitución (ptas/Hgdo)
2009 60 11 100 (6) 2009 60 19 100 (6) 2009 60 51 100 (6) 2009 60 71 100 (6) 2204 30 91 100 (7) 2204 30 99 100 (7)	Diversos tipos de mostos de uva concentrados, en función de su masa volúmica y del grado alcohólico adquirido.	01,02,09	170,79
2204 21 25 190 (7) 2204 21 35 190 (7) 2204 29 25 190 (7) 2204 29 35 190 (7)	Vinos blancos de mesa	02 09	239,70 217,23
2204 21 29 190 (7) 2204 21 39 190 (7) 2204 29 29 190 (7) 2204 29 39 190 (7)	Vinos tintos o rosados de mesa	02 09	250,19 227,72

**5. DECLARACION DE EXISTENCIAS, COSECHA DE UVA Y PRODUCCION DEL SECTOR VINICOLA**

Para la debida regularización del sector, la normativa de la CEE establece la obligatoriedad de efectuar las citadas declaraciones. El cumplimiento de las mismas, en los plazos establecidos al efecto, será requisito imprescindible para poder acceder al régimen de destilaciones y al almacenamiento de vinos y mostos de aplicación en el sector.

*Declaración de existencias*

Los tenedores de vino y mosto deberán realizar entre los días 1 y 7 del mes de septiembre una declaración de existencias referida al 31 de agosto.

*Declaración de cosecha de uva y producción*

Las declaraciones de cosecha de uva, producción de vino productos distintos del vino procedentes de la uva, referidas al 30 de noviembre de 1991, deberán ser realizadas por las personas físicas o jurídicas, o sus agrupaciones, tenedoras o productoras, durante el periodo comprendido entre el 1 y el 15 del mes de diciembre de 1991.

Todas las declaraciones se presentarán en las jefaturas provinciales del SENPA o en sus dependencias (unidades de almacenamiento), y/o en su defecto en los ayuntamientos correspondientes, según los impresos oficiales existentes y cuyo modelo se establece en la Orden del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de 14 de junio de 1991 («BOE» n.º 153 de 27 de junio de 1991).

**Paulino Cuervas-Mons Martínez**  
Director Técnico de AgroBanesto

(1) Si el destilador ha gozado de la ayuda mencionada en el punto 2, a dichos precios se les restará un importe igual al de la ayuda.

(2) Por lo que respecta a las cantidades de alcohol entregadas al organismo de intervención por las que se pagó una ayuda al destilador, a esta participación se le restará el importe de la ayuda global pagada.

(3) Y vinos de mesa estrechamente relacionados desde un punto de vista económico con estos tipos de vinos de mesa.

(4) Y vinos de mesa estrechamente relacionados desde un punto de vista económico con estos tipos de vinos de mesa o vinos aptos para convertirse en vinos de mesa.

(5) Destinos:

01 Venezuela.

02 Los países de Africa, a excepción de los explícitamente excluidos en 09.

09 Los demás destinos a excepción de los terceros países siguientes: Todos los países de América, Argelia, Australia, Austria, Chipre, Israel, Marruecos, Sudáfrica, Suiza, Túnez, Turquía y Yugoslavia (a partir de 1-9-92).

(6) El grado alcohólico que deberá tenerse en cuenta es el grado alcohólico volumétrico en potencia.

(7) El grado alcohólico que deberá tenerse en cuenta es el grado alcohólico volumétrico total.

AgroBanesto 

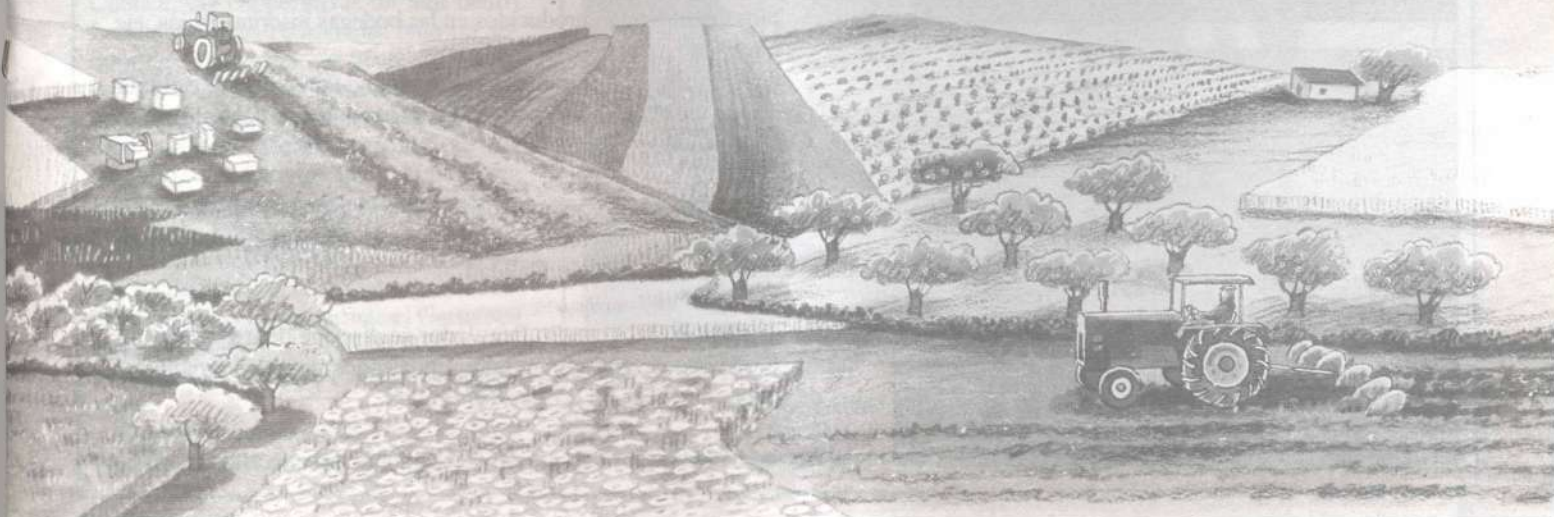
# Soluciones para el campo.

**Agrobanesto** es un servicio de información y asesoría gratuita exclusivamente creado para usted, agricultor, ganadero o industrial agroalimentario que:

- Informa puntualmente de todas las ayudas, créditos y subvenciones existentes para usted.
- Realiza todas las gestiones necesarias para que las cobre cómoda y rápidamente.
- Y además, le facilita toda la información sobre las normas de calidad europea.

Infórmese de todos estos servicios en la oficina de **Banesto** más cercana.

O llame gratis al teléfono:  
**900 - 10 00 30**



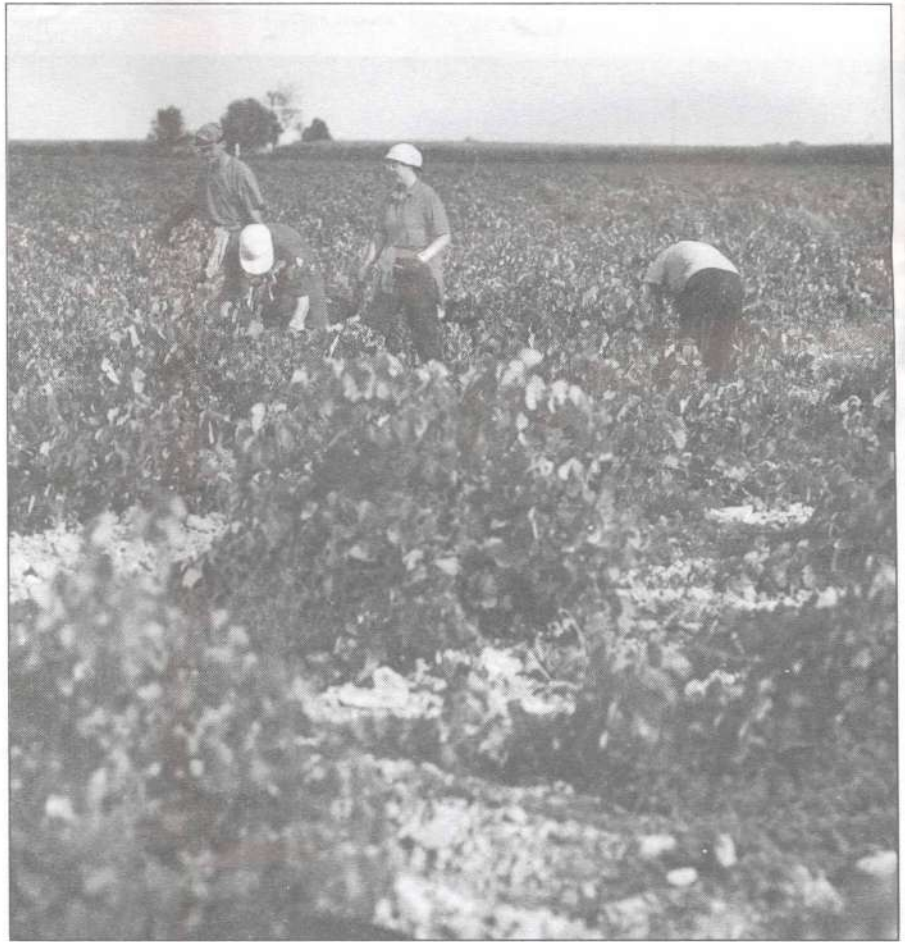
# VITICULTORES

Es preceptivo presentar el recibo Canon de Viñedos 1991 en las bodegas donde vendan la uva.

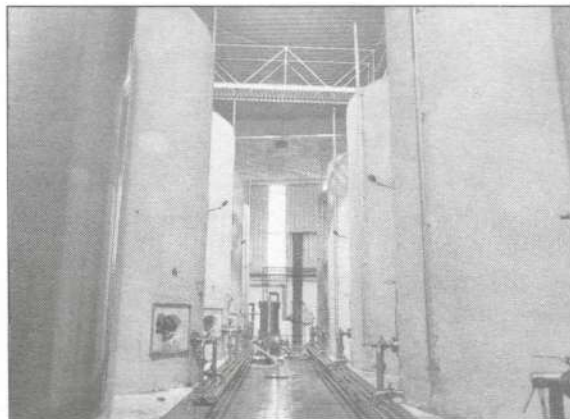
Los recibos de las provincias de Albacete, Ciudad Real y Cuenca pueden ser retirados en las oficinas del Banco Español de Crédito de sus localidades, y los de Toledo, en las oficinas de Recaudación.

Desde el día 1 de agosto hasta el 31 de enero está abierto el plazo de registro de viticultores para cambios de titularidad, altas, bajas, etc., en este Consejo Regulador.

Está finalizando la actualización informática del Registro de Viticultores, por lo que, en su caso, si existe algún error en el suyo, deberá comunicarlo a la mayor brevedad para su corrección.



Viticultores en plena faena de vendimia.



## BODEGAS DE ELABORACION

Deberán enviar fotocopia de la declaración de existencias al 31 de agosto en el Consejo Regulador a la mayor brevedad posible.

Se recuerda la obligatoriedad de comunicar al Consejo Regulador los cambios de titularidad producidos en las bodegas inscritas, bajas, etc.

Se recuerda a todas las bodegas inscritas que aún no hayan solicitado la placa distintivo de bodega acogida al Consejo que deberán solicitarla antes del inicio de vendimia.

Es preceptivo enviar copia de los DCA, con los movimientos de vinos acogidos, producidos entre bodegas para el debido control por parte del equipo de Control de Calidad.

En las oficinas del Consejo Regulador se dispone de existencias de impresos de documentos comerciales autorizados para sus movimientos de vinos al precio de 25 pesetas unidad.

Las bodegas interesadas lo pueden solicitar por escrito.

## Plantas embotelladoras

El plazo límite de utilización de otros sistemas de control que no sea la contraetiqueta oficial y/o tirilla finaliza el próximo 31 de diciembre.

## Bodegas exportadoras

Se recuerda la obligatoriedad de enviar a las oficinas del Consejo el resumen mensual de las exportaciones de vinos embotellados con Denominación de Origen.

## Varios

Cualquier persona o entidad inscrita en cualquiera de los registros que a continuación se relacionan:

- Viticultores.
- Bodegas de elaboración.
- Bodegas de almacenamiento.
- Bodegas de crianza.
- Plantas embotelladoras y marquistas.
- Bodegas de exportación.

Por estar finalizando el proceso informático de los mismos que tengan alguna variación en la titularidad, domiciliación, marcas comerciales, etc., lo deberán comunicar a la mayor brevedad posible al Consejo Regulador.



## ES NOTICIA

### Feria ANUGA



#### Weltmarkt für Ernährung

World Food Market  
Marché mondial  
de l'alimentation  
Mercado Mundial  
de la Alimentación

El Consejo Regulador de la D.O. La Mancha; el Patronato de Promoción Económica de la Diputación Provincial de Cuenca; las cooperativas de San Isidro Labrador de Las Pedroñeras, Nuestra Señora de Manjavacas de Mota del Cuervo, UDEXMAN de Tarancón y «Cueva del Granero» de Los Hinojosos, en reunión conjunta celebrada en la Sede del Consejo, establecieron las acciones a seguir con motivo de su participación en la próxima Feria de ANUGA'91 (Alemania) y en la que estarán presentes los vinos de La Mancha elaborados por las citadas bodegas y que durante el Certamen serán presentados a la prensa alemana especializada, en el propio stand del Patronato.

En el transcurso de la Feria se mantendrán reuniones comerciales con diver-

sos importadores alemanes, para lo que cada una de las empresas participantes contará con la presencia de un técnico comercial.

Al frente de la misión que representará a las citadas bodegas, y que saldrá de España el próximo 10 de octubre, estará el presidente del Consejo Regulador, don Salvador Jareño.

La presencia de los vinos de La Mancha en ANUGA'91 augura resultados especialmente significativos en un futuro inmediato, dada la elevada calidad que hoy ostentan avalada por el Comité de Cata de la Denominación de Origen y los recientes premios obtenidos en distintos concursos, tanto nacionales como internacionales.

### Feria de Tarancón

El Consejo Regulador estará presente con un stand en la VI Feria Regional de la Alimentación, que se celebrará en Tarancón entre los días 26 y 29 de septiembre, con una amplia representación con los vinos de esta D.O.

### Feria de Manzanares

Un año más, el Consejo Regulador ha participado en la Feria Regional de Manzanares, con un stand que ha contado con una amplísima representación de plantas embotelladoras inscritas.



De izquierda a derecha: alcalde de Manzanares, presidente de las Cortes de Castilla-La Mancha, secretario del Consejo Regulador, presidente de la Diputación de Ciudad Real y presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen La Mancha.



Hay mucho por vendimiar.

## Sorteo extraordinario de vendimias de Lotería Nacional en Ciudad Real

Celebrado en Ciudad Real el sorteo extraordinario de la Vendimia, el día 7 de septiembre, colaborando el Consejo Regulador con un stand genérico, además de diversas acciones directas de promoción de los vinos de esta Denominación de Origen.

## Visita de importadores alemanes

Organizado por el Patronato de Inte-

res Provinciales de la Diputación Provincial de Ciudad Real, se está realizando una Misión Inversa de Importadores Alemanes con visitas a las bodegas de elaboración-exportadoras más destacadas de la provincia de Ciudad Real. Esperamos que este esfuerzo promocional de los vinos de la provincia que realiza la Diputación aporte resultados comerciales satisfactorios para nuestros industriales. Informaremos de los mismos en el siguiente número.

## Empieza la vendimia

Se ha iniciado la campaña de vendimias en esta Denominación de Origen por parte de las bodegas que elaboran vino de fermentación controlada, con unas previsiones iniciales de una cosecha de calidad. Esperamos que no se produzcan incidencias climatológicas que puedan perjudicar el desarrollo normal de la re-

colección y que termine con unos resultados favorables para el esfuerzo realizado en todo un año por parte de los viticultores.

## Plan de Comunicación

Se ha iniciado, por parte del Consejo Regulador, una amplia distribución divulgativa de las últimas publicaciones editadas por el Consejo y con destino a ayuntamientos de la zona de producción, bodegas inscritas, oficinas comerciales de España al exterior, consejos reguladores, casas regionales de castellanos-manchegos en toda España y medios de comunicación y organismos oficiales. Este Plan de Comunicación inicialmente está cuantificado en más de 4.000 envíos.



*Al iniciarse próximamente la recogida del fruto y su elaboración, y siendo consciente del equipamiento y alto nivel técnico de nuestras bodegas de elaboración, el Equipo Técnico del Consejo Regulador se permite la libertad, a través de estas páginas de «Consejo Abierto», de ofrecer estas recomendaciones, sencillas y útiles, dirigidas a nuestros vitivinicultores, en la seguridad de que complementadas con su buen hacer de cada una de las bodegas conseguiremos unos vinos de calidad.*

#### VENDIMIAR ES ALGO MAS QUE CORTAR UVAS



La vendimia es la última tarea del ciclo del cultivo de la vid y sin duda la más importante si lo que pretendemos con las uvas es producir vinos de calidad.

Si la vendimia no se hace con esmero, todos los esfuerzos que hacen los agricultores durante el año para conseguir una buena cosecha y toda la preparación técnica de las bodegas y cooperativas para desarrollar una perfecta elaboración serán inútiles.

La calidad del vino comienza en la cepa. Una vendimia cuidada evita gastos en los costosos tratamientos enológicos a los mostos.

El modo de vendimiar repercute a la calidad del vino. Las uvas tienen que entrar en la bodega sanas y enteras.

#### TRANSPORTE DE LA UVA

La higiene en el transporte es muy importante y realizarla muy sencillo.

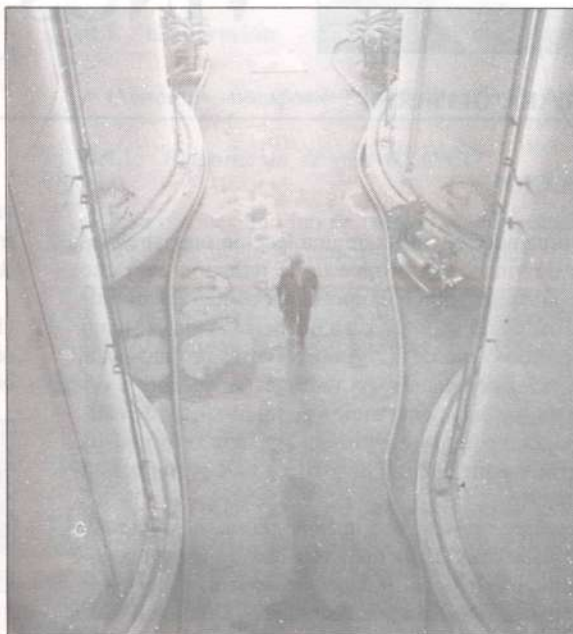
Lavar las lonas de los remolques tras cada viaje, dejando escurrir bien el agua.

No sobrecargar los remolques. Es preferible realizar un viaje más al día que deteriorar una cosecha que ha costado muchos esfuerzos durante un año en conseguirla.

Tener los remolques cargados y expuestos al sol a elevadas temperaturas el menor tiempo posible.

Realizar la descarga de los remolques en el mismo día de su recolección, sin que pase noche, toda vez que se puede producir una fermentación, perdiendo la uva sus cualidades.

#### LIMPIEZA Y DESINFECCION DE BODEGAS Y MAQUINARIA



Una correcta vendimia se ha de completar con la higiene de las bodegas de elaboración y para ello nos permitimos dar algunas recomendaciones:

Limpiar y desinfectar todos los locales donde se vaya a realizar la elaboración.

Limpiar los depósitos, bocas, etc., con agua abundante y la ayuda de un cepillo.

Comprobar el interior de todos los envases por si estuvieran defectuosos y corregirlos.

Los depósitos de hormigón que hubiesen contenido vinos defectuosos se eliminará el tartaro y se lavaran con agua y cepillo para su posterior desinfección.

Revisar y limpiar todas las tuberías y maquinaria de elaboración, realizando una intensa desinfección.

Limpiar y desinfectar toda la maquinaria y locales, al finalizar la jornada, para que al día siguiente no tengamos bacterias que nos puedan perjudicar la elaboración.

El estrujado de la uva deberá ser suave a fin de evitar roturas en pepitas, raspones y hollejos que provocan sabores herbáceos. El escurrido por gravedad se realizará con la mayor rapidez posible.

Antes de iniciarse la fermentación se procederá a su desfangado. Fermentar el mosto yema para la obtención de vinos de calidad. Mantener temperaturas de 18/20 grados para los vinos blancos y algo mayor para los vinos tintos.

Trasegar evitando la aireación para evitar pérdidas de grado y aromas.

Una vez terminada la fermentación, y durante el tiempo que tengamos el vino en la bodega, vigilar muy estrictamente la acidez volátil, ya que un foco de infección nos puede contaminar toda la bodega.

José L. Barco

EN BUSCA DE LA MEJOR CALIDAD



Por Alipio LARA OLIVARES

# ALTERNATIVAS DE MEJORA PARA LA ELABORACION DE VINOS DE CALIDAD

## 1. INTRODUCCION

Este artículo pretende ser, más que una lección magistral sobre elaboración de vinos, una propuesta de reflexión para cada cual, desde su área (técnico, empresario, comerciante, viticultor, bodeguero), y a la vista de las tendencias actuales, tanto técnicas y de mercado como de consumo, y de sus propias posibilidades y exigencias personales y empresariales, incentive sus actuaciones futuras hacia la consecución de un producto de calidad, de un vino digno de competir en los más prestigiosos «maratones» (permítaseme el símil deportivo) y de participar en las más dignas mesas.

Es conveniente tener presente que la enología actual «está muy distante de nuestra ancestral manera de resolver las fermentaciones en que al técnico se le pedía recoger en las condiciones que sea toda la uva para hacer el vino que se pueda. Cuando lo que se pretende es recoger la uva precisa para conseguir un vino de CALIDAD». (M. Ruiz Hernández.)

A nadie se le oculta que los vinos atraviesan un mal momento y que es preciso buscar unos vinos, y conseguirlos, de bajo contenido en anhídrido sulfuroso total y valores mínimos de acidez volátil, como eje tecnológico de la moderna enología orientada con carácter más general a la obtención de vinos varietales, afrutados, frescos, luminosos, suaves, equilibrados, etc., es decir, vinos de CALIDAD.

## 2. CRITERIOS DE CALIDAD

Existe una *calidad intrínseca* que implica que el vino sea VINO y que esté SANO, para lo cual es necesario extremar los cuidados durante la elaboración, y después de ella, para evitar alteraciones y enfermedades, y para conseguir unos parámetros analíticos equilibrados: en primer lugar, para que el producto final esté dentro de la legalidad vigente, y, en segundo, para que estos parámetros sean propios del producto en cuestión (VINO).

Pero existe otra *calidad relativa*, que lo impone el consumidor y su gusto particular. Por tanto hay que conseguir un producto que guste e interese.

Un vino de calidad es la suma de cada una de las calidades de su proceso enológico: desde que se diseña una plantación hasta que el vino es servido y consumido:

— Calidad de uva: elegir meticulosamente la variedad adecuada para el vino que queremos ofrecer al mercado y, por supuesto, que sea sana.

— Madurez óptima: no se puede coger la uva con tanta «anticipación» que no haya alcanzado su plena madurez. Pero tampoco se debe retrasar tanto que haya perdido su carácter de uva madura, alcanzando un estado de pasificación, más o menos acentuada, que no la hace apta para la obtención de un vino equilibrado y atrayente.

En este sentido pensamos que sigue siendo un disparate técnico que la vendimia dure en La Mancha un mes, porque las primeras uvas se cortarán «anticipadamente» y las últimas pasificadas y decrepitas.

—Vendimia y transporte a bodega, delicados: en un estudio reciente referente a número de microorganismos existentes en uvas recepcionadas en bodega según distintos tipos de transporte se obtuvo el siguiente cuadro:

	Levaduras (cm <sup>3</sup> )	Bacterias (cm <sup>3</sup> )	Mohos (cm <sup>3</sup> )
Uva transportada en cajas en 1 hora	2	22	12
Transportada en lonas en 6 horas	730	62	77

Aunque por el volumen de vendimia de la zona sea difícil generalizar el transporte en cajas, todo lo que vaya en pos de evitar la presencia de microorganismos en el mosto antes de estar la uva en la bodega (lavado de lonas, desterrar el «pataleo» de uvas en el remolque, transporte rápido impidiendo que pernocten en la viña ya cortadas, etc.) serán pasos dados en la dirección de la consecución de un vino de calidad.

- Recepción y selección de la materia prima cuidadosas.
- Transformaciones biológicas del mosto vigiladas, como son:
  - Estrujado y transporte de la pasta de vendimia.
  - Maceración, en caso de que exista.
  - Extracción del mosto.
- Fermentación alcohólica, dirigida al logro deseado.
- Conservación del vino, escrupulosa, según el tipo de vino obtenido y de acuerdo con sus exigencias técnicas y comerciales.
- Servicio del vino, adecuado.

La suma de todas estas calidades parciales, en cada uno de los procesos por los que pasa la uva, observadas en su estado más puro, dan lugar a un auténtico vino de CALIDAD.

## 3. TENDENCIA ACTUAL DEL CONSUMIDOR MEDIO

Decíamos que el consumidor impone en la mayoría de los casos la calidad que debe tener un producto. Por tanto, es necesario, antes de ponerse a elaborar un vino, reflexionar sobre las exigencias del consumidor, en particular, y del mercado tanto nacional como internacional, en general.

### 3.1. Vino blanco

— En cuanto a *color*:



Tendencia al pálido-verdoso.

Incluyen: las oxidaciones, la limpieza del mosto, el pH, la concentración de anhídrido sulfuroso.

Cuidar: La extracción (separación del mosto del hollejo) en cada uno de sus apartados:

- Estrujado.
- Escurrido.
- Desfangados, tanto estáticos como dinámicos, en los que hay que tener presente dos cosas fundamentales: la posible utilización de *clarificantes* (Bentonita y/o Caseinato) y el *equilibrado del mosto*.

—En cuanto al *aroma*:

Fragancia de la uva. Afrutado.

Limpidez y naturalidad. Ausencia de acetaldehído, para lo cual es necesario cuidar la dosificación de sulfuroso al mínimo posible.

—En cuanto al *gusto*:

Sabor a uva, carácter frutoso, sabroso.

Incluye: fundamentalmente el equilibrio entre grado, glicerina, pH, extracto, taninos.

Evitar: Gusto a raspón y ácido málico.

### 3.2. Vino rosado

—En cuanto a la *fase visual*:

Tendencia al pálido brillante.

Influye: pH, anhídrido sulfuroso.

Cuidar: extracción, maceración, conservación.

Importante: regular y vigilar la intensidad colorante, tono y matiz.

—En cuanto a la *fase olfativa*:

Afrutado, perfumado, varietal.

Influyen: esteres y compuestos volátiles.

Cuidar: extracción, fermentación y conservación.

—En cuanto a la *fase gustativa*:

Gusto a uva, carácter frutoso y varietal.

Influye: la relación y equilibrio entre grado, glicerina, acidez total, pH, compuestos polifenólicos, extracto.

Cuidar: extracción, maceración, fermentación, conservación.

### 3.3. Vino tinto

—En cuanto a *color*:

Dependiendo de su estado de envejecimiento: rojo cereza, rubí o granate. Franco, brillante, luminoso.

—En cuanto a *aroma*:

Varietal. Los aromas propios de su categoría, afrutado el joven; complejo, limpio, penetrante, el de crianza.

—En cuanto a la *fase de boca*:

Suave, fresco, limpio, equilibrado.

Con un aroma de boca, fino, afrutado y floral (el joven) y complejo con multitud de sensaciones (el crianza).

## 4. ASPECTOS DE MEJORA

Para llegar a los vinos descritos anteriormente, consiguiendo así auténtica calidad, según los criterios enunciados, es necesario introducir MEJORAS en:

### 4.1. Viticultura

Piénsese que algunas empresas con la modificación de la variedad de uva base para sus vinos, y el control en la recogida de las mismas, han mejorado en gran medida la calidad de sus vinos.

### 4.2. Control

Análítico de los mostos y vinos para evitar enfermedades y alteraciones, y saber en cada momento las correcciones que debemos hacer para la consecución del producto deseado.

### 4.3. Tratamiento de estabilización

- Física (clarificación, materia colorante, proteínas).
- Química (cationes: cobre, hierro, tartratos).
- Biológica (pasteurización, filtración estéril).

### 4.4. Elaboración

(Vendimia, transporte y manipulación de bodega.)

#### 4.4.1. Elaboración de vino BLANCO

Para obtener un vino de calidad es imprescindible tener presente la siguiente secuencia de actividades:

- Vendimia de uva sana y en su punto de madurez.
- Eliminación de raspones.
- Prensado ligero.
- Decantado estático o dinámico, con la mínima dosis de sulfuroso. Nos proponemos con ello evitar la presencia de acetaldehído en el vino.
- Trasiego del mosto limpio a las 24 ó 48 horas.
- Fermentación a 18-22°C. Estudiar la posibilidad de que transcurra con adición de bentonita y/o caseína y/o levaduras seleccionadas.

#### 4.4.2. Elaboración de vino TINTO

Para este tipo de vino hay que tener presente en todo momento las tres fases que conviven en el encubado (y digo conviven con toda intención, porque si decimos que el vino es un compuesto «vivo», sus elementos tienen vida en común o, lo que es lo mismo, «conviven»). Estas tres fases son:

- **Hollejo** (sombbrero), cuyas características particulares (pH superior al de las otras fases, alta concentración en potasio, y gran superficie de contacto) favorecen la rápida fermentación de sus azúcares y, por tanto, la prematura competencia de las bacterias con las levaduras cuando éstas pierden actividad.
- **Pulpa**, fase que al cabo de dos días se destruye a causa de los procesos pectolíticos normales en la fermentación.
- **Mosto líquido**. Además es necesario conocer las características propias y específicas de la elaboración de vino tinto:
  - *Extracción del color*, favorecida con la temperatura y con un límite, alrededor de 1.040 de densidad, a partir del cual la intensidad colorante no aumenta, por mucho tiempo que se mantenga el vino en contacto con la pasta.
  - *Sulfitado precoz* para evitar la presencia de polifeniloxidasas.
  - *Densidad crítica* (1.025), a la que las bacterias del hollejo empiezan a pasar peligrosamente al vino y a la que la extracción del color ya ha terminado, por tanto, sería conveniente estudiar el descube.
  - *Destino del vino joven*, crianza o reserva.



# EL VINO: una cuestión de arte y de profesionalidad

Por Joaquín MUÑOZ CORONEL



La Mancha es, sin duda, la mayor comarca natural de España. Universalizada por Cervantes a través del personaje de Don Quijote, sigue siendo, en muchos aspectos, una gran desconocida. Es uno de los más ilustres escritores manchegos —García Pavón— quien la define diciendo que «viste un humilde traje pardo que fácilmente pasa desapercibido». Pero no es el conjunto geográfico, paisajístico o histórico a lo que vamos a referirnos en esta breve colaboración, sino a otro aspecto bien distinto, el gastronómico. Más concretamente al que se refiere al capítulo de los vinos, componente esencial, a través de sus viñedos, del cuadro rural que el escritor tommellosero catalogó de «belleza patética y purgatoria».

Más de setecientas mil hectáreas están dedicadas al cultivo de la vid en La Mancha, que llega a producir el 33% de la totalidad de vino elaborado en el país, pese a que debido a las características de pluviometría y temperaturas medias, el rendimiento por hectárea —unos 22 hectolitros— sea de los más bajos del mundo vitivinícola.

Los vinos manchegos, hasta hace algunos decenios, se elaboraban en fermentación con parte de los orujos, lo que daba lugar a caldos con un carácter muy marcado a terruño y fácilmente oxidable. Actualmente, se ha impuesto la elaboración «en virgen», con lo que la calidad ha mejorado de manera importante. Una parte considerable de estos vinos es exportada al extranjero y a otras regiones españolas —estamos hablando del granel—, para ser mezclado con otros vinos locales de pasto.

En los últimos años se ha potenciado la instalación de plantas embotelladoras, y en 1979 se exportaron ya 500.000 cajas de vino. El valor añadido comienza a quedarse en esta llamada «tierra de paso», gracias a que nuestros vitivinicultores se están preocupando más por la calidad que —como era tradicional— por la cantidad. Las marcas de nuestra tierra ya son conocidas en la rosa de los vientos. A pesar de ello, como dice Alejo en «Viñas y vinos de España», «¡Cuánto vino manchego se bebe! ¡Cuánto a sabiendas y cuánto sin saberlo!».

Nos falta, empero, una auténtica voluntad de potenciar la cultura del vino, de nuestro vino. En esa línea va dirigido el presente trabajo, solicitado por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen «La Mancha», que ha servido como importante revulsivo, dentro de la anarquía y des-

conocimiento que de estos aspectos existía en el sector.

## ¿UNA CULTURA DEL VINO?

Miguel Angel Torres, una de las figuras que pasa por saber más cosas del vino en este país, en el libro «Los vinos de España» afirma que sobre este aspecto hay una profunda división. «Es —dice— como si aquello de las dos Españas se hubiese trasladado a un tema mucho más prosaico y menos trascendente como es el humilde vino español. En efecto, existe, por un lado, un mundo de encopetados personajes que se precian de grandes conocimientos en la materia... Y, en el otro extremo, la España real y cotidiana. La que mezcla el vino tinto con gaseosa o, peor aún, confecciona refrescantes brebajes mezclándolo con frutas, hielo y azúcar...».

Desde luego, entre ambos extremos siempre ha existido una minoría que ha sabido apreciar el buen vino. Y es que se trata de una bebida natural y tradicional, que consumida con tino y moderación es auténtica «fuente de motivadoras experiencias». El vino siempre ha estado ligado estrechamente a la sociedad de la época. Se aprecia en nuestros días —sobre todo en las sociedades postindustriales— una vuelta hacia el vino de mesa. Particularmente en los Estados Unidos, en los que las generaciones anteriores consumían complicados cócteles.

Quizá sea por ese irrefrenable deseo de cada nueva generación de romper con las preferencias de la anterior. El fenómeno, idéntico en sus causas, en los países europeos ha tenido el efecto contrario, Francia, Italia y España están viendo que las generaciones actuales han orientado sus gustos hacia otras bebidas —cerveza y exóticos licores compuestos a base de todas las frutas imaginables—, sencillamente porque la generación anterior había sido consumidora de vino, transportado en pellejos, botas de cuero o en calabazas.

Si la calidad del vino francés ha sufrido importantes altibajos en los últimos años, en nuestro país, desde tan sólo una decena de años, se ha evidenciado una clarísima mejora, que tiene su causa en la paulatina adopción de prácticas de higiene más severas, y desde luego en el creciente saber enológico de nuestros profesionales. Controlando y aumentando la calidad, vender nuestro vino puede ser un juego de ni-

ños. Pero también tiene que contribuir a ello el interés que se viene evidenciando por todo lo que

—elaboración aparte— rodea al vino. Una vez escanciadas las copas, el paladar, la imaginación, la memoria y hasta el oído convierten la relación entre vino y catador, en la más maravillosa e inesperada película de aventuras, siempre única y siempre diferente.

Pero una cosa debía ser la vida en el desierto y otra muy diferente la placentera existencia en los palacios árabes, en donde mujeres y música tenían que ser forzosamente complementadas con unos buenos mostos del país. Nada menos que el rey Mutamid de Sevilla —no sabemos qué cantidad de vino le habrá asignado el profeta en la otra vida que disfruta desde hace tiempo— escribía cosas como «se pasaba el tiempo sirviéndome el vino de su mirada, otras el de su vaso, otras el de su boca». Todo debía de ser igualmente embriagador. Y Omar Khayyán cantaba «Todas las riquezas por un cáliz de vino generoso, todos los libros y toda la sabiduría por un suave aroma de vino, todos los himnos de amor por la canción del vino que fluye...». Tampoco sabemos cómo resolvería sus problemas de conciencia religiosa el tal Khayyán.

Con la derrota musulmana, la religiosidad cristiana vuelve a cobrar bríos. Y ya sea porque los cristianos no tenemos la necesidad de aguantarnos la gana de vino en la tierra, ya sea porque el sacrificio de la misa exige una elevada producción de mosto, se vuelve a potenciar el vino, ahora asociado a los monjes y los monasterios. Los vinos «prioratos» derivan de la dignidad de «prior», y ya en el siglo XVII Dom Perignon (que puede que dedicase más tiempo al vaso que al misal) tiene la feliz ocurrencia de obturar la boca de las botellas con un pedazo de corcho. El tapón había nacido. «Venid rápido, hermanos míos, estoy bebiendo estrellas» fueron las palabras pronunciadas al descubrir precisamente el champán. Al parecer, ya iba estando cerca del paraíso.

La historia a partir de ahí es —por más cercana— más conocida. El ataque de la filoxera a los viñedos franceses, que eran los que privaban, permite a los vinos españoles salir al exterior. Comienzan a ser



apreciados los vinos de nuestro país, porque, por si no lo sabían, el bichito conocido como «*phylloxera vastatrix*», que con tanta saña acometía los tiernos brotes de las vides galas, no había afectado para nada a los delicados gajates de los gabachos. La Rioja y Jerez se convirtieron en los pilares de la producción. Pero el vino elaborado en La Mancha tuvo un importante papel en ese desarrollo, a pesar de que aún hoy cuesta admitir la evidencia en algunos círculos.

### CUESTION DE ARTE...

El vino es parte de fiesta. Y explosión. Un hombre tan «sentado» como Ortega y Gasset lo reconoce cuando dice: «el vino es un dios sabio, fecundo y danzarín. Dionisio, Baco, son un rumor de fiesta perpetua que cruza como un viento caliente las hondas selvas vivas». Pero el vino también es arte, en sus múltiples manifestaciones. Desde la ceremonia del catador en la bodega (llena la copa, la mira al trasluz, la acerca al oído, a la nariz, a los labios) en la que sólo actúan los sentidos, hasta la transubstanciación de las sensaciones en la memoria. «Entonces es cuando aparece ese adjetivo inesperado —señala Mauricio Wiesenthal— que convierte al vino en personaje de una novela de Proust: sabe a almendras, huele a frambuesas, recuerda al alquitrán, es vigoroso, persistente, perfumado, afrutado, austero, aristocrático, armonioso... ¿Hay mayor variedad de adjetivaciones?».

Pero el vino es también un tema literario. Se trata de uno de los pocos productos naturales que vive, se transforma y madura después de recolectado, y sabe envejecer. «De vinos del mismo origen —continúa Wiesenthal— como de los hermanos Karamazov, pueden contarse historias muy diferentes: unos salen vigorosos y francos como **Dimitri**; otros, como **Iván**, sutiles, y otros, finalmente, delicados y luminosos como **Aliosha**. La vieja cepa familiar no ha dejado en ellos más que un inquietante y remoto tic familiar».

Y ese comportamiento se transmite hasta el viñador, al que acaba dando una personalidad característica. El trabajo de la viña es duro y no permite un largo descanso estacional. Preparar el suelo, injertar, aclarar brotes, podar, sanear, es una labor continuada que acaba poniendo al hombre en contacto directo con las raíces de la planta, para entrar en comunicación poética con la sustancia terrestre.

Y luego vienen los desvelos en la bodega hasta que el vino se hace vino. Y cómo de cada vástago y de cada recipiente se derivan sensaciones distintas, como distintos son los resultados que la naturaleza y la «magia cósmica» opera cada año en el inocente jugo de la uva, para convertirlo en el complicadísimo brebaje que denominamos vino. Aunque ahí no acaba todo. Después viene la «puesta en botella». Y hasta la forma de la botella tiene su importan-

cia. Para **Wiesenthal** «de la misma forma que Balzac distingue la elegancia de un dandy por la caída de su corbata, también el conocedor de los vinos sospecha de la nobleza o de la plebeyez de un mosto por la forma de la botella».

El secreto de la elaboración de un buen vino no consiste sino en una labor de doma que quita al mosto su brutalidad silvestre para adaptarlo a las costumbres sociales: a la conversación, al trato de las damas, a las salsas francesas. Y hablando de damas, ¿hay mejor parecido que el de una botella de vino y una mujer? La posesión como resultante, la percepción orgásmica, no es, en uno y en otro caso, sino la consecuencia de una serie de sensaciones que comienzan —como en el piloto que va a tomar tierra— por una labor de aproximación con la vista. Hasta que uno queda enganchado y quiere oler y acariciar para después saborear y finalmente soñar, y sumirse en el más hermoso de los paraísos... Y después regresar a la cruda realidad. Pero permítame que les recuerde aquella anécdota de un absurdo personaje que al comenzar una cena pretendiendo una mal entendida originalidad, levantó su copa «por las mujeres de los dos hemisferios». Por fortuna, a su lado se encontraba un viejo bebedor y mejor comensal, dotado, al mismo tiempo, de buena dosis de ingenio, que no tuvo más remedio que apostillar: «pues yo brindo por los dos hemisferios de las mujeres».

### ...Y DE PROFESIONALIDAD

Sin embargo, todas las promesas de maravillosas sensaciones que el vino casi siempre esconde quedan a veces frustradas cuando la ceremonia del servicio queda desposeída de su mística y retórica solemnidad. Para comenzar, repetiremos aquí el decálogo del *Institut National des Appellations d'Origine* de Francia, sobre el servicio de los vinos:

1. Nunca debe agitarse una botella de vino.
2. No introducir jamás hielo en el vino.
3. No mezclar nunca vino de procedencias distintas.
4. El vino tinto no debe ser calentado ni enfriado. Servir a la temperatura ambiente.
5. Al trasvasar un vino, evitar que los posos lo enturbien.
6. El vino debe servirse en vasos grandes e incoloros que se llenarán como máximo hasta la mitad.
7. Los vinos blancos se servirán con los entremeses, sopas y pescados.
8. Los vinos tintos acompañarán a los asados, caza y las carnes rojas.
9. El champán, que se puede servir durante toda la comida, se enfriará en un cubo con agua y hielo, y nunca en el refrigerador.
10. En caso de que se sirvan varios vinos en una comida, en los blancos primeros irán los secos, luego los dulces. En cuanto a los tintos, se presentarán antes los más ligeros y después los de mayor graduación alcohólica.

Y dos cosas muy importantes. La copa de vino, que debe ser grande, lisa y transparente, y que no debe estar nunca llena, aunque tampoco debe estar jamás vacía. Dice Julio Camba: «la moda de los vasos tallados y policromados se originó en Alemania un año de mala cosecha y ha prosperado mucho, como era natural que prosperase, dada su estupidez. Pero al buen vino le bastan sus propias galas».

En cuanto a la botella, descorcharla también requiere su maestría, y refleja el grado de profesionalidad de quien lo hace. Lo primero es cortar la cápsula por debajo del gollete, y limpiar cuidadosamente los bordes de la botella. Emplearemos un sacacorchos adecuado que impida que se remueva el sedimento del vino, y no perforaremos el corcho en su totalidad, para evitar que puedan caer partículas en el líquido. Limpiaremos después el gollete con un paño y trataremos de detectar en el corcho posibles olores a moho u otras sustancias que inutilizarían el vino.

En blancos, se llenan las copas en sus tres cuartas partes, mientras que en las de tinto se llenarán en dos terceras partes. En los vinos de gran calidad, se llenará la copa hasta su mitad. Estas elementales normas de servicio no forman, sin embargo, parte del acervo cultural vitícola y gastronómico de nuestros restaurantes en general. He visto servir de una botella en la que se había extraído el corcho sin cortar la cápsula. El resultado era que el envase parecía haber sido abierto a mordiscos por algún extraño hombre-lobo. Para colmo, repárese en que las buenas cápsulas —las de plomo— no son precisamente una buena vitamina para las personas.

En fin, de todo lo aquí esbozado, podríamos concluir que la calidad que debemos exigir a un caldo debe venir acompañada con la forma correcta de servirlo y, naturalmente, debe encontrar en el catador la acogida que sólo un conocedor puede darle. Por fortuna, cada día va siendo mayor esta cultura gastronómica del vino, y cada día queda más lejos aquella particularísima apreciación de **Fleuriot** en un viaje por España en 1764. Decía: «Alaban mucho ese vino de La Mancha, lo dicen excelente; yo lo encuentro malo, ni siquiera por todo lo del mundo lo bebería sin agua; tiene un gusto a azufre, a pajueta; es tan negro, tan espeso, que en caso necesario podría servir de tinta: violento y capitoso, un sólo vaso embriagaría».

Un siglo más tarde, en 1878 y 1889, **Luciano de Murrieta** obtendrá medallas en la Exposición Universal de París por sus vinos. Los compatriotas de **Fleuriot** no compartían su opinión, y en 1860, cuando la filoxera causaba estragos en Francia, el vino —también de La Mancha— comenzó a inundar el mercado. Fruto de ese intercambio es que hasta hace «cuatro días» pudiésemos elaborar en esta tierra el único coñac francés... aunque natural de Tomelloso.



# COMERCIALIZACION

## Estudio de introducción al mercado (I)

Por Carlos TINAJERO

**Podemos tomar una definición: «Estudio y puesta en práctica del conjunto de operaciones coordinadas que tienden al desarrollo de las ventas de un producto o de un servicio».**

Para aplicarlo al sector vitivinícola que comprende la Denominación de Origen «LA MANCHA», que es el problema latente de unas 30.000 familias, de 350 bodegas y 110 plantas envasadoras, nos encontramos con las generalidades de cualquier producto y con las particularidades de nuestra región y del vino en sí, un producto excedentario sujeto a normativas de regulación de mercado, antes a nivel nacional y ahora de la CEE en periodo aún transitorio.

Tradicionalmente el departamento comercial de cualquier empresa tenía como misión vender lo que ésta fabricaba o elaboraba, estuviese o no adaptado a la demanda del mercado, pero la evolución habida en el mismo y la gran competitividad existente influenciada por el progreso de las comunicaciones en todos los aspectos que han borrado prácticamente las distancias y han minimizado el tiempo, han colocado al consumidor como el centro alrededor del cual giran las empresas productoras, elaboradoras y de servicios. «El objetivo no es vender lo que se fabrica, sino fabricar lo que se vende». (Según las corrientes de la moda del consumo.)

Los factores que comprende la comercialización son:

- El producto en sí mismo.
- La marca utilizada para garantizar e identificar el producto.
- La presentación.
- El precio.
- Distribución (selección de los diversos circuitos).
- Canales de venta.
- La publicidad:
  - Publicidad general.
  - Promociones de ventas.
  - Merchadising (conjunto de medida utilizados en el lugar de venta).
- Los estudios de mercado (estudio del consumidor, sus necesidades, comportamiento y actividades, para orientar la producción de nuevos artículos).

Tomando como índice estos factores en nuestro mundo vitivinícola de un espectro verdaderamente amplio en todos los aspectos (geográfico, varietal, tipos, productos obtenidos y a obtener, influencias sensoriales, etc.), podemos hablar de la comercialización en nuestro sector siguiendo su orden uno a uno.

### EL PRODUCTO

Conviene saber la situación evolutiva de los últimos años a nivel mundial y nacional en cuanto a superficie de viñedos y producción de vino y que según datos publicados por el MAPA, CEE, INE, FAO y Consejos Reguladores aproximadamente serían la siguiente:

- Superficie de viñedos mundial expresado en miles de Ha.
  - 1988 = 8.629 Ha. 1989 = 8.812 Ha.
- Superficie de viñedo en España (los datos se refieren a 1986 y 1987).
  - 1986 = 1.649 miles Ha. 1987 = 1.498 miles Ha.
- Producción de vino en Hls.
  - Mundial, 1989 = 279.795 miles de Hl.
  - 1990 = 295.275 miles de Hl.
  - España, 1989 = 30.055 miles de Hl.
  - 1990 = 40.377 miles de Hl.

La tendencia Europea va encaminada a reducir la superficie vinícola para eliminar en lo posible los excedentes de producción, primando el arranque del viñedo, pero en regiones como La Mancha donde por su clima y suelo es verdaderamente difícil encontrar una alternativa de cultivo que compense al agricultor, debería preocupar el buscar con ingenio la forma de dar salida a nuestros exquisitos vinos y otros productos que de la uva pudieramos obtener y que sean del agrado y aceptación del consumidor.

Por tanto, también debemos conside-

rar en nuestras empresas el consumo que se viene realizando de esos productos que elaboramos.

- En la CEE, salvo los Países Bajos, Gran Bretaña y (según los precios) en Dinamarca, el resto de los países están sufriendo una baja del consumo de vinos.

Su justificación se puede buscar en las campañas antialcohol y la poca comunicación vía publicidad de la extraordinariamente amplia cultura del vino, que la producción realiza para informar con objetividad al consumidor.

- En el resto de países europeos se mantiene el consumo, salvo algún país con ligero ascenso, pero poco representativo en cantidad.

- En otros países a nivel mundial también se observa la continuación de la baja como sucede incluso en los EE UU. Los consumos de otros productos derivados de la uva son, de momento, poco importantes (en cuantificación) siendo la mejor perspectiva la que se puede obtener a través del mosto o zumo de uva, pues al no contener alcohol su potencial de consumo abarca al completo de la población humana sin limitaciones de edades, pudiendo incluso contemplar la elaboración de zumos de otras frutas tomando como base el mosto de uva.

No podemos olvidar y se debe trabajar con interés por conseguir que el consumo de mosto de uva, destinado a la chaptalización, sustituya en los países que usan esta práctica a la azúcar procedente de otros productos. Razones para ello sobran en beneficio de todo el sector.

También tiene importancia por su evolución creciente, aunque todavía es pequeña y centrada en época navideña, el consumo de vinos espumosos cada vez más extendido en otras zonas distintas a las clásicas de producción, lo que como influencia en el consumo general puede beneficiar al sector de manera importante,



pues el libre mercado y la competencia del mismo le hace un producto más asequible a economías medias.

En último lugar, y no por su cuantificación, debemos tener en cuenta el consumo que del vino se realiza para su destilación motivo de las normas oficiales para regular el mercado y mantener unos precios de protección a la producción. Esta medida, que no siempre consigue alcanzar con precisión sus objetivos, puede haber acomodado al sector, en su rama de comercialización que la ha tomado como último remedio, el cual debe sin demora estimular sus conocimientos en buscar alternativas dentro del mercado para llegar a hacerla innecesaria.

La destilación de vinos, como complemento al consumo de la diferencia entre la producción y la comercialización de cada momento, no puede sostenerse como solución del sector.

Volviendo a la producción, se puede confirmar que las bodegas de elaboración han alcanzado, en un nivel general, altas cotas de calidad, con instalaciones de buena tecnología y, lo que también es importante, con material humano profesional, por tanto, no es por la elaboración de vinos de alta calidad por donde hay que buscar soluciones, pues para estos capítulos los viticultores y vinicultores tienen asimilado invertir su dinero y las asociaciones de viticultores cooperativas y SAT, tienen actualmente un fuerte capital inmovilizado y al que sólo se podrá hacer frente según sea el precio que por el producto se pueda pagar al agricultor, y ahí es donde le duele el bolsillo cuando los gastos del viñedo no son compensados rentablemente en la bodega.

## LA MARCA

La marca comercial es el nombre y apellidos de cualquier producto, y como tal se va a conocer en el mercado, por lo que la forma de comportarse en todos sus aspectos va a determinar rigurosamente lo que el consumidor piense del producto. Si el objetivo empresarial de la marca, como debe ser, va destinado a su reconocimiento en un determinado mercado, ha de cuidarse exquisitamente la calidad constante que dejará sello en el producto, de esa manera cuando el consumidor pida esa marca sabrá de antemano qué va a tomar y cómo va a estimular sus sentidos y no suele perdonar que no sea así, por lo que el productor de la marca puede perder en un momento al cliente que tanto esfuerzos y tiem-

po le supuso conseguirlo, en favor de otras marcas o productos.

Elegir una marca no resulta nada fácil y mucho menos cuando existe una saturación en el mercado de vinos a nivel mundial, pero podemos considerar varias normas elementales aunque no totalmente necesarias:

- Que sea fácil de pronunciar incluso a ser posible en idiomas de difusión internacional.
- Que sea corta, pues una marca larga no se memoriza fácilmente.
- Que se acompañe de un grafismo original y atractivo visualmente, para que resulte fácil de recordar en cualquier expositor de un establecimiento.
- Que tenga relación con el producto que bajo su nombre se venderá.
- Que no produzca confusión en el consumidor.

## LA PRESENTACION

Otro factor donde el productor ha de esmerarse sin regatear esfuerzos, el producto va a impactar en el consumidor, siempre y en primer lugar por la vista y todo lo que viste al producto es muy importante cómo se haya diseñado, en el caso del vino hay que tener en cuenta:

- La botella, donde existen modelos tradicionales (bordelesa, borgoña, rhin...) y también se está abierto según volúmenes de producción a tipos personalizados.
- El etiquetado, su colorido, tamaño, distribución del texto y grafismo, contraste con el collarín en su caso y también con la contraetiqueta.
- Caja de cartón. Es el envase donde se presenta a la distribución y establecimientos que lo venden; hay que tener en cuenta su resistencia, color, textos claros que no produzcan error o confusiones, que sea fácil de apilar, que ocupe el menor espacio posible, etc.

Estudios de la repercusión en ventas que un mismo producto ha tenido dependiendo únicamente de su presentación y los resultados han sido siempre claramente favorables cuando la misma ha sido cuidada.

El dinero invertido por una empresa para que especialistas en diseño le realicen un buen estudio se ve rápidamente amortizado si como es fácil de comprobar sus ventas aumentan considerablemente.

## EL PRECIO

Las tendencias actuales de mercado libre están evolucionado a una velocidad

de vértigo y han establecido un oligopolio, por no decir un monopolio, de demanda por parte de las grandes cadenas de distribución que están absorbiendo todo el mercado que estaba repartido en la tienda tradicional, con tal motivo si la oferta está muy diseminada el producto se puede resentir por el factor precio ante el afán de vender un producto que no tenga bien regulada y nivelada la balanza consumo/producción.

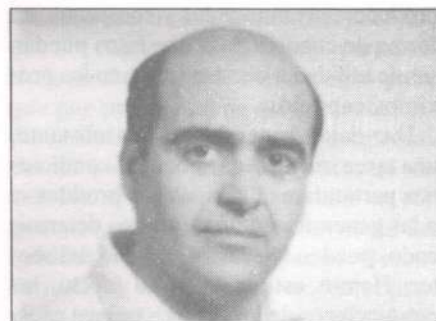
El vino, como dijimos al principio, tiene el agravante de ser un producto excedentario y como consecuencia repercute en su precio con alzas y bajas considerables cuando la regulación del mercado por las normas oficiales no se ha conseguido ajustar.

Si dividimos el mercado del vino en cuatro partes (vino de mesa, vino VCPRD, espumosos y otros vinos) hay que prestar atención a los dos primeros que en el pasado año el porcentaje de la cantidad de vino consumido alcanzaron, el vino de mesa un 71,3% y el VCPRD un 19,1%. Por tanto, son los dos grupos que merecen especial interés y la tendencia actual de los mismos indica que el vino de mesa pierde cota de mercado, ganando por contra el vino VCPRD.

En la misma forma sucede que los precios de venta de los vinos de mesa soportan más competencia que les inclina hacia una baja o mantenimiento de precios cuando los vinos de calidad suelen ser aceptados por el consumidor a los precios que han establecido los productores.

Como conclusión, podemos asegurar que cada producto debe guardar una relación precio/calidad en consonancia con el mismo y mantener una línea coherente con la evolución normal del mercado de vinos en general, pues salirse de la relación expresada supondría autoeliminar-se del mercado.

En nuestro próximo número, el «9» del mes de diciembre, terminaremos esta primera parte de Introducción a la Comercialización, comentando el siguiente tema: La Distribución.





# Japón

Por René H. MONTARCE-RIEU

## Estudio de posibilidades de mercado (I)

Esta es una de las nuevas secciones que se incluyen en el también nuevo formato de «Consejo Abierto». Pretendemos con ella, no ya hacer un complejo estudio de marketing exterior, sino que intentaremos dar a nuestros bodegueros con intención de exportar unas pautas sobre qué es lo que ocurre más allá de nuestras fronteras y las posibilidades de actuación para penetrar en mercados de comportamiento muy distinto al interno. Imaginamos que en muchos despachos oficiales existirán informes muy parecidos a éste, aunque, de ser así, es posible que duerman en un cajón de escritorio el «sueño de los justos», o de los injustos. ¡Vaya uno a saber!

### PRODUCCIONES Y CONSUMO

Antes de entrar a analizar las posibilidades de los vinos con Denominación de Origen La Mancha en países determinados, daremos una imagen general sobre producciones mundiales y consumos, en forma de cuadros para que éstos puedan ser de utilidad a nuestro lector en los próximos capítulos.

Dar datos generales es, no obstante, una tarea muy difícil, pues las condiciones particulares de cada país productor, o las generales en un momento determinado, pueden falsear la realidad del sector. Hemos estudiado, a tal efecto, las producciones de los últimos quince años,

decidiéndonos por el año 1986 como el ejemplo típico del término medio.

#### PRODUCCION PROMEDIO DE VINO EN EL MUNDO Y LA CEE (miles de hectolitros)

Mundo	333.500	100%
Europa-12	206.580	61,9%
Producción no comunitaria	126.920	38,1%

#### NOTA

España produce el 18,8% de la producción total comunitaria.  
Estados Unidos el 8,56% de la producción total comunitaria.  
Canadá el 0,20% de la producción total comunitaria.  
Japón el 0,29% de la producción total comunitaria.  
Francia el 35,60% de la producción total comunitaria.  
Italia el 35,50% de la producción total comunitaria.

Si para lograr un término medio/medio exacto de producción nos hemos tenido que remontar al año 1986, para el consumo debemos trabajar con los últimos guarismos que llegan a nuestras manos.

#### CONSUMO COMUNITARIO EUROPEO

Total consumo CEE	137.771
Francia	41.500 (30,12%)
Italia	41.387 (30,04%)
España	15.883 (11,54%)

Alemania (RFA)*	15.880	(11,52%)
Otros	23.121	(16,78%)

\* No poseemos datos claros sobre la Alemania unificada.

#### CONSUMO NO COMUNITARIO EUROPEO

Total consumo europeo extra CEE	42.774
Consumo en USA, Canadá y Japón	24.514

Si analizamos los cuadros anteriores, no podremos más que sacar las siguientes conclusiones:

- España, Francia e Italia producen más vino del que pueden consumir.
- Producen más vino que el que pueden vender.
- Solucionarían sus problemas y los problemas generales de excedentes si comparan entre los tres los mercados de Japón, Canadá y América del Norte.

Por su parte, Alemania, USA, Canadá, Japón, los países del Este, Brasil, etc., consumen más vino del que producen.

### EL CONSUMO EN JAPON

#### 1. Evolución del Consumo

Nuestros datos determinan que el consumo de vinos en Japón se mantiene estacionario, hasta el periodo comprendido entre 1981/85:



- 0,35 millones de hectolitros, promedio entre 1971-1975.
- 0,41 millones de hectolitros, promedio entre 1976-1980.
- 0,57 millones de hectolitros, promedio entre 1981-1985.
- 0,62 millones de hectolitros, promedio entre 1986-1990.

Observamos que la evolución hacia la alta, después del lapso señalado, es claramente significativa.

## 2. Características del consumo

El mercado japonés ofrece, para nuestros posibles exportadores, elementos marcadamente positivos y negativos:

### Positivos:

— Una producción vinícola muy poco desarrollada: 0,5-0,7 millones de hectolitros. Esto equivale a la mitad de la producción suiza o la del magreb, pero debiendo tenerse en cuenta que es la que atiende la sed vínica de más de 130.000.000 de habitantes.

— Una industria del sector de la agroalimentación muy desarrollada y extremadamente sofisticada. Estas industrias están tratando de introducir el vino en las costumbres y hábitos de consumo de los japoneses, puesto que entienden que el negocio podría ser más que rentable. Entre las empresas del sector, destacan la Kirin Brewery Co Ltd y Sapporo Breweries, para no hablar de las ya conocidas por todos, como la Suntory y Sanraku.

### Negativos:

— El perfil del posible consumidor de vinos en Japón es totalmente distinto que el de los demás países desarrollados.

Tienen una moda de consumo alimentario que pasa bruscamente desde lo autóctono a lo norteamericano.

Carecen de la sofisticación lógica que podríamos esperar de un país con una renta per cápita que excede toda lógica.

Sus hábitos y costumbres laborales le obligan a mantener unos horarios y tiempos de ocio que realmente poco tienen que ver con la degustación de vinos sentados ante una mesa bien puesta.

Viven, prácticamente, en sus lugares de trabajo (mientras son solteros); comen, trabajan y duermen en las fábricas.

Cuando hacen huelgas, trabajan más horas. Viven esperando unas vacaciones anuales que rara vez superan el límite de los siete días de descanso. Un desastre.

Bromas aparte, es necesario determinar que cambiar este tipo de mentalidad hacia el de una política de ocio, necesaria para gustar del vino, es una tarea casi imposible.

— El alto precio de los vinos en el



mercado, producido por la terrible problemática de una distribución marcadamente difícil. Los impuestos internos agobiantes y una serie de otros factores que resultaría demasiado prolijo detallar, hacen que los vinos estén fuera del cómodo alcance del consumidor.

— El mercado agroalimentario japonés es un coto cerrado, copado por los grandes trust y consorcios de empresas norteamericanas (70), francesas (14), británicas (10), suizas (8).

El mercado de las bebidas está casi en su totalidad cubierto por empresas con intereses norteamericanos.

## 3. Consumo por regiones

— Es en Tokyo donde se consume entre un 40 y un 50% del vino importado al Japón. El win-cooler, al contrario que lo ocurrido en la refinada Europa, goza de una relativa buena aceptación.

— En otras grandes ciudades (Osaka, Nagoyak, Yokohama, Kyoto, etc.), se llega a consumir entre el 30 y el 40% de los vinos que llegan al Japón.

— Fuera de las grandes ciudades, el consumo de vino es muy limitado, ocupando el resto, hasta el cien por cien, del total de importaciones, es decir, entre un 10 y un 20%.

— Las compras se efectúan fundamentalmente en grandes y medianas superficies y en cadenas de alimentación que de-

penden de las grandes empresas nacionales e internacionales.

## CONCLUSIONES

Es tan difícil entrar en el mercado japonés como fácil es hacerse rico si ello se consigue. Los vinos con D.O. La Mancha, por sus tipos y peculiaridades, tendrían perfecta cabida en el mercado nipón. Tenemos excelentes pruebas de ello. Pero la introducción en un mercado de características tan complicadas como el que acabamos de describir, difícilmente puede hacerse a través de una sola empresa. Sería necesario que los principales elaboradores manchegos se aunaran, comercializando una marca única y agrupando un capital inicial importante en promociones, sobres, regalos, viajes, etc. Claro que sabemos que esta unión es difícil de lograr, pero no imposible. La presencia de un vino, con características externas marcadamente españolas, que sea capaz de identificarse por sí solo, leyendas aparte, con nuestro país, que por suerte está de moda, sería fundamental. Hasta ahora, las empresas del sector que se están tratando de acercar al Japón, lo hacen con un etiquetado que trata de imitar al de las bebidas tradicionales niponas. Entendemos que ello es un error. En el próximo capítulo hablaremos de Canadá.

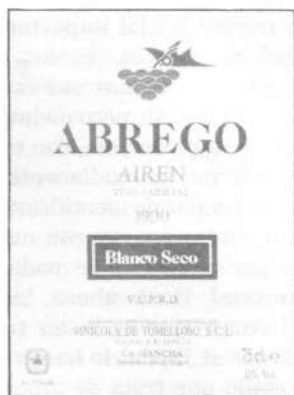


# CATANDO, que es gerundio

*Hablábamos en nuestro número anterior de «Consejo Abierto» del trabajo que desarrolla el Comité de Cata. Queremos dar aquí una pequeña muestra de los resultados de su tarea.*

En CATORCE SESIONES de cata se analizaron y calificaron DOSCIENTOS TREINTA Y NUEVE VINOS: 95 blancos, 104 tintos y 40 rosados. De estos vinos calificados, el propio Comité de Cata ha efectuado una selección en la que podemos encontrar los mejores de cada tipo.

## Los 10 mejores BLANCOS





## Los 10 mejores TINTOS



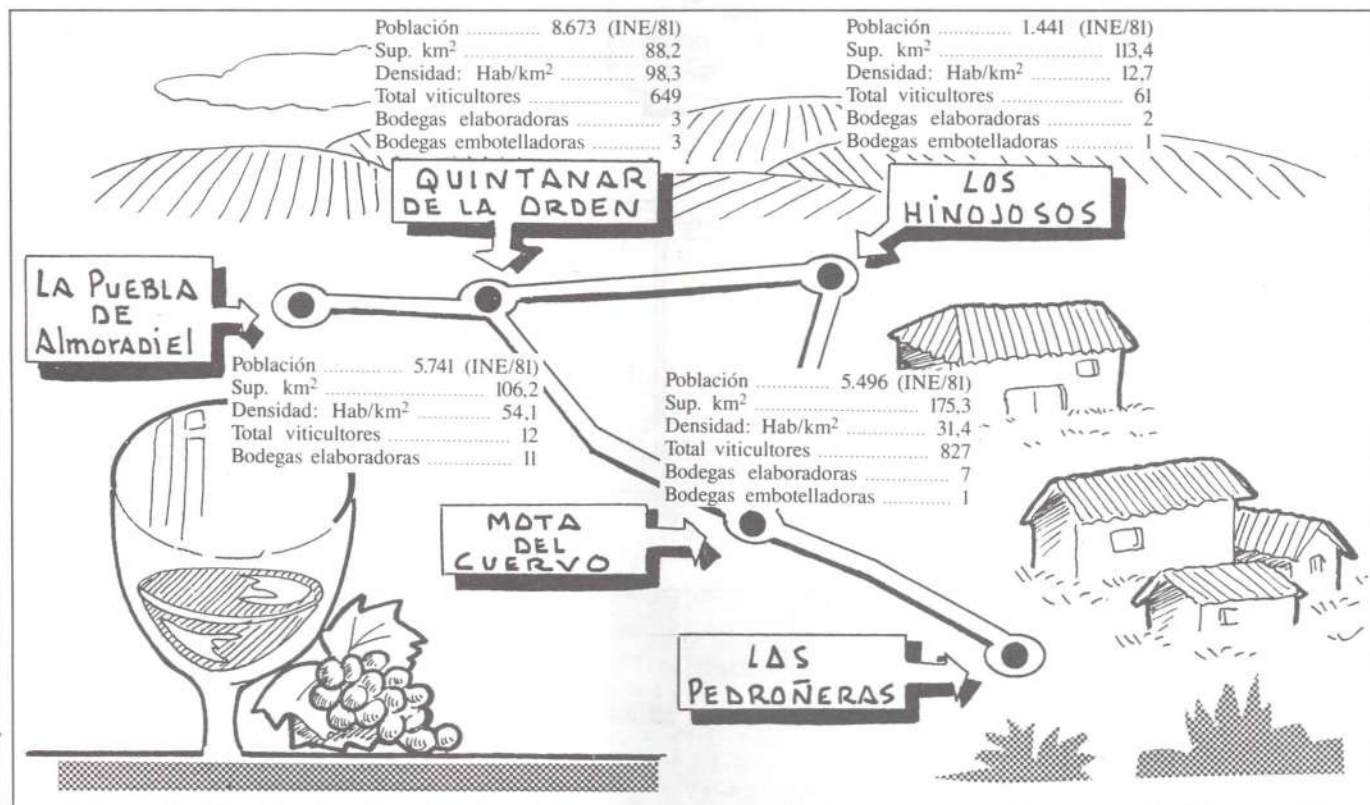
## Los 5 mejores ROSADOS





# RUTAS DEL VINO

Continuamos aquí nuestras «Rutas Manchegas», las rutas que nos llevan por los caminos del vino y de la idiosincracia de nuestras gentes. Algunas veces tenemos más cosas que decir de unos u otros municipios que topamos a nuestro paso. Cuando ello ocurre, queremos dejar constancia, no es por preferencias personales: hay lugares monumentales o cervantinos y otros que no lo son. No por ello son menos manchegos y no por ello elaboran vinos distintos. Por otra parte, quiero destacar, a nivel personal, que hay muchos lugares importantes de La Mancha que nuestro querido Don Quijote no pisó. (El se lo perdió.)



## LA PUEBLA DE ALMORADIEL

Puebla de Almoradiel se encuentra a 92 kilómetros al sureste de Toledo. Sus cultivos principales son la vid y los cereales. En regadío, las hortalizas y los frutales. Cría de ganado lanar y porcino. Avicultura. Está cimentando una fuerte industria alimentaria. Caza menor abundante en perdiz roja, conejo y liebre. Resulta de interés visitar la ermita Virgen del Egido, de estilo barroco renacentista, erigida en honor a San Juan el Bautista (siglo XVI). La Fiesta Mayor de La Puebla, celebrada en honor al Santo Cristo de la Salud, tiene lugar el 1 de septiembre. La Asociación de Amas de Casas promueve y organiza anualmente la Fiesta de la Vendimia, de la que este año fue pregonero nuestro colaborador Miguel Espadas. Hay fonda y restaurante.

## QUINTANAR DE LA ORDEN

Es un centro comercial importante entre dos pueblos, uno que ya citamos (La Puebla de Almoradiel) y Los Hinojosos. Se encuentra a 98 kilómetros al sureste de la ciudad de Toledo. Destacan entre sus monumentos la Iglesia Parroquial, la ermita de Nuestra Señora de la Piedad (siglo XVII), con un hermoso retablo, las ermitas de Santa Ana y San Sebastián. Sus fiestas son entre el 14 y el 20 de agosto, con corridas de toros y feria. Abundante caza menor. Hay varios hoteles, fondas y restaurantes. Se celebran mercados los miércoles y sábados.

### BODEGAS EMBOTELLADORAS

Bodegas Vela. S. A. Cooperativa Nuestra Señora de la Piedad. Julián Santos Aguado y Cía., S.L.

## LOS HINOJOSOS

Al igual que La Puebla de Almoradiel, su realidad se ve absorbida por la pujanza comercial de Quintanar de la Orden. Está a 115 kilómetros de Cuenca. En sus alrededores pueden encontrarse gran cantidad de fósiles de las eras Secundaria y Terciaria. La Cobatilla es una interesante cueva en la que se hallaron restos de las más diversas culturas. Tiene dos iglesias parroquiales: la de San Bartolomé (siglo XV) y la de San Bernabé (siglos XVI-XVII). Celebra sus fiestas los días 15 de agosto y 8 de septiembre. Los amantes de la caza menor pueden encontrar gran variedad de especies cinegéticas. Tiene una floreciente industria de cerámica.

### BODEGAS EMBOTELLADORAS

Bodegas Cueva del Granero. S. A.

## MOTA DEL CUERVO

Su nombre podría provenir de los túmulos prehistóricos que existen en sus alrededores, llamados Motillas o Motas. En documentos que hablan sobre el lugar (siglo XIII) se le denominaba EL CUERVO. Situada a 115 kilómetros de Cuenca y sobre la carretera general Madrid-Alicante, es uno de los puntos más importantes de nuestra geografía manchega.

Es un pueblo con típico sabor manchego y vale la pena recorrerlo. Tiene una iglesia parroquial del siglo XIII, un antiguo convento de Trinitarias (hoy casa particular), la casa de Fray Alonso Cano y una «Sierra de los Molinos» que es un auténtico Balcón de La Mancha.

### BODEGAS EMBOTELLADORAS

Cooperativa Ntra. Sra. de Manjavacas.

En nuestro próximo número seguiremos recorriendo otros lugares típicos de nuestra geografía del vino. Lo haremos a partir de LAS PEDROÑERAS. No haga como Don Quijote: no se lo pierda.

EDITA Y DIRIGE: CRDO La Mancha - PRESIDENTE: Salvador Jareño Cañas - SECRETARIO: Alfonso Alonso Ramos  
 CONSEJO EDITORIAL: Salvador Jareño, Alfonso Alonso, Angel Bernao, Miguel Espadas y José Luis Barco  
 COLABORAN EN ESTE NUMERO: René H. Montarcé-Rieu, Joaquín Muñoz Coronel, Miguel Espadas, José Luis Barco, Carlos Tinajero, Paulino Cuervas-Mons, Angel Bernao, Teodoro del Pozo, Rafael E. Galán y el equipo fijo de redactores de «Consejo Abierto».  
 Depósito Legal: M-8666-1989. Imprime: I. G. AFANIAS - Segundo Mata, 3 - Pozuelo de Alarcón - 28023 MADRID.

Tirada: 25.000 ejemplares. Distribución gratuita. Prohibida su venta.

El CRDO La Mancha no se hace responsable del contenido de los artículos firmados.

EDITA

C.R.D.O. LA MANCHA

Canalejas, 37. Apartado 194. Teléf. (926) 54 15 23 - 54 15 92. Fax: (926) 54 65 39.  
 13600 ALCAZAR DE SAN JUAN