



ACTA I REUNIÓN

GRUPO I+D+I EN ECONOMÍA VITIVINÍCOLA

Fecha	13 de noviembre de 2018
Lugar	CEIGRAM-UPM (C/ Senda del rey, s/n. 28040, Madrid)
Preside	Juan Vázquez y Raúl Compés

ASISTENTES

Se adjunta Anexo 1 con listado firmado de asistentes

Comienza la reunión a las 10:50 horas aproximadamente, en virtud del orden del día establecido por los coordinadores del Grupo.

Abre la reunión D. Juan Vázquez, dando la bienvenida a los asistentes e introduciendo los principales objetivos de la reunión, así como agradeciendo la labor realizada por los coordinadores y la Secretaría técnica de la PTV para el diseño de los contenidos de esta y su organización.

Juan Vázquez (Martín Códax): Tenemos la necesidad de estar en consonancia con las necesidades del sector del vino e, incluso aprovechar las oportunidades, como por ejemplo en este último año dónde de una cosecha desastrosa se presenta una oportunidad para revalorizar los precios de mercado al alza e incrementar nuestro coste (España vende más caro que nunca el granel). Crear categorías nuevas de producto y no tener miedo a ello. España cuenta con estructuras empresariales más profesionales en el sector (incluidos departamentos de I+D), en la PTV tenemos también las herramientas necesarias para impulsar las iniciativas de I+D+i. Debemos, por lo tanto, entender las necesidades del mercado y dar respuesta.

Raúl Compés (UPV): Tradicionalmente ha habido una mezcla de desconfianza para incluirse en proyectos de I+D de esta área y compartir la información económica, que es bastante sensible, entre los asociados. Es fundamental desarrollar la cooperación intra e intersectorial. Tenemos activos muy buenos en el sector, pero tenemos ese techo de cristal del sector español para posicionarnos más arriba en el mercado por precio.

1. Presentación PTV

D. Mario de la Fuente (PTV), lleva a cabo una breve presentación del área de Economía de la PTV, detallando su origen, funcionamiento y estructura organizativa. Además, subraya la creación de la Comisión Técnica en el año 2017 como estructura de gestión, y pone de relieve las áreas de interés en las que se estructuran, y cuyas reuniones periódicas están ya en funcionamiento. Dicha Comisión, se organiza en 6 áreas científico-tecnológicas:

- ✓ Viticultura
- ✓ Proceso
- ✓ Producto
- ✓ Salud
- ✓ Sostenibilidad y Cambio Climático
- ✓ Economía vitivinícola

Asimismo, Mario de la Fuente explica el funcionamiento de plan de trabajo para las áreas de la PTV. Este nuevo plan se basaba en varias medidas:

1. Reunificar las **reuniones de área** en una sola semana (3 días) e intentar que sea la misma fecha año tras año, para que se a más fácil organizar la agenda y para que los socios que estén interesados en acudir a varias reuniones puedan fácilmente organizarse. La propuesta fue adoptada en general por unanimidad y tras un breve debate, se acordó que una buena fecha puede ser Febrero.
2. **Ficha de Anteproyecto**. Ficha disponible en línea sobre la que los socios se pueden apuntar a una de las líneas estratégicas en las que el área está trabajando. Dicha ficha será

disponible sólo a los socios de la PTV y dispondrá de una información básica sobre el tema (objetivo, temática, participantes, calendario, etc.). El iniciador de la ficha será el líder o responsable del avance de esta línea. Se cambia el nombre tras una discusión sobre las funciones de la misma, por el de **ficha de línea estratégica**.

3. **Grupo de trabajo electrónico.** Todo el año de manera electrónica (mail, videoconferencias, etc.) los socios interesados trabajarán en el desarrollo de las líneas estratégicas planteadas. El deber del responsable de grupo será informar al área (y a los coordinadores) del avance de los posibles proyectos que se deriven del grupo de trabajo de cada línea. Las funciones del grupo de trabajo serán las siguientes: dinamizar la línea estratégica, informar de convocatorias afines a la temática informar de los proyectos solicitados/aprobados en esa temática.
4. **Plan de trabajo anual.** Conjunto de líneas estratégicas en curso con el avance de cada una de ellas para poder priorizar en el futuro según el trabajo realizado.

Por último, la Secretaría Técnica concluye este bloque haciendo un breve balance de los proyectos de I+D+i dinamizados en el área de economía de la PTV durante el 2º Plan Estratégico de Innovación 2014-2016 y el año 2017, así como los proyectos dinamizados y apoyados dentro de esta área en 2018.

2. Presentaciones técnicas: posibles temas futuros

Se procede a presentar dos posibles líneas de trabajo dentro del área de economía. Por orden de presentación, fueron los siguientes:

a) E-commerce y posibilidades del sector vitivinícola. Tarjeta regalo (Mario de la Fuente)

Debido a que la empresa que solicita la idea de proyecto no puede asistir, Mario de la Fuente expuso la idea de la tarjeta regalo única del sector del vino para productos tanto de venta directa como de enoturismo (por ejemplo, Smart box). Después de la presentación, se mantuvo un debate intenso sobre la utilidad de la propuesta y el rol de la PTV en la misma:

Juan Vázquez (Martín Códax): El producto es bueno pero lo que no ve muy claro es el papel que la PTV puede desarrollar ahí.

Victoria Humanes (PTV) señaló que, además, prácticamente todos los distribuidores o puntos de venta de vino (Santa Cecilia, Lavinia, etc.) ya tienen su sistema de tarjeta.

No obstante, Mario (PTV) destaca que la base de datos (BBDD) generada con información de consumidores y patrones de consumo, etc. es lo importante y ver la posibilidad de obtener esos datos.

Rafael del Rey (OeMV) se pregunta qué ¿Cuál es el producto y cuál es el encaje de la PTV? El producto es un medio para el conocimiento del perfil de consumidor online a través de ese medio desarrollado. La gestión de esa información es clave (para enoturismo y venta directa). El punto de la gestión de la información y su explotación de resultados es la clave.

El grupo acuerda en poder realizar un proyecto piloto con un tiempo de estudio y de mercado claro.

Conclusión: El grupo solicita a la Secretaría técnica una reunión con EPAY para que se asocien y, para valorar desarrollar un proyecto piloto y dejar claro que la BBDD es fundamental para los asociados de la PTV, por lo tanto la explotación de los datos y la gestión de la BBDD deberá estar

vinculada a los asociados de la PTV y que al mismo tiempo, se puedan incluir más socios en el proyecto.

b) Vigilancia competitiva (Miguel Ángel Casquero, Idiogram Technologies).

Presentación de Miguel sobre el mercado del vino y el conocimiento. La importancia de estudiar la información y establecer patrones de comportamiento y modelizar un mercado. Presenta las herramientas de Idiogram para hacer esto. Otro beneficio añadido puede ser la obtención de información sobre la competencia.

Raúl (UPV). Es una muy buena idea, aunque muy ambiciosa pero no desdeñable. Destaca que el G.I. *Trade metrics* de la UPV ya está realizando un proyecto de innovación de CDTI que se llama “*e-market wine*”. El proyecto trata de analizar la demanda existente de los vinos españoles en los EEUU, segmentado por estados y según el análisis de las fuentes de información de internet (búsquedas, tweets, etc.) y las bodegas españolas. Hacen un seguimiento de 6 meses del análisis de las búsquedas de allí de vinos españoles y las páginas web de las bodegas españolas y se hace el análisis ontológico y así, se puede realizar o predecir más fácilmente un *match* de necesidades de consumo y oferta existente.

Fernando (PradoRey) apunto que no podemos pretender vender en todos los mercados del mundo, pero sí podemos seleccionarlos. ¿Como se depuran los datos que se obtienen de internet? Debemos ser muy meticulosos con esos procesos. Tanto Raúl Compés como Miguel le indicaron que existen los algoritmos estadísticos necesarios para depurar estas respuestas y asumir ese sesgo.

Conclusión: El grupo se compromete a hacer la ficha de línea estratégica correspondiente y abrirla a los socios potenciales de la PTV que deseen participar. Posteriormente en Febrero, se realizará el seguimiento de la acción y se podrá avanzar según los socios interesados y las convocatorias existentes. Responsables de liderar esta línea estratégica: Miguel (Idiogram) y Raúl (UPV).

3. Dinamización de nuevas propuestas a partir de las siguientes líneas de la AEI

Al respecto de las otras líneas estratégicas del área de economía planteadas en el orden del día, se estableció un debate modelo lluvia de ideas para poder dibujar futuras líneas de trabajo. Varias intervenciones tuvieron lugar y se detallan a continuación:

Ester (UBU): Una posibilidad es ver cómo hacer para que los jóvenes se interesen por el vino y por el vino de calidad o cómo nos afecta o preocupa el consumo de la cerveza al sector del vino (ej. visitas guiadas estilo bodega).

Juan Vázquez (Martín Códax) señala que es una gran preocupación y cada vez lo tratamos más en estos foros de la PTV, Observatorio, etc. Hay que entender que les puede interesar a los jóvenes del vino y luego explotarlo.

Juan Manuel (AGACAL) señaló que el problema es que el mundo del vino se ha dejado influenciar por la farándula y se ha creado mucha parafernalia alrededor del ello, a veces incomprensible.

Mario (PTV) hace notar el caso de los países del norte de Europa y la campaña del vino para que los jóvenes no consuman más destilados y sí más vino (por el % de alcohol).

Emma (COP-AGRO) apunta que, en esta línea ya este año se ha lanzado la campaña de la OIVE para televisión y, su objetivo es para la gente joven de 28-45 años.

Juan Vázquez (Martín Códax) indicó que la campaña de la OIVE intenta también ser similar a las de la cerveza.

Raúl Compés (UPV). Problema socio cultural del consumo del vino en España (paradoja con el consumo de la cerveza). Respecto a la juventud señala que hay que ponerse en su lugar y pensar cómo piensan ellos. Aún más, destaca que, estando muy preocupados por el mercado exterior, no conocemos tanto el mercado interior.

Jesús Mora (CECRV). El problema de la falta de conexión del mundo del vino con el público más joven está afortunadamente asumido por todos. Las DDOO intentan cada vez más llevar a cabo nuevas acciones y nuevas estrategias, buscando estar cada vez más presentes donde están los jóvenes (mundo online).

Conclusiones sobre áreas complementarias para trabajar:

- ✓ Hostelería y el consumo del vino. Jesús Mora (CECRV) es quien pone sobre la mesa la necesidad de trabajar en este campo, dada su importancia socioeconómica y su impacto en la comercialización de vino.
- ✓ Aportación de valor de la distribución al valor del vino dentro de la hostelería con el mercado. Ester (UBU) propuso esta idea y sobre todo enfocada al mantenimiento del producto en condiciones óptimas. Juan Manuel (AGACAL) apuntó que las auditorías de las propias bodegas ya contemplan esto, y que es más preocupante que el vino en la minuta sea el 40% del total. Raúl (UPV) dice que a veces la carta de vino no encaja con los productos del restaurante (normalmente es culpa del distribuidor; oligopolios de distribución ya creados, problema en España...el distribuidor como barrera de venta). Por lo tanto, el problema de la distribución en el sector del vino y su valorización puede ser una línea futura de trabajo de esta área.

Ambas líneas se plantearán en la próxima reunión de febrero 2019.

4. Revisión de proyectos en marcha en el área de economía

Mario (PTV) presenta la necesidad de que los socios sean también quién proponga líneas de financiación de proyectos, sobre todo en líneas internacionales donde la oferta es amplísima y depende mucho de las temáticas a financiar. Se expusieron algunos ejemplos de *topics* de otras áreas y propuestas a presentar.

Raúl (UPV) por último, presentó el proyecto *Wine Hub Med. Climate* KIC. Esta iniciativa se va presentar en Abril 2019. Su relación con la economía es que consiste en una red para compartir de manera natural con todos los socios los resultados de proyectos e iniciativas de adaptación y mitigación al cambio climático de manera que sea rentable para los socios de la red.

5. Conclusiones y clausura. Aprobación fecha próximas reuniones.

Se propone la celebración de la 2ª Reunión del Grupo de I+D+i de Economía Vitivinícola para febrero de 2019, sin fecha cerrada, pero a realizar conjuntamente con el resto de las áreas y principalmente con la de producto. La Secretaria Técnica enviará la convocatoria.

Por último se resumen las conclusiones de la reunión:

1. La Secretaría Técnica se compromete a elaborar un acta de la reunión, para hacerla llegar a los asistentes a modo de resumen de los puntos tratados en la reunión.
2. El grupo solicita a la Secretaría técnica una reunión con EPAY para que se asocien y, para valorar desarrollar un proyecto piloto y dejar claro que la BBDD es fundamental para los asociados de la PTV, por lo tanto la explotación de los datos y la gestión de la BBDD deberá

Posteriormente en Febrero, se realizará el seguimiento de la acción y se podrá avanzar según los socios interesados y las convocatorias existentes. Responsables de liderar esta línea estratégica: Miguel (Idiogram) y Raúl (UPV).

4. La Secretaría, junto a los coordinadores del grupo, adquiere el compromiso de canalizar futuras aportaciones (hostelería y distribución) y proporcionará el apoyo necesario en la búsqueda de socios y/o vías de financiación.
5. Se acuerda que en la próxima reunión del Grupo en febrero de 2019.

La reunión finaliza a las 14:05 horas aproximadamente.

Firmado:

COMPES
LOPEZ RAUL
- 17156974D

Firmado digitalmente por COMPES
LOPEZ RAUL - 17156974D
Nombre de reconocimiento (DN):
c=ES,
serialNumber=IDCES-17156974D,
givenName=RAUL, sn=COMPES
LOPEZ, cn=COMPES LOPEZ RAUL -
17156974D
Fecha: 2018.11.17 14:24:18 +01'00'

D. Raúl Compés

Coordinador Científico Área de Economía.
Comisión Técnica PTV

Firmado por VAZQUEZ
GANCEDO JUAN ANTONIO -
33835661Q el día
19/11/2018 con un

D. Juan Vázquez

Coordinador Empresarial Área de Economía.
Comisión Técnica PTV



D. Mario de la Fuente

Secretaria Técnica PTV

ANEXO 1

Plataforma Tecnológica del Vino

C/ Musgo, 2 Bajo B - Edificio Europa II - 28023 - Madrid (La Florida)

T. (+34) 913 570 798 F. (+34) 913 570 604

www.ptvino.com