



PTV

PLATAFORMA  
TECNOLÓGICA  
DEL VINO

# "Líneas Prioritarias del Área de Economía"

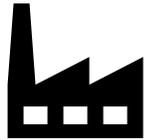
Mario de la Fuente  
*Gerente PTV*

*Madrid, 20 febrero 2020*

# PTV cifras en 2019



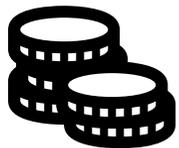
Líder de la I+D+i del sector vitivinícola español



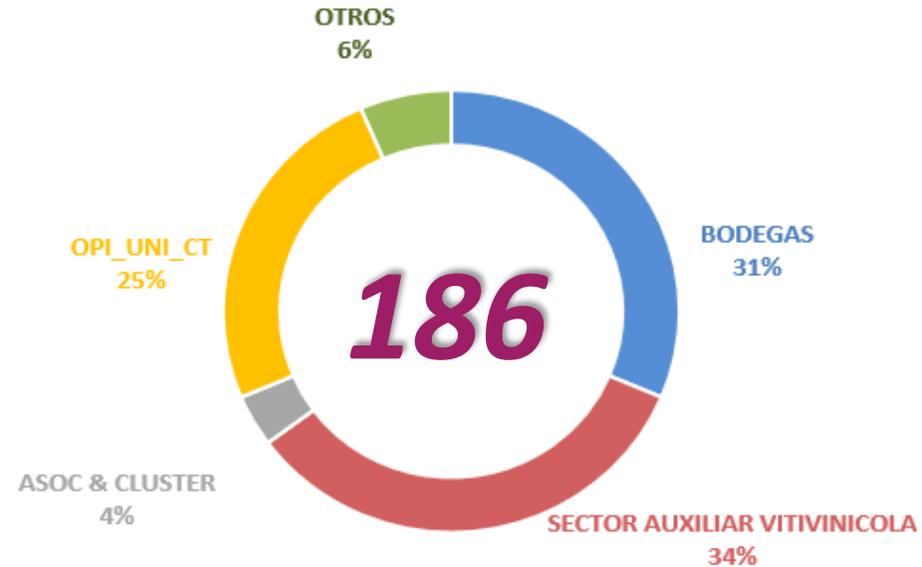
Más de **180 socios** (59 bodegas de manera directa y 127 indirecta)



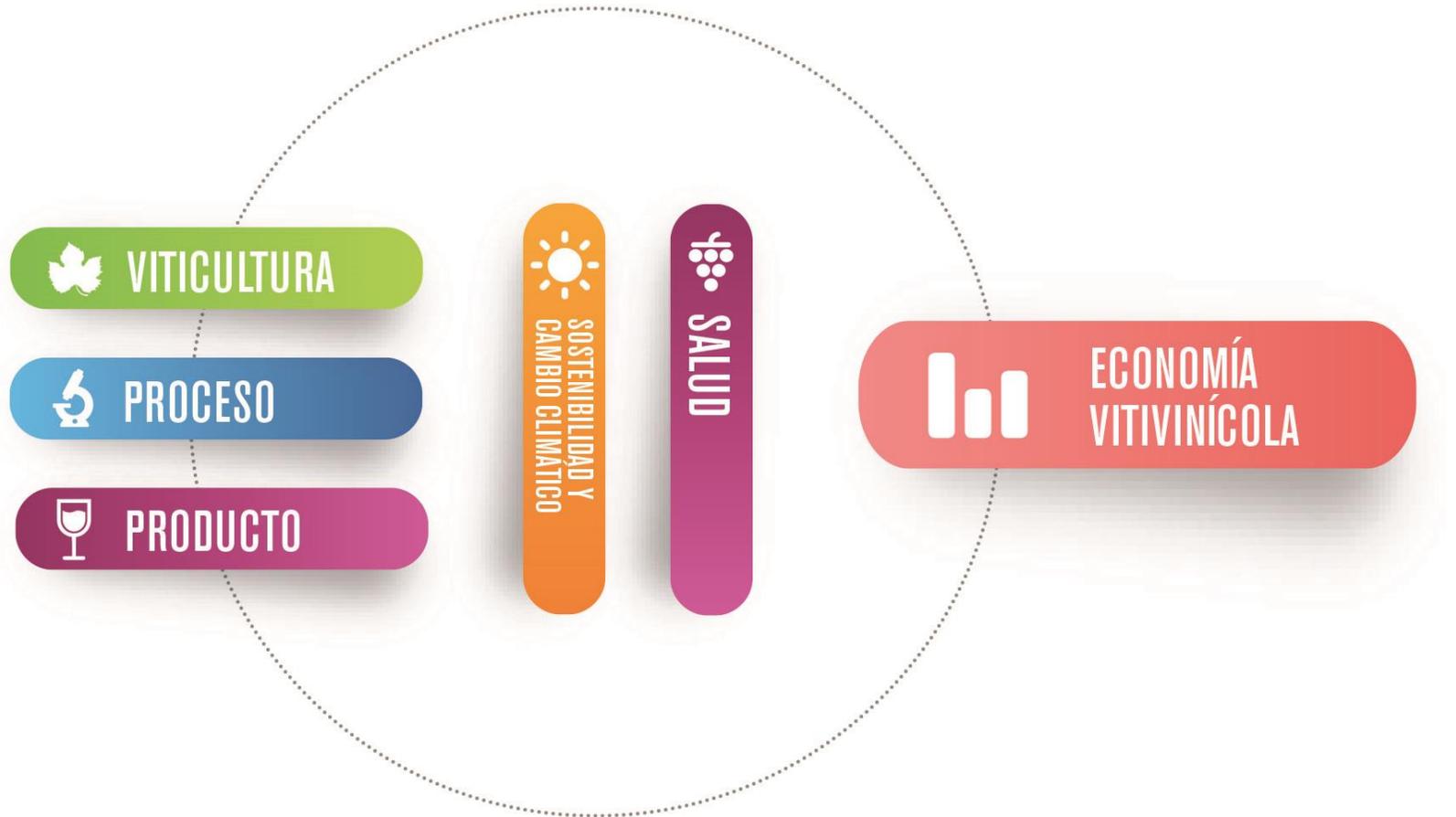
Promoción (3º P.E) de **63** proyectos de I+D+i, que suponen más de **29 M€ de financiación**.



**2019: 13** proyectos aprobados, de los cuales **1** proyecto es relativo a **Economía Vitivinícola. + 125 Mil €**



# 6 áreas de interés que abarcan toda la cadena de valor del vino



# COMPOSICIÓN



## Área de Viticultura



**Salvador Guimerá Girón.**  
Director de Producción en Bodegas González Byass.



**Jesús Yuste Bombín.**  
Investigador de Viticultura en el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACYL).



## Área de Sostenibilidad y Cambio Climático



**Mireia Torres Maczassek.**  
Directora de I+D+i en Miguel Torres S.A.  
**Presidenta de la Comisión Técnica PTV.**



**José Ramón Lissarrague.**  
Profesor Titular de la Universidad Politécnica de Madrid. Dpto. Producción Vegetal: Fitotecnia, GI Viticultura.



**Robert Savé Monserrat.**  
Coordinador de vitivinicultura en Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA).



## Área de Proceso



**Sergi de Lamo Castellví.**  
Director General del Parque Tecnológico del Vino (VITEC).  
**Vicepresidente de la Comisión Técnica PTV.**



**Pablo Ossorio.**  
Enólogo y Director de Oenoconsulting.



## Área de Salud



**Alberto Guadarrama.**  
Director de I+D en Grupo Matarromera.



**M<sup>a</sup> Victoria Moreno Arribas.**  
Investigadora Científica del CSIC adscrita al Instituto de Investigación en Ciencias de la Alimentación (CIAL).



## Área de Producto



**Juan Park.**  
Director de Wine Intelligence en Sudamérica e Iberia.



**Antonio Palacios García.**  
Gerente de Laboratorios Excell Ibérica.



## Área de Economía y Vitivinícola



**Juan Vázquez Gancedo.**  
Director General de Bodegas Martín Códax.



**Raúl Compés López**  
Profesor titular de la Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de Economía y Ciencias Sociales.

# Proyectos aprobados en 2018

 Desarrollo de plataforma S&OP (Sales and Operation Planning) basada en tecnologías de data Analytics y Business Intelligence.

 PPTO: 980.000,00 €

 FIN. : 880.000,00 €

# Proyectos dinamizados en 2019

PROYECTO	PPTO.	FIN.
Economía circular aplicada a la industria vinícola mediante procesos de compostaje y depuración con microalgas (CIRVIN)	150.000,00 €	120.000,00 €
Desarrollo e implementación de una plataforma blockchain integral para vinos de alta gama, a lo largo de su ciclo de vida: de la viña a la mesa (CHAINWINES)	157.821,83 €	126.257,46 €
MFP Plus	8.000.000,00 €	4.000.000,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>8.307.821,83 €</b>	<b>4.246.257,46 €</b>

Verde: aprobado

Amarillo: en evaluación

Rojo: denegado





## TABLA DAFO: ECONOMÍA VITIVINÍCOLA

### FORTALEZAS

- Gran dimensión del sector con una elevada diversidad de oferta, con capacidad para generar distritos industriales y un elevado número de agentes económicos con capacidad para innovar.
- Entorno territorial, histórico y cultural
- Buena relación calidad/precio, alto valor y reconocimiento internacional de los vinos de algunas zonas con Indicación Geográfica.
- Vocación por la calidad y mejora en las instalaciones
- Significación y proyección de las bodegas familiares y el mundo cooperativo.
- Sector atomizado pero bien estructurado y saber hacer.

### DEBILIDADES

- Falta de sistemas estables y transparentes en las relaciones entre los diferentes agentes de la cadena.
- Tamaño empresarial pequeño para desarrollar estrategias internacionalización.
- Dependencia de los canales tradicionales de distribución
- Elevado peso del mercado granelista.
- Escasez de personal cualificado en las áreas de organización, gestión, comercialización/marketing. Ausencia de técnicas avanzadas en estrategia de la innovación empresarial.
- Falta de cultura empresarial y de evaluación, modelos de negocio deficientes
- Incapacidad de atracción de consumidores nuevos (jóvenes).
- Escaso o nulo marketing. Predominio del precio como herramienta de marketing/comercial.
- Reducido conocimiento del consumidor de vino a nivel nacional e internacional.



## TABLA DAFO: ECONOMÍA VITIVINÍCOLA

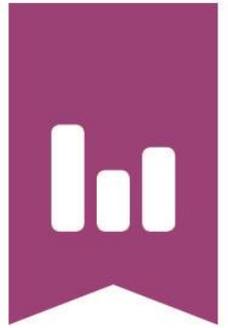
### OPORTUNIDADES

- Aumento del consumo global (especialmente vinos de calidad) con incorporación de países no consumidores tradicionales.
- Nuevos sectores de consumidores (jóvenes, mujeres,..)
- Potenciación de la innovación a través de un desarrollo coordinado de la propia PTV.
- Formación continua en exportación.
- Creciente interés del consumidor por conceptos como vino y salud, vinos bajos y sin alcohol, dieta mediterránea, medio ambiente y sostenibilidad.
- Nuevas tecnologías de la información y su importancia en la promoción, opinión y tendencias, así como directamente en la comercialización.
- Aprovechamiento de sinergias Market Pull-Technology Push. Flexibilidad y adaptabilidad.
- Innovar en envases, cierres y presentaciones del producto.
- Aprovechamiento sinergias con gastronomía y turismo.
- Posible vertebración del sector (IVE).

### AMENAZAS

- Desregulación del sector: liberalización del etiquetado y la desaparición de barreras de entrada.
- Concentración de la distribución. Mercado interior desplazamiento hacia canal alimentación y reducción márgenes.
- Políticas orientadas a restringir el consumo de alcohol.
- Elevada competencia con fuerte presencia en el mercado de vinos de otros países.
- Diferencias en las disposiciones institucionales entre países.
- Estrechamiento de mercados: efecto esnobismo, intereses creadores de opinión. Desapego nuevas generaciones.
- Descenso del consumo interno.
- Desarrollo, innovación y crecimiento de otros productos sustitutivos más vinculados al estilo de vida de los jóvenes y con fuertes campañas de promoción.
- Envejecimiento de la población.

# OBJETIVOS DEL ÁREA DE ECONOMÍA VITIVINÍCOLA



## 1. Mejorar la transferencia de conocimiento y tecnología al sector.

- Vigilancia competitiva (Idiogram Technologies): Herramienta de inteligencia comercial vía telemática que permita conocer mejor la demanda internacional (UPV).
- Blockchain y sus posibilidades en el sector vitivinícola

2. Fomentar la cooperación intra e intersectorial en acciones de innovación y comercialización conjuntas.

3. Modernización y mejora de la gestión empresarial.

4. Mejorar el conocimiento del Mercado y tendencias de Consumo.

5. Marketing y Comunicación.

6. Potenciar la internacionalización del sector y mejorar el posicionamiento de los vinos españoles en el mercado mundial.





**PTV**

PLATAFORMA  
TECNOLÓGICA  
DEL VINO

**Mario de la Fuente**

Gerente

Telf. 913 570 798

gerencia@ptvino.com

**Victoria Humanes**

Comunicación

Telf. 913 570 798

comunicacion@ptvino.com

**Fernando Boned**

Secretaria Técnica

Telf. 913 570 798

secretaria@ptvino.com



[www.ptvino.com](http://www.ptvino.com)



[@PT\\_Vino](https://twitter.com/PT_Vino)



[Facebook/PTVino](https://facebook.com/PTVino)

