

Análisis CAME sobre la industria vitivinícola de la Comunidad

El sector vitivinícola debe optar por una estrategia de reorientación



El socio-director de Altair Consultores, Artemio Milla, desarrolló posteriormente a la mesa redonda, el análisis CAME

Los asistentes a la mesa redonda DAFO sobre el sector vitivinícola de la **Comunidad Valenciana** concluyeron con la necesidad de abordar un plan estratégico global y estudiar la conveniencia de una denominación de origen (DO) paraguas que abarque las actuales DO. Constituir una asociación sectorial fue otra de las grandes ideas que se barajaron. A partir de esta conclusión, se pasó a abordar el análisis CAME (corregir, afrontar, mantener y explotar). Esta metodología identifica acciones concretas y prioriza la puesta en marcha de las mismas tendentes a corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades que fueron identificadas en el análisis DAFO. La conclusión del análisis CAME es que nuestro sector vitivinícola necesita una estrate-

gia de reorientación, que se caracteriza, básicamente, por superar las debilidades y aprovechar las oportunidades; lo que es muy sintomático, dado que, precisamente, fueron las debilidades internas del sector y las oportunidades que ofrece el entorno los aspectos que originaron

Según el especialista de Altair Consultores, la estrategia del sector se caracteriza por superar las debilidades y aprovechar las oportunidades

mayor debate y en el que se contemplaron mayores aspectos. A continuación, se presentan los principales puntos del análisis CAME:

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- Profesionalizar la gestión e incrementar la formación.
- Adaptar el viñedo a la producción de vinos de mayor calidad, con mayor productividad (kilogramos/hectárea),

orientando las variedades a los gustos de los consumidores e incrementar el peso relativo de las variedades autóctonas. Eliminar los vinos de baja calidad.

- Invertir en marketing, infraestructuras y capital humano. Desarrollar políticas de comunicación de las ven-

tajas del consumo del vino a los valencianos y a los turistas. Construir marca.

- Desarrollar un plan estratégico sectorial con intervención del sector privado y las Administraciones públicas.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Es necesario promover una vertebración sectorial (estructuras profesionales sectoriales/producto) a través de or-

ganizaciones interprofesionales. Acciones de promoción.

- Crear una asociación de elaboradores de vino (bodegas) para disponer de un único interlocutor de cara a las Administraciones públicas.

- Educar al consumidor: el vino como alimento de salud, como respuesta ante el descenso del consumo.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Aprovechar la larga tradición de elaboración de vinos con una buena relación calidad-precio.

- Aprovechase del excelente clima de nuestra comunidad para el cultivo de nuestras variedades autóctonas y foráneas.

- Tomar ventaja de la estabilidad del precio del vino.

EXPLOTAR

LAS OPORTUNIDADES

- Promover el enoturismo (turismo enológico).

- Promover el liderazgo de los vinos valencianos en la **Comunidad Valenciana**, tanto en el ámbito privado como público.

- Estudiar la conveniencia de una única DO paraguas para todas las DO de la **Comunidad Valenciana**.

- Promover el consumo de vino con ideas innovadoras (consumo por copas, consumo responsable para jóvenes de entre 25-40 años, vinotecas, etc.).

- Eliminar la influencia de otras DO más consolidadas (Rioja, Ribera del Duero) porque sabemos hacer buenos vinos.

- Promocionar las Marcas Premium a través de un club de elite de las principales bodegas.

*Autor: Artemio Milla Gutiérrez. Socio-Director de Altair Consultores
Imagen: Iván Sanbiz*