



Una de cal y otra de arena

Santiago MATEO SAHUQUILLO (*)

En los últimos ocho días hemos conocido dos datos económicos coyunturales sobre la inflación de julio y sobre el empleo creado en el segundo trimestre del año. Ambos datos han confirmado las tendencias de la economía española en los últimos meses. Por un lado, creamos empleo pero, por otro, la inflación se está yendo cada vez más de las manos al Gobierno que debe tomar medidas que consigan el efecto deseado.

El esfuerzo que se está pidiendo al sector hostelero para que modere los precios es difícil de conseguir, porque es justamente en estas épocas estivales en las que estos empresarios pueden obtener los mejores resultados y a nadie les sorprende que en temporada alta, como es la actual, los precios de las plazas hoteleras sean más caras. Claro que ahora es cuando notamos más este hecho por el aumento que registra el IPC en este área.

La creación de empleo va por buen camino. Se está logrando ir reduciendo la tasa de paro, que en la región está por debajo de la media nacional en la estadística EPA, aunque también es cierto que el aumento del empleo en la región en este segundo trimestre del año ha sido algo inferior al del resto del país. Independientemente de esta situación, se está poniendo de manifiesto que el crecimiento del empleo previsto por el Gobierno se va a cumplir por encima de las expectativas.

El aumento del empleo es una muestra indudable de la importancia de la buena marcha económica y en épocas de recesión es una de las primeras variables que se resiente.

Pero para que el empleo se pueda crear es necesario unas empresas fuertes que aumenten sus plantillas y que puedan ofrecer puestos de trabajo a las personas que quieren encontrar un empleo.

La cualificación juega aquí un papel muy importante ya que en la actualidad nos estamos encontrando con determinadas profesiones o especialidades que se demandan mucho en las empresas y no se encuentran fácilmente mientras siguen existiendo personas en paro pero al no contar con la formación necesaria no se pueden incluir en el mercado laboral. Si se consigue equilibrar esta balanza se conseguiría un beneficio mutuo.

*Santiago Mateo Sahuquillo, editor de ECONOMÍA Y EMPRESAS DE CASTILLA-LA MANCHA

La competitividad de nuestros vinos

ALEJANDRO CAÑAS

PRESIDENTE DE UCAMAN (UNIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE CASTILLA-LA MANCHA)

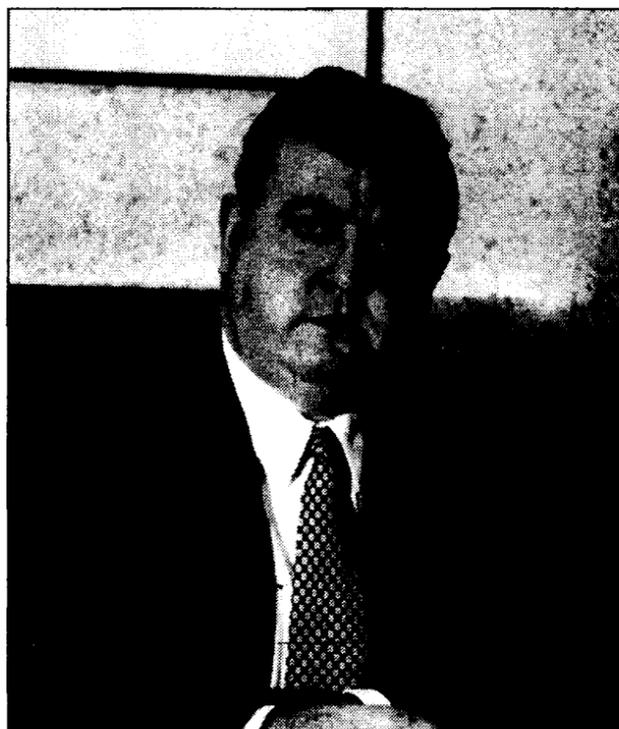
El vino es protagonista indiscutible del ámbito agrario. No sólo porque las cepas, eternas en el paisaje manchego e imperecederas sufridoras de los rigores del sol estival, se preparan ya para la vendimia, sino por el interés que, desde el punto normativo, despierta el sector en las distintas administraciones en este momento.

No podemos negar que si los viticultores de nuestra región aprovechan el marco normativo que brinda actualmente la nueva Organización Común del Mercado (OCM) del Vino en materia de reconversión y reestructuración del viñedo y en cuanto a mecanismos de regulación del mercado las posibilidades comerciales de nuestros vinos aumentan.

Como también se amplían las oportunidades para acceder al acotado y competitivo segmento de los vinos de alta gama, a los que con tanta nobleza han servido hasta ahora nuestras cepas, sin generar valor añadido en estas tierras y entre los que, cada vez en mayor proporción, empiezan a hacerse un hueco los productos de las empresas de la región.

Las bodegas cooperativas siempre hemos demandado a las administraciones la apuesta por una viticultura de calidad, que no de cantidad y que tenga en cuenta el carácter social y medioambiental que el cultivo de la vid ha desempeñado durante siglos. Y es en este contexto en el que la nueva OCM del Vino puede resultarnos más provechosa.

La implantación de nuevas variedades, técnicas de cultivo, etc. sin duda alguna va a contribuir a



Alejandro Cañas es presidente de UCAMAN.

la renovación de nuestro tejido productivo, pero debe servir, al mismo tiempo, para regular también nuestra producción y lograr su adaptación a las demandas del

mercado.

Si no apostamos por la utilización de los mecanismos que nos permite la nueva OCM, la vitivinicultura de Castilla-La Mancha dejará de estar en condiciones de competir con la

calidad de los vinos producidos en otras regiones y países que están de sobra experimentados y llevan años de larga tradición en labores de comercialización, marketing y comercio exterior.

Desde UCAMAN estamos concienciando a las bodegas cooperativas de la necesidad de lanzarse al diseño de planes de comercialización y a la adopción de decisiones de carácter estratégico que, ahora más que nunca, les permita situarse a la cabeza del sector.

Los planes colectivos de reestructuración de viñedo, para cuya ejecución las cooperativas estamos formando a técnicos que serán res-

ponsables de su gestión administrativa y técnica, son una muy buena herramienta para ello.

Y es que, tras unos años de crisis en el sector y bajo nivel de precios, en el que los precios de la uva estaban muy por debajo de los costes de producción y muchos viticultores se vieron obligados a acogerse a planes definitivos de abandono de viñedo, el sector ha visto emerger luego el interés de importantes grupos económicos ajenos al mismo que, a raíz de la sequía de los años 94 y 95 y el considerable descenso de la cosecha e incremento del precio

de la uva que esta situación produjo, depositaron sus planes de negocio en la compra de derechos de plantación.

Por todo ello, no podemos negar que se avecinan años en los

que, si no se estabiliza el crecimiento medio que ha experimentado la producción de vino en España

en el periodo 90/96 y continúa el aumento de la cosecha y calidad de los vinos de nuestros más directos competidores, lejos de la crisis coyuntural de estos años antes referidos, asistiremos a un problema de mayores dimensiones.

Buscar la competitividad de nuestras bodegas y cooperativas se ha convertido, por tanto, en objetivo prioritario, ya que sólo así podremos afrontar en óptimas condiciones la posible existencia en un futuro de un mercado excedentario que, por encima de todo, va a primar el consumo de vino de calidad y a buen precio.

“Las bodegas cooperativas siempre hemos demandado a las administraciones una apuesta por una viticultura de calidad”

“Buscar la competitividad de nuestras bodegas y cooperativas se ha convertido en objetivo prioritario”