

EDITORIAL

Vinos de La Mancha

En los veinte años de existencia de la Denominación de Origen de los Vinos de La Mancha, los productores y elaboradores han escrito una cu-

riosa página de nuestra historia empresarial e industrial: Han logrado hacer unos grandes vinos, ya tintos como blancos, jóvenes o de crianza, han reformado las bodegas y han introducido perfectamente las nuevas tecnologías. Se han sabido rodear de buenos enólogos y han adaptado la vendimia a las nuevas exigencias de sabor y mercado. Sin embargo, cuando ha llegado el momento de dar salida a ese buen producto, han chocado con su propia mentalidad. El viticultor no ha sabido aceptar que el último eslabón de la cadena estaba en manos de un señor llamado jefe de ventas o comercial, que acudiría cada mañana a la cooperativa trajeado, que pediría un sueldo de cinco, seis u ocho millones de pesetas anuales, (más del doble o el triple de lo que ellos mismos pueden ganar en una campaña) y que cada mes pasaría numerosos gastos por comidas con clientes o pasajes de avión.

La trayectoria de estos viticultores, que no es ajena a la propia personalidad de los manchegos, ha hecho de esta zona, en la que sólo la provincia de Ciudad Real cuenta con más de cien bodegas inscritas, un gigante de la industria agroalimentaria que permanece dormido, aletargado por la ausencia de ese oxígeno que da a una empresa una acertada política de ventas.

La idea de que el problema radica en la falta de mentalidad comercial no es nueva. La han denunciado antes otros directivos e incluso presidentes del Consejo Regulador. Pero que sea también el máximo representante actual del Consejo quien incide de nuevo en ella, con toda claridad y sin rodeos, tiene además el valor de que pone el dedo en la llaga un genuino representante de los viticultores y cooperativistas, que son sin duda mayoría abrumadora en la producción y elaboración de estos caldos.

Pero Nicolás López Treviño ha ido aún más lejos y tampoco ha tenido problemas en decir que han sido errores de gestión los que han puesto en una difícil situación a muchas cooperativas, unas agrupaciones en las que echa de menos la agilidad que tiene el consejo de administración de una sociedad anónima o limitada para tomar decisiones.

Si para superar un inconveniente hay que empezar por aceptar que no está uno en lo cierto, que se ha cometido un error, entonces los actuales directivos del consejo han dado ya el primer paso adelante. Sin embargo, aún queda mucho por hacer para que esta certeza cale en los miles de miembros con que cuentan las cooperativas y, probablemente, haya que esperar un cambio generacional para que se produzca el nuevo rumbo que exigen los tiempos actuales. Porque mientras sigan existiendo contradicciones como la venta a granel, sin presentación ni imagen, de unos vinos a los que la denominación de origen identifica con calidad, mientras se tengan que mandar a destilación estos caldos, mientras la propia CE reconozca como zona protegida con garantía de origen una extensión de más de 500.000 Has. y, en la práctica, tan sólo se acoja a controles la producción de 183.000... mientras, por qué no decirlo, no se acepte que otro problema fundamental es la falta de un verdadero espíritu cooperativista, los vinos de La Mancha seguirán siendo, en mayor o menor medida, un gigante industrial dormido.

López Treviño tiene ante sí una árdua y vasta tarea que realizar para cambiar esa mentalidad, y sabe también que en ello habrá de emplear mucho tiempo, pero nadie como él, por su trayectoria y conocimiento, sabe cual es el estado de ánimo de los viticultores, sus inquietudes y problemas. Por eso, cuando declara a esta revista "nuestros vinos aún tienen mucho que decir" está afirmando que aún no han tirado la toalla. Ojalá tenga razón y sus expectativas cuajen en éxitos, porque cada día que pasa hay menos tiempo, y más dificultad, para abrirse camino en un Mercado Unico Europeo a la vuelta de la esquina y con una política agraria comunitaria que apuesta por una menor protección.

SUMARIO

	Págs.
EN PORTADA	
López Treviño: "La comercialización del vino es una cuestión de mentalidad".	5
ECONOMIA	
La exportación cae un 17% en los ocho primeros meses del año.....	10
Los empresarios quieren gestionar la Institución Ferial de Ciudad Real.....	13
La ausencia de grandes consumos industriales retrasa la llegada del gas a la capital.....	17
Andrés Aroca: El gas natural en el cosumo doméstico y en las pymes.....	19
MUNDO EMPRESARIAL	
La crisis y el aumento de costes ponen a muchas pymes al borde del cierre... ..	22
¿Gestiona usted su empresa con un "cultura de la calidad"?	27
Buena acogida del pequeño comercio a la campaña de promoción de la Cámara	30
PERFILES	
Santiago Lara Molina	33
OCIO	
Antonio Ruiz Morote: En defensa de la caza.....	36
EURONEGOCIOS	39
AGENDA	41

LA EMPRESA: Mensual de economía de Ciudad Real

Editan

Cámara Oficial de Comercio e Industria y Confederación Provincial de Empresarios de Ciudad Real

Presidente

Juan Antonio León Triviño

Director

Julio de Pablos Alcázar

Publicidad

Salas

c/. Paloma, 13 - 1º D

Telfs.: 22 34 74/88 - Fax: 22 67 20

13004 Ciudad Real

Redacción y Administración

c/. Lanza, 2. 13004 Ciudad Real

Teléfonos 22 11 49 - 22 21 10

Fax: 25 38 13

Imprime

Lozano Artes Gráficas, S.L.

Depósito Legal: CR-999-91