

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Comercialización al por menor y por tiempo determinado de vino de cosecha propia

(The seasonal and retail marketing of homegrown wine)

Autor: D Roberto Medina Rodríguez

Tutora: D^a Gloria Martín Rodríguez

Grado en ECONOMÍA
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2014 / 2015

La Laguna, a 4 de marzo de 2015

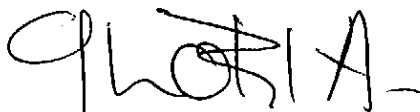
Dña. Gloria Martín Rodríguez, profesora del Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado titulada «Comercialización al por menor y por tiempo determinado de vino de cosecha propia» y presentada por el alumno Roberto Medina Rodríguez, con DNI 79082337B, realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna, a dos de marzo de dos mil quince.

La tutora



~~Edo: Dña Gloria Martín Rodríguez~~

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
2. Regulación de la comercialización temporal de vino de cosecha propia y los establecimientos donde se desarrolla.....	4
2.1. Requisitos propios de la actividad y de los establecimientos donde se desarrolla.....	5
2.2. Deberes de los titulares de la actividad.....	6
2.3. Obligaciones de los titulares de la actividad.....	7
3. La comercialización del vino de cosecha propia en Canarias.....	10
4. El caso del municipio de Santa Úrsula.....	20
5. Conclusiones.....	27
6. Bibliografía.....	28
7. Anexos.....	29
Anexo I. Encuesta a los establecimientos de vino de cosecha propia.....	29
Anexo II. Relación de páginas web que anuncian restaurantes, bares y cafeterías, <i>guachinches</i> y otros	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1. Superficie de viñedo respecto a superficie cultivada por CCAA en 2012.	10
Gráfico 3.2. Evolución de la superficie de viñedo de uva para vinificación en Canarias.	11
Gráfico 3.3. Distribución de la superficie de viñedo según islas en 2012.	11
Gráfico 3.4. Superficie de viñedo según técnicas de mantenimiento en el viñedo en 2012.	12
Gráfico 3.5. Distribución de la superficie de viñedo según sistema de cultivo.	12
Gráfico 3.6. Evolución del rendimiento (kg/ha) de la superficie de viñedo en producción según sistema de cultivo y provincia.	13
Gráfico 3.7. Evolución de la producción (hl) de vino según tipo de vino.	14
Gráfico 3.8. Flujo de los establecimientos del vino de cosecha propia según municipios de la Comarca Tacoronte-Acentejo. Campaña 2013/2014.	19
Gráfico 4.1. Número de establecimientos abiertos según día de la semana.	23
Gráfico 4.2. Porcentaje de titulares que cultivan y no cultivan según variedades declaradas en las encuestas.	25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. Explotaciones y superficie de viñedo según tamaño de explotación en Canarias en 2009.	14
Tabla 3.2. Evolución de la superficie (ha) de viñedo según las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)	15
Tabla 3.3. Producción de uva y rendimiento de las Denominaciones de Origen en la campaña 2013/2014.	15
Tabla 3.4. Evolución del número de viticultores según las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP).	16
Tabla 3.5. Superficie en producción de uva para vino (ha) en los municipios de la Comarca Tacoronte-Acentejo	17
Tabla 3.6. Distribución de los establecimientos por Denominaciones de Origen en la Isla de Tenerife en 2013.	17
Tabla 3.7. Distribución de establecimientos según tipo y municipios en la Comarca Tacoronte-Acentejo, 2013.	18
Tabla 4.1. Distribución de encuestas y calendario según zonas del municipio.	22
Tabla 4.2. Número de horas de atención al público según tamaño del local y día de la semana.	24
Tabla 4.3. Variedades de uvas permitidas en la Comarca Tacoronte-Acentejo.	24

RESUMEN

La comercialización del vino de cosecha propia es una actividad arraigada en la cultura vitivinícola y gastronómica de una parte significativa de la población de la Isla de Tenerife. Constituye una fuente de renta complementaria que contribuye a aumentar la calidad de vida de los agricultores y un complemento de la oferta turística existente en el medio rural. El Decreto 83/2013, de 1 de agosto, reconoce a los *guachinches* como nueva modalidad de las actividades de restauración. En este trabajo se aproxima la actividad de comercialización al por menor y por tiempo determinado del vino de cosecha propia en términos de renta y empleo. El estudio se centra en el municipio de Santa Úrsula en la Comarca Tacoronte-Acentejo y muestra que los puntos más controvertidos de la normativa son el tiempo establecido para desarrollar la actividad, la venta de bebidas y el número de platos ofertados para acompañar al vino.

Palabras claves: vino de cosecha propia, venta al por menor, comercialización temporal.

ABSTRACT

The marketing of homegrown wine is a regular activity for wine grower in Tenerife North. This complementary income source improves the quality of life of farmers. The order 83/2013, 1st August, recognizes the *guachinches* as a new modality of official eating establishment. These local restaurants are interesting tourist places in Tenerife. The purpose of this document is to evaluate the seasonal and retail marketing of homegrown wine in terms of income and employment. The study focused on the town of Santa Úrsula in Tacoronte-Acentejo wine region, highlights that the calendar constraint, drink supply and the menu are the most controversial issues of the recent law about homegrown wine.

Key words: homegrown wine, retail marketing, seasonal marketing.

1. INTRODUCCIÓN

Los europeos trajeron la vid a Canarias durante el siglo XV. Con estas cepas se produjeron vinos que, una vez cubierta la demanda local, también encontraron un lugar en los mercados exteriores. A lo largo del siglo XVII, la actividad vitícola de Canarias experimenta un importante auge. Tras la saturación del mercado europeo de caña de azúcar proveniente de América, el vino se convirtió en el producto fundamental de las exportaciones canarias y, aprovechando la alta rentabilidad conseguida por la producción canaria, se amplió la superficie destinada a viñedos a costa de los cereales y la caña de azúcar. Sin embargo, dos circunstancias adversas truncaron el crecimiento vitivinícola en la segunda mitad del siglo XVII. La independencia de Portugal de la Corona hispana en 1640 significó la pérdida del mercado colonial lusitano y, posteriormente, la alianza anglolusa obstaculizó una prometedora negociación con las colonias inglesas del Caribe y de América del Norte, cuyos mercados quedaron reservados por la *Staple Act* de 1663 a los vidueños lusitanos.

La expansión de finales del siglo XVIII obedeció a la parcial retirada de sus competidores andaluces, mallorquines y catalanes del mercado indiano y de los caldos franceses y portugueses del mercado inglés y a la creciente demanda de Estados Unidos. Durante el siglo XIX, la decadencia del mercado vinícola se consuma con la aparición del *oidium tuckeri*, en la década de 1850, y el *mildio*, en 1878. Y, aunque las islas no padecieron la plaga de la *filoxera*, no se estimuló suficientemente la recuperación de mercados exteriores. Durante buena parte del siglo XX, el vino canario fue perdiendo incluso la demanda interna y se destinó en gran medida al consumo familiar o a la comercialización en un ámbito local de muy estrechos límites. Y desde el año 2000 las dificultades económicas del subsector vitivinícola se han traducido en la existencia de *stocks* sin comercializar, año tras año, pese a ser la oferta local muy inferior al total del consumo de los residentes y visitantes de las islas.

En las zonas vitivinícolas de Canarias es común encontrar establecimientos y locales, denominados *guachinches*, donde se comercializa el vino de cosecha propia acompañándolo, normalmente, con platos de la cocina tradicional o productos típicos. Estos establecimientos tienen su origen en los tenderetes o puestos de venta al por menor, instalados al aire libre, que organizaban los agricultores y ganaderos en determinadas fechas del año para vender sus productos directamente al comprador inglés y posteriormente al consumidor local, evitando a los intermediarios en el mercado. A partir de esta pequeña tradición, parte de la cosecha de vino sale al mercado en forma de degustaciones vitivinícolas a cambio de una contraprestación monetaria. En consecuencia, la población podía llegar a obtener mayores ingresos y una mejor calidad de vida, así como un reconocimiento y un prestigio por parte de los vecinos hacia el cultivo del vino si el cultivo obtenía la calidad esperada. Con el transcurso del tiempo, esta actividad pasó a desarrollarse en una de las habitaciones de la casa familiar donde la esposa del bodeguero ofrecía algunos platos sacados de la cocina familiar para acompañar el vaso de vino. Por encima de comodidades, al cliente se le ofrece una cocina familiar y tradicional. La tradición se ha ido combinando con la necesidad que tienen los agricultores de diversificar su actividad económica y obtener rentas complementarias a las derivadas de la explotación agraria que contribuyan a mejorar su calidad de vida. La vinculación de la comercialización de vino de cosecha propia a la producción de vino en explotaciones vitivinícolas de reducidas dimensiones determina un desarrollo temporal de la actividad y una oferta de bebidas limitada, casi exclusivamente, al vino, que se acompaña con una oferta de comidas de elaboración casera típicas de la cocina tradicional de la zona y productos alimenticios de

procedencia agrícola o ganadera. Además, la calidad del vino se controla debidamente al proceder de la propia cosecha del viticultor.

Con los años, el perfil del cliente que acude a estos establecimientos ha cambiado y demanda algo más que una mera degustación de vino. Por un lado, el consumo de vino es cada vez más sofisticado y en determinados segmentos de la población con acceso a la información, se ha propiciado un mayor consumo de vinos de calidad y menos a granel. Por otro lado, familias y grupos de amigos, quizás atraídos por los bajos precios de los productos, visitan estos establecimientos esperando encontrar mayor variedad de comidas y bebidas. Además, estos establecimientos complementan la oferta turística existente en el medio rural, mostrando un aspecto singular de los usos y costumbres autóctonos. Así, residentes en Tenerife con o sin la nacionalidad española y turistas se han convertido en clientes frecuentes de estos establecimientos. Finalmente, los cambios en la normativa sobre la tasa de alcoholemia permitida para conducir puede que haya influido en el servicio que se presta en estos establecimientos.

Por estas y otras razones como el descenso de la demanda de uva de los bodegueros a los viticultores, niveles de precios de la uva que difícilmente cubren sus costes de producción, el cese de la fuerte presión urbanística en continua competencia con el sector viticultor por un suelo limitado y cada vez más escaso para prácticas agrarias, la crisis económica iniciada a partir de 2008, ... han proliferado una serie de establecimientos que, no reuniendo los requisitos propios, pugnan en el mercado, de forma desleal, con la actividad propia de los restaurantes y bares y cafeterías.

En la primavera de 2008, la Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios del Valle de la Orotava (APYMEVO), con más de 2.000 empresarios y una representación importantes del sector de la hostelería, y la Asociación de Viticultores de Tenerife (ASVITEN), con más de 600 socios, firmaron un acuerdo relativo a la venta directa de vino por los viticultores isleños a fin de que dicha actividad no colisionase con los intereses de los propios cosecheros ni con los del sector de la restauración. En esta línea, el Consejo de Gobierno del Cabildo Insular de Tenerife del día 26 de octubre de 2009 acordó una serie de recomendaciones dirigidas a los Ayuntamientos de la Isla en relación al comercio de venta de vino de cosecha propia, al menor, temporal e inocuo en la Isla de Tenerife¹. Pese a que las recomendaciones del documento fueron fruto del consenso con los alcaldes y técnicos de los ayuntamientos afectados, transcurrido un tiempo prudencial la medida presentaba un nivel de cumplimiento desigual en los distintos municipios. Mientras unos consistorios autorizan la venta del vino de cosecha propia en las condiciones propuestas, otros toleraban una actividad de *pseudo-restaurantes* que soslaya la legislación en materia territorial, urbanística, laboral y sanitaria, entre otras. En la actualidad, estos establecimientos se han ido profesionalizando ejerciendo una competencia aún más directa y desleal hacia el resto de profesionales de la hostelería. Reflejo de esta situación es la cantidad de quejas y denuncias por parte de los propietarios de bares y cafeterías y restaurantes. Aunque en los últimos años se ha restringido la oferta gastronómica de los *guachinches*, la nula o escasa legislación existente sobre la comercialización al por menor de vino de cosecha propia ha motivado la publicación por parte del Gobierno de Canarias del Decreto 83/2013, de 1 de agosto², por el que se regula la actividad de comercialización temporal de vino de cosecha propia y los establecimientos donde se desarrolla.

La comercialización al por menor y por tiempo determinado del vino de cosecha propia se ha caracterizado tradicionalmente por mantener una postura silenciosa y oscura en cuanto a lo que representa en términos de renta y empleo. Este devenir del sector

¹ Acuerdo nº CGI0000162094 del Consejo de Gobierno Insular de Tenerife de 26 de octubre de 2009.

² BOC nº 153, de 09/08/2013

vitícola no ha sido fortuito, sino que ha surgido desde el interior de un sistema social donde el intercambio de información y formación entre los agricultores ha sido reducido. Es fundamental que las acciones de los distintos elementos del sistema social que están detrás del sector vitícola se compenetren para que la regulación de la actividad de comercialización temporal de vino de cosecha propia y los establecimientos donde se desarrolla termine siendo un beneficio para el sector vitícola del archipiélago canario. Y esta compenetración no podrá tener lugar si persiste la ausencia de cifras sobre la comercialización al por menor de vino de cosecha propia.

Este trabajo pretende evaluar la comercialización al por menor y por tiempo determinado del vino de cosecha propia en términos de renta y empleo. El epígrafe siguiente profundiza en la normativa que regula la actividad. El epígrafe tercero se aproxima a la Comarca Tacoronte-Acentejo y, en concreto, al municipio de Santa Úrsula como zonas representativas de la actividad de comercialización. El cuarto epígrafe describe la metodología de obtención de datos y comenta el alcance de los resultados obtenidos en el caso concreto del municipio de Santa Úrsula. Finalmente, se presentan las conclusiones.

2. REGULACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN TEMPORAL DE VINO DE COSECHA PROPIA Y LOS ESTABLECIMIENTOS DONDE SE DESARROLLA

La comunidad autónoma de Canarias tiene atribuida la competencia exclusiva en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial³. El Gobierno de Canarias tiene atribuida la competencia⁴ de establecer los requisitos para el ejercicio de las actividades de restauración, así como las condiciones mínimas que deben cumplir los establecimientos en los que se desarrollen⁵. Se entiende por actividad turística de restauración aquella que se desarrolla en establecimientos abiertos al público que ofrece habitualmente y mediante precio un servicio de comidas y bebidas para su consumo en el mismo local, independientemente de que esta actividad se desarrolle de forma principal o como complemento de otras relacionadas con el alojamiento, ocio o esparcimiento. Los establecimientos de restauración, con independencia del nombre o marca con el que se comercialicen, se clasifican en restaurantes y bares y cafeterías⁶.

En los suelos rústicos de protección agraria, la ordenación de la actividad agrícola, ganadera o piscícola comprende la producción, la transformación y la comercialización de las producciones en las condiciones sanitarias y de calidad exigibles, así como todas aquellas actividades directamente vinculadas a la actividad de explotación agraria que permitan la obtención de renta complementaria y diversifiquen la economía del medio rural y la calidad de vida de los agricultores⁷. Por consiguiente, la actividad de venta directa de vino no es considerada una actividad clasificada sino como comercialización del producto transformado de la uva. Sin embargo, desde finales de enero de 2013, se considera como actividad turística complementaria⁸.

Entendiendo la restauración como un objetivo turístico en sí mismo que debe adecuarse a las nuevas exigencias del mercado, ofreciendo nuevas fórmulas de comercialización dirigidas a todos los sectores de la demanda, la comercialización temporal de vino de cosecha propia y los establecimientos donde se desarrolla está regulada en Canarias desde el mes de agosto de 2013. La entrada en vigor del Decreto 83/2013, de 1 de agosto, supone el reconocimiento legal de los *guachinches*, los dota de un régimen singular con características propias y permite incluirlos en la clasificación de empresas de restauración.

El Decreto establece los requisitos que deberán atender, por un lado, el desarrollo de la actividad y, por otro, los establecimientos o locales donde se desarrolle, así como, los deberes de los titulares de la actividad, entre otros. La persona que ejerza la actividad deberá comunicar anualmente al Cabildo correspondiente mediante una declaración responsable la fecha de apertura y cierre del establecimiento o local. Esta declaración responsable habilita a la persona declarante para el ejercicio material de la actividad. A estos efectos, el Registro General de Turismo (TURIDATA)⁹ es un registro de los

³ Artículo 148.1.18 de la Constitución Española y del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Autónoma de Canarias.

⁴ Ley 7/1995 de 6 de abril (BOC nº 48, de 19/04/1995) y la modificación introducida por la Ley 14/2009 de 30 de diciembre (BOE nº 64, de 15/03/2010).

⁵ Directiva 2006/123/CE de 12 de diciembre de 2006 (DO nº L 376, de 27/12/2006) y Ley 17/2009 de 23 de noviembre (BOE nº 283, de 24/11/2009).

⁶ Decreto 90/2010 de 22 de julio (BOC nº 149, de 30/07/2010).

⁷ Artículo 63.1.d) de la Ley 6/2009 de 6 de mayo (BOE nº 132, de 01/06/2009) que modifica el Decreto Legislativo 1/2000 de 8 de mayo (BOC nº 60, de 15/05/2000).

⁸ Decreto 29/2013 de 31 de enero (BOE nº 28, de 11/02/2013) que modifica el Decreto 90/2010 de 22 de julio (BOC nº 149, de 30/07/2010).

⁹ Decreto 84/2010 de 15 de julio (BOC nº 145, de 26/07/2010).

establecimientos de restauración en general y de los *guachinches* en particular. Sin embargo, para dar de alta la actividad, el titular de la explotación debe registrarse en el sistema de la Seguridad Social y en la Agencia Tributaria y cumplir con sus obligaciones mientras dure el desarrollo de la actividad.

2.1. REQUISITOS PROPIOS DE LA ACTIVIDAD Y DE LOS ESTABLECIMIENTOS DONDE SE DESARROLLA

El hecho de que la actividad esté vinculada a la producción de vino determina que la oferta de bebidas se limite, casi exclusivamente, al vino. Este vino debe proceder de viñedos pertenecientes o explotados por la persona que ejerza la actividad y elaborado por ella misma bajo las condiciones de seguridad y calidad exigidas al vino. En este sentido, la normativa sólo permite que, además del vino, se pueda servir agua. La persona titular de la actividad acreditará la procedencia del vino mediante las declaraciones de cosecha y de producción y la inscripción de la bodega en el Registro de Industrias Agrarias y en el Registro de Envasadores de Vino. Así mismo, se considera conveniente realizar controles de calidad al vino conforme a la legalidad vigente en cuanto a los límites superiores e inferiores para los parámetros analíticos que contempla la ley¹⁰. El Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) del gobierno de Canarias toma muestras representativas del volumen de vino elaborado por la bodega del titular a fin de realizar análisis físico-químicos y sensoriales en al menos dos ocasiones durante el periodo en el que se esté ejerciendo la actividad.

El tamaño de las explotaciones vitivinícolas de Canarias, de reducidas dimensiones, justifica que el desarrollo de la actividad sea temporal. En concreto, el período de apertura no deberá superar los cuatro meses consecutivos al año o cesar la actividad desde el momento en que se agote el vino de cosecha propia. Este plazo corresponde al tiempo que transcurre entre la elaboración del vino y el comienzo de las prácticas culturales a realizar en el viñedo para la consecución de la próxima vendimia. A este respecto, el acuerdo del 26 de octubre de 2009 establecía un plazo máximo consecutivo de tres meses.

El vino puede acompañarse de comidas. Sin embargo, la oferta de comidas está restringida a tres platos como máximo, de elaboración casera típicos de la cocina tradicional de la zona, y productos alimenticios de procedencia agrícola o ganadera. La trazabilidad de los alimentos¹¹, así como su correcta identificación y/o etiquetación de todas las etapas del proceso de producción, transformación y distribución son una garantía de su procedencia. Esta oferta de comidas y sus precios debe estar a disposición de los clientes en un lugar visible. Todo el personal que preste sus servicios deberá tener el certificado que acredite su formación como manipulador de alimentos.

La Ley contempla la localización de cualquier actividad que permita la obtención de renta complementaria a la tarea agrícola en suelo rústico de protección agraria¹², siempre que la actividad esté vinculada directamente a la explotación agraria con fines primordialmente de mercado, constituyendo en sí misma una unidad técnico-económica¹³. Además, deberá cumplir con los requisitos de necesidad,

¹⁰ Acidez volátil inferior a 0,9 g/l en blancos y tintos, anhídrido sulfuroso libre inferior a 40 mg/l en blancos e inferior a 30 mg/l en tintos y anhídrido sulfuroso total inferior a 230 mg/l en blancos e inferior a 180 mg/l en tintos.

¹¹ Artículo 18 del Reglamento (CE) n° 178/2002 de 28 de enero (DO n° L 31/1, de 01/02/2002).

¹² Artículo 63.1.d) de la Ley 6/2009 de 6 de mayo (BOE n° 132, de 01/06/2009).

¹³ Ley 19/1995 de 4 de julio (BOE n° 159, de 05/07/1995).

proporcionalidad y garantía de vinculación a las explotaciones¹⁴. Así, la actividad puede desarrollarse en establecimientos o espacios de la vivienda del propio titular de la explotación, en bodegas o cualquier otra construcción destinada a labores agrarias que estén ubicadas en la explotación o afectas a la misma. Si la localización de la actividad tiene lugar en cualquier otro suelo que no sea rústico se acogerá al planeamiento municipal en vigor.

En cualquier caso, el titular de la actividad deberá presentar un plano indicando las medidas de detección de incendios y las instalaciones de extinción existentes, un certificado que acredite el cumplimiento del reglamento electrónico para baja tensión e instrucciones técnicas complementarias y el código técnico de edificación. Por otro lado, el titular debe comunicar cuál es la calificación del suelo, los m² de zona útil debidamente distribuida, las distintas zonas en las que se pueda subdividir el establecimiento y su altura correspondiente. Esta información configura la declaración responsable del titular que debe presentarse en el servicio administrativo de turismo de la policía turística. En cualquier caso, el local deberá disponer de, como mínimo, un aseo, una zona de almacenaje en la que no se encuentren los recipientes de contenedores de vino y botelleros y una zona destinada al almacenamiento de mercancías. Estas tres zonas no deben estar visibles para los clientes. Además, deberá contar con la suficiente iluminación y ventilación y cumplir las normas europeas de salubridad del local e higiene de los productos alimenticios y condiciones de seguridad y salud en los lugares de trabajo¹⁵.

El Cabildo es el encargado de velar por el cumplimiento de estos requisitos y el responsable de comprobar y controlar la subsanación de defectos, en caso de que exista incumplimiento de alguno de ellos en un período comprendido entre diez días y un mes. Las sanciones pueden desembocar en apercibimiento, multas, suspensión temporal de la actividad o del ejercicio profesional y/o en la clausura definitiva del establecimiento. La infracción desembocará en una mera anotación de la infracción cuando ésta sea de carácter leve, no exista reincidencia y no se estime pertinente la imposición de multa. Los importes de las multas ascienden hasta 1.500 € en caso de infracción leve, entre 1.501 hasta 30.000 € si la infracción es grave y entre 30.001 € hasta 300.000 € en el caso de infracción muy grave. La suspensión temporal de actividades o del ejercicio profesional se impondrá en los supuestos de infracciones muy graves, como sanción principal o como accesoria a la multa. El periodo de suspensión fluctúa entre un día y seis meses, si existiera reincidencia de faltas graves, o entre seis meses y un año, en caso de reincidencia en faltas muy graves. Tendrá lugar la clausura definitiva del establecimiento cuando, en caso de infracciones muy graves, el titular haya sido sancionado dos o más veces por este tipo de infracciones en el transcurso de tres años consecutivos.

2.2. DEBERES DE LOS TITULARES DE LA ACTIVIDAD

El titular deberá notificar al Cabildo correspondiente la fecha de inicio y término de la actividad y hacer que el cliente sea conocedor del horario de apertura.

Además, deberán velar por el buen estado general de las dependencias y por el mantenimiento de las instalaciones y servicios y garantizar un trato correcto a la clientela; informar previamente con objetividad y veracidad a la clientela sobre el régimen de servicios que se ofertan en el local, las condiciones de prestación de estos y su precio y forma de pago; emitir justificante de pago que detalle los servicios, de

¹⁴ Artículo 66.4 del Decreto Legislativo 1/2000 de 8 de mayo (BOC nº 60, de 15/05/2000).

¹⁵ Real Decreto 486/1997 de 14 de abril (BOE nº 97, de 23/04/1997).

conformidad con los precios ofertados o pactados, tener a disposición de las personas usuarias hojas de reclamaciones y hacer entrega de un ejemplar cuando les sea solicitado.

En el exterior, junto a la entrada principal del establecimiento y en sitio visible, el titular deberá exhibir de forma obligatoria la placa-distintivo que acredite la condición de establecimiento destinado a la comercialización de vino de cosecha propia de acuerdo al formato y las características especificadas en el Decreto 93/2013, de 11 de diciembre¹⁶. Finalmente, el titular deberá disponer en el establecimiento del libro de inspección en el que quede constancia del cumplimiento de los requisitos en relación al desarrollo de la actividad y del local en el que tiene lugar, así como las obligaciones con el sistema de la Seguridad Social y la Agencia Tributaria.

2.3. OBLIGACIONES DE LOS TITULARES DE LA ACTIVIDAD

Con motivo del alta en la actividad de agricultura, el titular de la explotación debe registrarse en el sistema de la Seguridad Social y en la Agencia Tributaria. Hasta 2007, debía inscribirse en el Régimen Especial Agrario; sin embargo, a partir del 1 de enero de 2008, forman parte del Régimen Especial de los Trabajadores por Cuenta Propia o del Régimen Especial de los Autónomos¹⁷ bajo la modalidad «Trabajadores por cuenta propia Agrarios». Una de las obligaciones al darse de alta como autónomo es el pago mensual de la correspondiente cuota de autónomos que resulta de aplicar un porcentaje a una base de cotización o sueldo que teóricamente se espera percibir¹⁸, pero cuyo importe condiciona las prestaciones que pueda recibir en situaciones de desempleo, baja por enfermedad, baja por accidente y jubilación. La base de cotización fijada por el Gobierno para 2014 fluctúa entre 875,70 y 3.597,00 euros. En el supuesto de que se necesiten realizar contrataciones, el titular deberá inscribir a los trabajadores en la Seguridad Social en situación de alta y acogerse como empresario a la modalidad de contingencias comunes de la Seguridad Social y a la Mutua de Accidentes de Canarias. Existen obligaciones con Hacienda que forman parte de la fiscalidad del autónomo. En primer lugar y antes de iniciar la actividad, el titular debe hacer una declaración censal de la actividad que va a desarrollar. La Administración Tributaria dispone de un Censo de Obligados Tributarios y una sección de este censo hace referencia a las personas o entidades que vayan a desarrollar actividades empresariales o profesionales o satisfagan rendimientos sujetos a retención. El Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores diferencia entre actividades empresariales, profesionales y artísticas. Entre los distintos códigos existentes debe elegirse el que más se ajusta a la actividad que se desarrolla y depende, por tanto, de las circunstancias personales e individuales del titular de la explotación. Sin embargo, el Decreto 83/2013, de 1 de agosto, considera esta actividad como actividad turística complementaria y el titular de la explotación podría seleccionar el referenciado como otros servicios de alimentación de la restauración o epígrafe 677.9 para que conste como tal a efectos de estimación del rendimiento como actividad económica. Además, debe indicar datos identificativos de la actividad, donde figura la ubicación del establecimiento en el que se desarrolla la actividad, y los relativos a los regímenes y obligaciones tributarias. Asimismo, deben solicitar el NIF antes de realizar cualquier entrega, adquisición o importación de bienes o servicios, de percibir cobros o abonar pagos, o de contratar personal para desarrollar su actividad.

¹⁶ BOC nº 244, de 19/12/2013

¹⁷ Artículo 1 de la Ley 18/2007 del 4 de julio (BOE nº 160, de 05/07/2007).

¹⁸ La cuota para los trabajadores que opten por dar cobertura a las prestaciones por incapacidad temporal es la que resulta de aplicar el 29,8% a la base de cotización.

Tras el inicio de la actividad, el titular del establecimiento está obligado a presentar el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Existen diferentes modalidades a la hora de determinar la base imponible y, en consecuencia, gravar las rentas empresariales. La estimación directa o modalidad normal grava el rendimiento de la actividad económica en función de las circunstancias de los titulares de la explotación. La modalidad simplificada permite la deducción de determinados gastos, incluidos los gastos de difícil justificación cuando se trate de una actividad empresarial o profesional. Aunque solo tienen derecho a su aplicación las actividades económicas cuyo importe de la cifra neta de negocios no supere los seiscientos mil euros en el año inmediatamente anterior al de la aplicación del impuesto, el titular de la explotación puede renunciar a la aplicación de la modalidad simplificada¹⁹. El método de estimación objetiva o por módulos²⁰ distingue las actividades agrarias, ganaderas y forestales de las que no lo son. Y aunque sólo se pueden acoger los empresarios que declaren unos rendimientos inferiores a los cuatrocientos cincuenta mil euros anuales para el conjunto de las actividades económicas desarrolladas en el año inmediatamente anterior, también pueden renunciar a la aplicación de esta modalidad. Sin embargo, como la comercialización al por menor y tiempo determinado de vino de cosecha propia no configura como tal en la Orden HAP/2549/2012, los titulares de la explotación no pueden acogerse a la modalidad de estimación objetiva²¹.

El titular puede acogerse al Régimen General o al Régimen General Simplificado del Impuesto General Indirecto Canario. El tipo de gravamen asciende al 7% y se paga en el momento de devengo del impuesto. Para optar por el régimen simplificado deben cumplirse un conjunto de restricciones como que la actividad en cuestión figure en el listado de actividades que establece el propio régimen y que además cumpla con las restricciones propias de dicha actividad²². Además, el volumen de ingresos no puede superar los cuatrocientos cincuenta mil euros anuales para el conjunto de actividades empresariales o profesionales desarrolladas en el año inmediatamente anterior o que haya quedado excluido del método de estimación objetiva en el impuesto sobre la renta de las personas físicas. Se puede renunciar al régimen simplificado pero el período mínimo de renuncia es de tres años. En definitiva, el titular del establecimiento sólo puede acogerse al Régimen General del IGIC²³.

Finalmente, si el titular del establecimiento es una persona jurídica debe tributar por el impuesto de sociedades al que no están obligados los titulares que figuren como persona física.

A nivel municipal, el titular del establecimiento deberá abonar el Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) y el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE) y hacer frente al pago de la tasa por licencia de apertura. En el municipio de Santa Úrsula²⁴, la cuota anual en concepto del IBI es el que resulta de multiplicar la base liquidable por el 0,4% si los bienes son de naturaleza urbana y del 0,3% si son de naturaleza rústica. No obstante, la base liquidable es la que resulta de aplicar bonificaciones y reducciones, si proceden, a la base imponible o valor catastral de los bienes inmuebles. La actividad de comercialización está sujeta al IAE, sin embargo está exenta de la tributación de las

¹⁹ Artículo 30.1 de la Ley 35/2006 de 28 de noviembre (BOE nº 285, de 29/11/2006).

²⁰ Artículo 31 de la Ley 35/2006 de 28 de noviembre (BOE nº 285, de 29/11/2006).

²¹ Artículo 1.1 de la Orden HAP/2549/2012 de 28 de noviembre (BOE nº 288, de 30/11/2012).

²² Artículo 49 de la Ley 20/1991 de 7 de junio (BOE nº 137, de 08/06/1991).

²³ Sólo se puede tributar en el régimen simplificado del IGIC si se tributa en la modalidad de estimación objetiva del IRPF y viceversa.

²⁴ Ordenanza fiscal reguladora del impuesto sobre bienes inmuebles del municipio de Santa Úrsula (Véase Ilustre Ayuntamiento de Santa Úrsula).

personas físicas²⁵. La tasa por licencia de apertura se abona en un único pago cuya cuantía se determina en función de la zona donde esté ubicado el establecimiento²⁶ y a la que se le aplica una reducción en función de los metros cuadrados del establecimiento. Por último y de forma general, las cuotas tributarias tienen carácter trimestral y estas cuotas se prorratean en función del período que permanece abierto el establecimiento.

²⁵ Artículo 82.1.c) del Real Decreto Legislativo 2/2004 de 5 de marzo (BOE nº 59, de 09/03/2004).

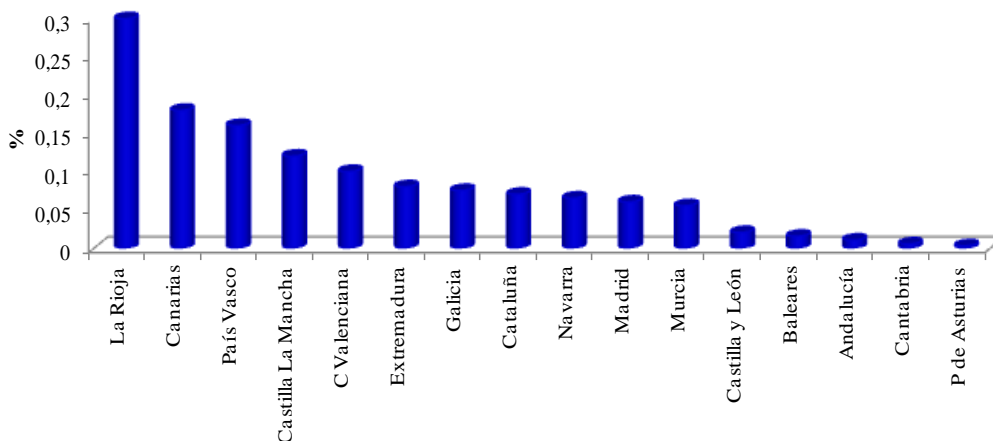
²⁶ El municipio se divide en dos zonas. La zona 1, delimitada por la carretera Provincial, carretera España, calles Leoncio Rodríguez, Alejo Pérez, Carrero Blanco, Calvo Sotelo, Isidoro Luz, Camino Procesional y Rambla Doctor Pérez, urbanización La Quinta, carretera Vieja, El Calvario, polígonos industriales y vías de servicios, se le aplica una cuota de 15,54 €/m² y al resto del municipio se le aplica una cuota de 7,27 €/m².

3. LA COMERCIALIZACIÓN DEL VINO DE COSECHA PROPIA EN CANARIAS

La actividad de comercialización temporal de vino de cosecha propia y los establecimientos donde se desarrolla surgen en los municipios de Canarias con importante actividad vitivinícola. El vino, como portador de la cultura local, es un producto localmente conocido, altamente aceptado y posee un abanico muy amplio de variedades y calidades. Su distribución se caracteriza por un marcado comportamiento estacional en establecimientos cercanos al lugar de producción.

La relación entre la superficie de viñedo y la superficie de cultivo total coloca a Canarias en el segundo lugar del ranking de Comunidades Autónomas, es decir, pese a no tener una superficie relevante de viñedo respecto al total nacional (un 0,9%), el viñedo tiene especial relevancia dentro de su agricultura (Gráfico 3.1).

Gráfico 3.1. Superficie de viñedo respecto a superficie cultivada por CCAA en 2012*



Nota: (*) El ámbito al que van referidos los datos y sus tabulaciones es el año de recolección.

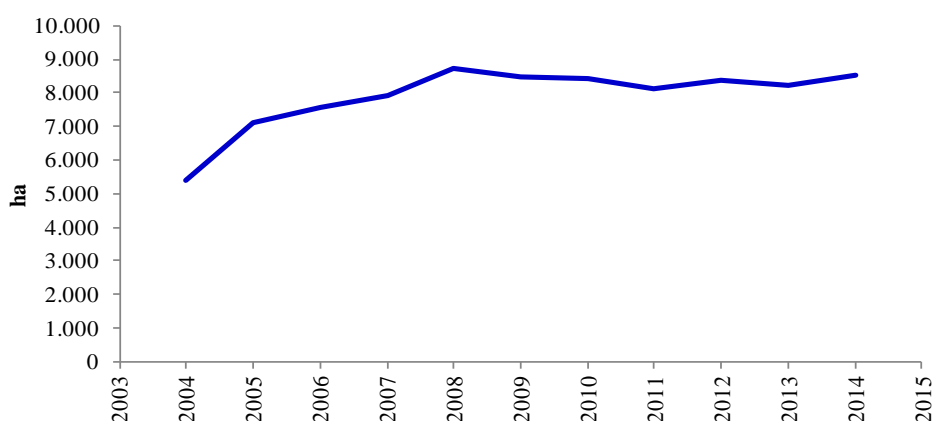
Fuente: Análisis de las Plantaciones de Viñedo en España. Encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos en España (ESYRCE) 2012. MAGRAMA.

Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos en España (ESYRCE)²⁷, la superficie de viñedo de uva para vinificación de principios del presente siglo muestra la tendencia iniciada en la década de 1980 con el proceso modernizador del cultivo de viñedo y de las instalaciones bodegueras e impulsado por la creación de Denominaciones de Origen y sus correspondientes consejos reguladores²⁸. Sin embargo, a partir de 2008 las cifras muestran un cambio de tendencia (Gráfico 3.2).

²⁷ Las diferencias que arrojan el Registro Vitivinícola, el Mapa de Cultivos y las Declaraciones de Cosecha con respecto a la superficie cultivada son amplias (Godenau y Suárez-Sosa, 2004). El Reglamento (CE) n° 1593/2000 (DO n° L 182/4 de 21/07/2000) obliga a crear un sistema gráfico digital de identificación de parcelas agrícolas para la gestión y control de determinados regímenes de ayudas comunitarios. El mismo reglamento establece que a 1 de enero de 2005 cada Estado miembro debe disponer de una base de datos gráfica de todas las parcelas de cultivo digitalizadas. En España se ha elaborado un Sistema de Información Geográfica de Parcelas Agrícolas (SIGPAC) de obligada utilización en la gestión de ayudas comunitarias por ser la base identificativa de cualquier ayuda relacionada con la superficie.

²⁸ Canarias cuenta con once Denominaciones de Origen protegidas (DO de Abona, DO Valle de Güimar, DO Valle de La Orotava, DO Tacoronte-Acentejo, DO Ycoden-Daute-Isora en Tenerife, DO La Palma, DO La Gomera, DO El Hierro, DO Gran Canaria, DO Lanzarote y la recién creada DOP Islas Canarias).

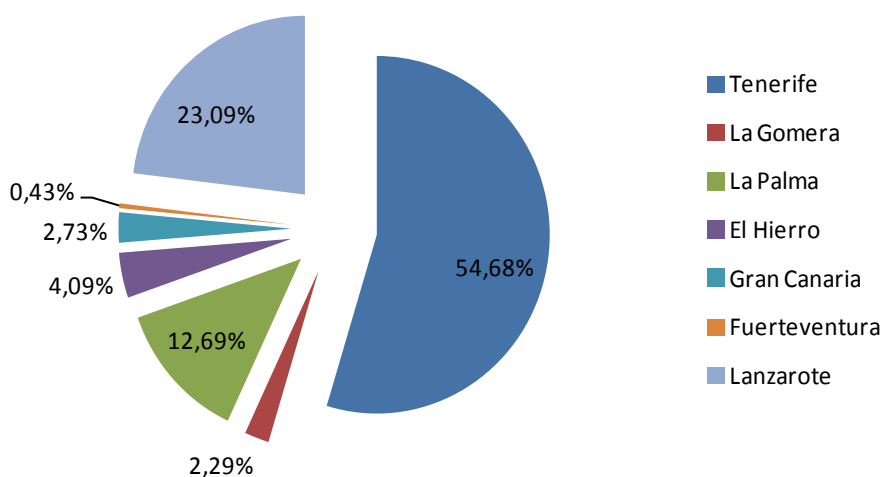
Gráfico 3.2. Evolución de la superficie de viñedo de uva para vinificación en Canarias



Fuente: Encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos en España (ESYRCE). 2004-2013. MAGRAMA.

Según el Anuario de Estadística la superficie de viñedo en 2012 ascendió a 8.785 hectáreas, cerca del 20% de la superficie de cultivo total en Canarias, y el viñedo de uva para vinificación 8.602 ha, algo más del 97% de la superficie de viñedo²⁹. Por provincias, el viñedo representa algo más del 25% de la superficie cultivada en Santa Cruz de Tenerife y casi el 10% en la de Las Palmas. Por islas, cerca de la mitad de los viñedos se encuentra en Tenerife, poco menos del 25% en Lanzarote y el resto se reparte entre el resto de las islas con porcentajes que fluctúan entre el 12 % en La Palma y el 0,4% en Fuerteventura (Gráfico 3.3).

Gráfico 3.3. Distribución de la superficie de viñedo según islas en 2012



Fuente: Anuario de Estadística. MAGRAMA.

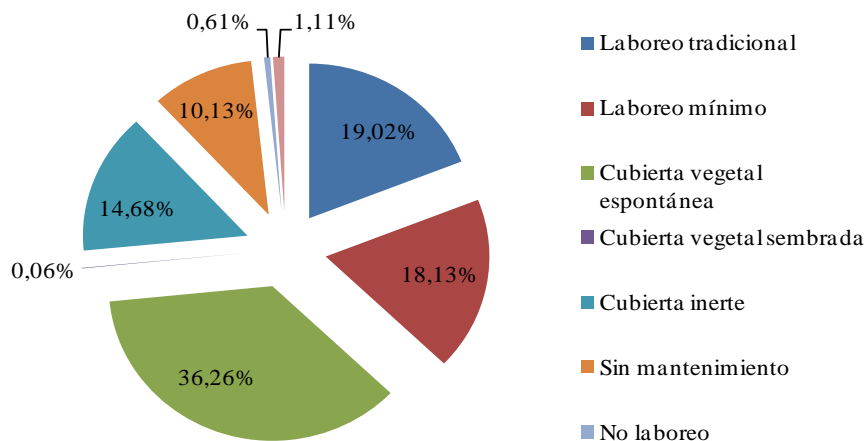
Desde 2010 hasta 2012, más del 90% de la superficie dedicada al cultivo del viñedo está en producción³⁰ y constituye el único cultivo de la explotación según datos del Anuario

²⁹ El resto de la superficie cultivada está destinada al viñedo de uva de mesa (126 ha) y viveros de viñedo (57 ha) (MAGRAMA, 2013).

³⁰ Se entiende por superficie de producción respecto de los cultivos permanentes, la superficie que puede ser recolectada en el año de recolección de referencia; se excluyen todas las superficies no productoras, tales como las nuevas plantaciones que todavía no han comenzado a producir.

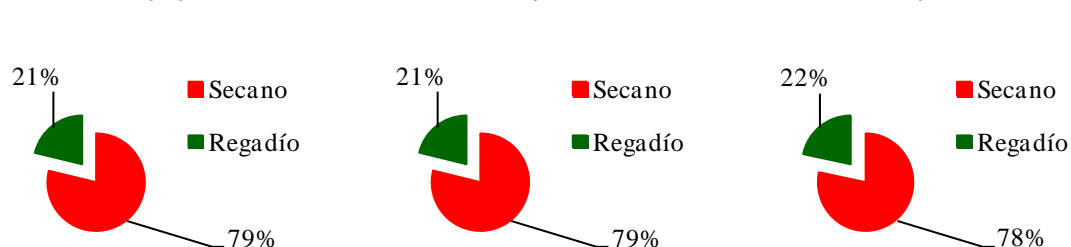
de Estadística³¹. Un 36% de la superficie de viñedo de 2012 representan cubiertas vegetales espontáneas y más de un 37% requieren de un laboreo tradicional (19,02%) o mínimo (18,13%) (Gráfico 3.4). Entre 2010 y 2012, el viñedo de secano fluctúa entre el 78% y 87% (Gráfico 3.5); por islas, los viñedos de Lanzarote y La Palma son principalmente de secano y los viñedos de regadío se encuentran casi exclusivamente en la Isla de Tenerife.

Gráfico 3.4. Superficie de viñedo según técnicas de mantenimiento en el viñedo en 2012



Fuente: Elaboración propia a partir del Análisis de las Plantaciones de Viñedo en España. Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos (ESYRCE 2012). MAGRAMA.

Gráfico 3.5. Distribución de la superficie de viñedo según sistema de cultivo



Fuente: Anuario de Estadística. MAGRAMA.

A partir de la superficie cultivada y la producción obtenida es posible obtener una estimación de rendimientos (Gráfico 3.6). Por supuesto, existe una notable dispersión en los rendimientos derivada del diferente grado de modernización de las explotaciones, de los modos de cultivo, de las variedades cultivadas y antigüedad de las cepas, la cota respecto al nivel del mar, la ubicación geográfica y la fertilidad del suelo, ... El rendimiento medio (kg/ha) de la superficie de viñedo en producción es mayor en tierras de regadío que en tierras de secano. Por otro lado, el rendimiento por hectáreas es mayor en la provincia de Santa Cruz de Tenerife que en Las Palmas en los dos sistemas de cultivo. Sea cual sea la provincia y el sistema de cultivo, el rendimiento permanece estable entre 2009 y 2010, mientras que en 2011 se registraron cifras poco favorables y

³¹ En las parcelas en las que la viña se cultiva en asociación con otros cultivos es posible que se haya asignado toda la superficie de la parcela como si la viña fuera el único cultivo. Es posible también que no haya tenido en cuenta la viña cultivada en terrenos marginales.

en 2012 cifras que parecen aventurar el inicio de una nueva tendencia³². Las condiciones meteorológicas podrían estar detrás de la variabilidad observada en los rendimientos en las distintas campañas.

Gráfico 3.6. Evolución del rendimiento (kg/ha) de la superficie de viñedo en producción según sistema de cultivo y provincia



Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadística (MAGRAMA).

De acuerdo con la Encuesta Base de Viñedo (MAGRAMA, 2009)³³ existen 15.179 explotaciones. El 74% de estas explotaciones tiene una dimensión inferior a la hectárea y el 40% no llega de a 0,2 hectáreas (Tabla 3.1)³⁴. Además de constituir una actividad agraria basada en el minifundio, abundan los pequeños propietarios con alto grado de dispersión de las parcelas (MAGRAMA 2009). El reducido tamaño de la explotación y el bajo nivel de concentración contribuyen a la escasa mecanización de las labores vitícolas. Estas consideraciones contribuyen a elevar los costes económicos de mantenimiento del cultivo de la vid y ayudan a impulsar el proceso de abandono del cultivo (Godenau y Suárez-Sosa, 2006).

Los viticultores pueden decidir entre vender la uva para la elaboración de vino amparados por la Denominación de Origen (DO) correspondiente o producir vino sin calificar. La producción de vino puede evaluarse a partir de los datos de producción de uva y estableciendo una relación de transformación de acuerdo con los reglamentos de los Consejos Reguladores de la Denominación de Origen (CRDO). La producción de vino en el Archipiélago muestra el mismo comportamiento que el rendimiento de uva por hectárea, es decir, en los años 2010 y 2011 se obtienen peores resultados que en los años 2009 y 2012.

³² Según José Joaquín Bethencourt, consejero de Agricultura, Ganadería y Pesca del Cabildo de Tenerife, en declaraciones al periódico El Día el día 26 de noviembre de 2013, el año 2012 marca el punto de partida de una tendencia alcista en la producción de uva, después de 2011 como el peor año en producción de uva del siglo actual (Medina, 2013).

³³ El Reglamento (CE) 357/79 de 5 de febrero (DO nº L 54, de 05/03/1979) establece que los Estados Miembros deben efectuar cada diez años una encuesta de base relativa a la superficie vitícola. De acuerdo con el referido reglamento, España realizó una encuesta con referencia al 2009. En la actualidad este Reglamento ha sido derogado por el Reglamento (UE) 1337/2011 de 13 de febrero (DO nº L 347/1, de 30/12/2011) y, de acuerdo con la nueva legislación Comunitaria, España deberá efectuar la próxima encuesta en el año 2015.

³⁴ La limitada extensión de los terrenos se deriva básicamente de la división parcelaria que tiene lugar en los procesos de repartición de herencias familiares. (Suárez-Sosa, 2000).

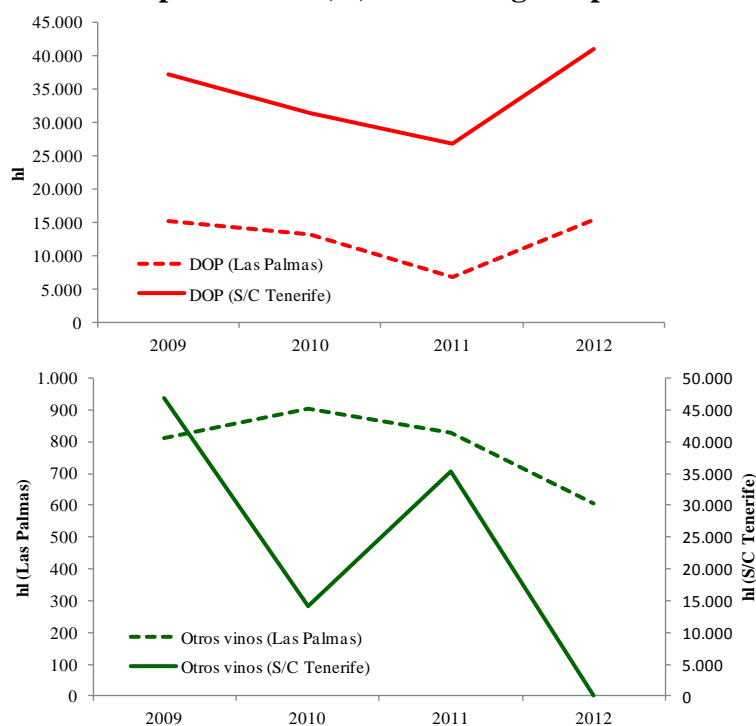
Tabla 3.1. Explotaciones y superficie de viñedo según tamaño de explotación en Canarias en 2009

	Explotaciones (nº)	Superficie de viña (ha)
De 0,10 a 0,20 ha	6.083	838
De 0,20 a 0,30 ha	2.635	627
De 0,30 a 0,50 ha	2.512	946
De 0,50 a < 1 ha	2.197	1.497
De 1 a < 2 ha	1.070	1.436
De 2 a < 3 ha	315	747
De 3 a < 5 ha	212	792
De 5 a < 10 ha	109	722
De 10 a < 20 ha	37	526
De 20 a < 30 ha	4	100
Más de 30 ha	5	584
Total	15.179	8.815

Fuente: Encuesta base de viñedo, 2009. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Por otro lado, una parte importante de la producción de vino en Las Palmas siguen los procesos de vinificación correspondiente a alguna Denominación de Origen; mientras que en Santa Cruz de Tenerife hay un comportamiento más errático en cuanto al porcentaje producido siguiendo el proceso de vinificación de una Denominación de Origen y lo que se produce sin calificar y que se engloba bajo la etiqueta de «otros vinos». En relación a los resultados de las Denominaciones de Origen, la evolución de la producción tanto en Las Palmas como en Santa Cruz de Tenerife pone de manifiesto la mala cosecha que resultó ser la campaña 2011/2012. Los datos de producción de «otros vinos» registrados en Santa Cruz de Tenerife sugieren tomarlos con cautela; por el contrario, los datos de producción de esta misma categoría en Las Palmas sugieren una tendencia decreciente iniciada en 2010 y que se ha mantenido durante tres campañas (Gráfico 3.7).

Gráfico 3.7. Evolución de la producción (hl) de vino según tipo de vino



Nota: No se ha considerado conveniente representar la producción en Santa Cruz de Tenerife bajo la etiqueta de «otros vinos» porque el comportamiento pudiera estar en contradicción con otros resultados o manifestaciones de expertos del sector.

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadística (MAGRAMA).

El 50% de la superficie de viñedos inscritos en alguna de las Denominaciones de Origen se encuentra en la Isla de Tenerife. Las dos DO más representativas de la Isla de Tenerife son la de Tacoronte-Acentejo (17,02%) y la de Abona (15,24%). En la DO de Lanzarote hay inscrita más del 25% de la superficie de viñedo de Canarias (28,22%) y representa la Denominación de Origen con más superficie inscrita de la comunidad autónoma. Este mapa de superficie de viñedo según las Denominaciones de Origen no ha variado en las últimas campañas (Gráfico 3.2).

Tabla 3.2. Evolución de la superficie (ha) de viñedo según las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)

	<u>2009/2010</u>	<u>2012/2013</u>	<u>2013/2014</u>
El Hierro	192	191	108,98
Gran Canaria	233	238	115,55
La Gomera	121	125	77,18
La Palma	736	640	490,56
Lanzarote	1.963	1.884	1.589,46
Abona	1.060	995	608,76
Tacoronte-Acentejo	1.184	1.146	733,07
Valle de Guimar	570	274	136,43
Valle de La Orotava	632	457	136,43
Ycoden-Daute-Isora	264	236	153,06
Islas Canarias	(*)	(**)	88,77

Notas: (*) En las campañas 2009/2010 a 2011/2012 todavía no está constituida. (**) En la campaña 2012/2013 está constituida pero se carece de información. (***) En las campañas 2010/2011 y 2011/2012 no hay variación de datos con respecto a la campaña 2009/2010.

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadística (MAGRAMA) en las campañas 2009/2010 a 2012/2013. Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) en la campaña 2013/2014.

La Comarca Tacoronte-Acentejo, con algo más del 17% de la superficie de viñedo de Canarias, obtuvo una producción de uva de más de 3,5 millones de kg, la más alta en la cosecha 2013/2014 (ICCA, 2013)³⁵. Sin embargo, la DO del Valle de La Orotava y la DO de Ycoden-Daute-Isora obtuvieron mejores rendimientos (Tabla 3.3).

Tabla 3.3. Producción de uva y rendimiento de las Denominaciones de Origen en la campaña 2013/2014

	<u>Producción uva (kg)</u>	<u>Rendimiento (Kg/ha)</u>
El Hierro	293.284	2.691
Gran Canaria	350.796	3.036
La Gomera	196.666	2.548
La Palma	783.330	1.597
Lanzarote	2.485.491	1.564
Abona	1.147.320	1.884
Tacoronte-Acentejo	3.843.604	5.243
Valle de Güimar	345.537	2.533
Valle de La Orotava	1.916.159	8.067
Ycoden-Daute-Isora	943.260	6.163
Vinos de Canarias	339.679	3.826
Total	12.645.126	

Fuente: ICCA.

³⁵ El 95,03% representa uva tinta y el resto es uva blanca.

Según las estadísticas oficiales, el número de viticultores inscritos en alguna de las Denominaciones de Origen fluctúa entre 8.500 y 9.000 agricultores; sin embargo, y de acuerdo con las mismas estadísticas, el número de viticultores en la campaña 2013/2014 se redujo en un 50% aproximadamente. El 60% de los viticultores se concentran en las Denominaciones de Origen de La Palma, Lanzarote, Abona y Tacoronte-Acentejo. Y es la DO Tacoronte-Acentejo en la Isla de Tenerife la que mayor número de agricultores concentra. La distribución del número de viticultores según las Denominaciones de Origen no varía de forma significativa a lo largo de los años que se han tomado como referencia (Tabla 3.4)³⁶.

Tabla 3.4. Evolución del número de viticultores según las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)

	<u>2009/2010</u>	<u>2012/2013</u>	<u>2013/2014</u>
El Hierro	297	246	187
Gran Canaria	340	345	93
La Gomera	223	234	165
La Palma	1.246	1.193	810
Lanzarote	1.756	1.731	1.325
Abona	1.237	1.229	462
Tacoronte-Acentejo	1.814	1.865	908
Valle de Guimar	562	551	206
Valle de La Orotava	967	604	390
Ycoden-Daute-Isora	638	558	278
Islas Canarias	(*)	(**)	46

Notas: (*) En las campañas 2009/2010 a 2011/2012 todavía no está constituida. (**) En la campaña 2012/2013 está constituida pero se carece de información. (***) En las campañas 2010/2011 y 2011/2012 no hay variación de datos con respecto a la campaña 2009/2010.

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadística (MAGRAMA) en las campañas 2009/2010 a 2012/2013. Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) en la campaña 2013/2014.

La Comarca Tacoronte-Acentejo está situada en la vertiente norte de la Isla de Tenerife. Comprenden los municipios de Santa Cruz de Tenerife, San Cristóbal de La Laguna, El Rosario, Tegueste, Tacoronte, El Sauzal, La Matanza de Acentejo, La Victoria de Acentejo y Santa Úrsula y comprende la DO Tacoronte-Acentejo. Las zonas de cultivo se encuentran en unos niveles de altitud comprendidos entre los 200 y 1.000 m sobre el nivel del mar. El índice pluviométrico anual oscila en torno a los 400 y 600 mm; mientras que la temperatura media está entre los 16 y 21 °C. El clima de esta zona puede definirse como de tipo mediterráneo, suavizado por la presencia de los vientos alisios. En general, existe un régimen de temperaturas sin cambios bruscos entre las estaciones. Los suelos suelen caracterizarse por un pH ligeramente ácido debido a su origen volcánico. Estos suelos son ricos en materia orgánica como consecuencia de estar formados principalmente por laurisilva y fayal-brezal. Así mismo, es un suelo fácilmente erosionable cuando se le priva de la capa vegetal protectora. A pesar del potencial vitícola de la comarca, cuenta con algunas dificultades como la orografía accidentada sobre todo en las zonas de cumbre y medianías, tendiendo a suavizarse al aproximarse a las zonas costeras. En este sentido, las diferentes zonas productivas se ven profundamente condicionadas por la presencia de barrancos que complican en muchas ocasiones el acceso y suelen disponerse en diferentes terrazas de dimensiones más pequeñas en las altitudes superiores.

Se trata de una comarca con un marcado carácter agrícola y, dentro de la agricultura, la viticultura es el sector económico relevante. La diversidad de microclimas permite la producción de distintas variedades de vid. Las principales variedades cultivadas en la

³⁶ La dedicación al mantenimiento del viñedo a tiempo parcial tiene suficiente peso en Canarias.

comarca son el Listán Negro, el Listán Blanco, la Negramoll y el Malvasía, todas ellas variedades autóctonas del archipiélago canario. Sin embargo, los microclimas determinan condiciones y rendimientos de cultivos heterogéneos.

Además de superar las 2.000 ha de superficie en producción de uva para vino (Tabla 3.5) y ser la comarca con mayor producción de uva de Tenerife, la oferta gastronómica de la Isla de Tenerife se concentra en la Comarca Tacoronte-Acentejo con un total de 4.216 establecimientos. (Tabla 3.7)

Tabla 3.5. Superficie en producción de uva para vino (ha) en los municipios de la Comarca Tacoronte-Acentejo

	2009	2010	2011	2012
El Rosario	66	66	66	66
El Sauzal	317,4	317,4	313,4	313,4
La Laguna	261,7	261,7	258,7	258,7
La Matanza de Acentejo	176,4	176,4	174,9	174,9
La Victoria de Acentejo	247,3	247,3	247,3	247,3
Santa Cruz de Tenerife	96,1	96,1	96,1	96,1
Santa Úrsula	297,4	297,4	297,4	297,4
Tacoronte	382,7	382,7	382,7	382,7
Tegueste	269,7	269,7	266,2	266,2
Total	2.114,7	2.114,7	2.102,7	2.102,7

Fuente: ISTAC

La producción de vino se embotella, se comercializa a granel o se destina al autoconsumo. En este sentido, la comarca dispone de una red articulada para dar salida al vino que produce. Del total de establecimientos, casi tres mil pertenecen a la modalidad de bar-cafetería, poco más de mil a la de restaurantes y sólo 68 a la recién creada categoría de establecimientos para la venta de vino de cosecha propia, donde el agente relevante es el propio viticultor. Después de casi un año desde la publicación del decreto que regula la comercialización temporal de vino de cosecha propia y los establecimientos donde se desarrolla, más de la mitad de los establecimientos de vino de cosecha propia están localizados en la Comarca Tacoronte-Acentejo³⁷ (Tabla 3.6). Sin embargo, a esta oferta habría que añadir las bodegas que, ante las pérdidas de rentabilidad que han experimentado en los últimos años y la tendencia general de descenso de las ventas, han decidido comercializar el vino que producen tanto en botella como a granel.

Tabla 3.6. Distribución de los establecimientos por Denominaciones de Origen en la Isla de Tenerife en 2013

	Bar-Cafetería	Vino Cosecha Propia (*)	Restaurantes
Abona	2.207 (30,73%)	0 (0,0%)	1.695 (43,09%)
Tacoronte-Acentejo	2.992 (41,67%)	68 (58,62%)	1.156 (29,38%)
Valle de Güimar	319 (4,44%)	1 (0,86%)	166 (4,22%)
Valle de la Orotava	1.043 (14,52%)	44 (37,93%)	489 (12,43%)
Yconde-Dauta-Isora	620 (8,63%)	3 (2,59%)	428 (10,88%)
Total	7.181 (100%)	116 (100%)	3.934 (100%)

Nota: (*) El registro de establecimientos dedicados a la comercialización de vino de cosecha propia corresponde a julio de 2014.

Fuente: Sistema informático turístico (TURIDATA) y Área de Turismo. Turismo Administrativo del Cabildo de Santa Cruz de Tenerife.

³⁷ Es notorio el peso de esta comarca en términos de establecimientos de restauración. Sin embargo, la modalidad restaurante sólo representa el 29,38% de Canarias frente al 43,09% existente en la Comarca de Abona.

Los municipios de la Comarca Tacoronte-Acentejo con mayor número de establecimientos de restauración son La Laguna y Santa Cruz de Tenerife, con 1.429 y 1.613, respectivamente. Respondiendo a la naturaleza de las actividades propias de un área metropolitana³⁸, la mayor parte de los establecimientos pertenecen a la modalidad de bar-cafetería y restaurantes. Los municipios en los que se han registrado mayor número de establecimientos de vino de cosecha propia son La Victoria de Acentejo y Santa Úrsula, municipios localizados en la vertiente norte de la Isla de Tenerife con reconocida tradición en la venta de vino sin el paragua de la Denominación de Origen (tabla 3.7). Santa Úrsula, con una superficie de 22,59 km² y una población de 14.545 habitantes, cuenta con una actividad económica basada en el sector servicios; sin embargo, la superficie agrícola gana importancia en la zona de medianías. Las cifras publicadas en relación al número de establecimientos según modalidad sugieren que el municipio de Santa Úrsula es un buen ejemplo a considerar en el conviven establecimientos de distinta naturaleza y establecimientos de vino de cosecha propia en alta como en proceso de legalización. Los municipios de La Victoria, La Orotava y Los Realejos son también importantes productores de uva y vino y zonas en las que ha aumentado el número de establecimientos en los que se comercializa vino de cosecha propia.

Tabla 3.7. Distribución de establecimientos según tipo y municipios en la Comarca Tacoronte-Acentejo, 2013

	Bar-Cafetería	Vino de cosecha propia*	Restaurantes	Total
El Rosario (n°)	126	0	60	186
% sobre establecimientos	4,21%	0,00%	5,19%	4,41%
% sobre municipio	67,74%	0,00%	32,26%	100,00%
El Sauzal (n°)	68	2	56	126
% sobre establecimientos	2,27%	2,94%	4,84%	2,99%
% sobre municipio	53,97%	1,59%	44,44%	100,00%
La Laguna (n°)	1.105	5	319	1.429
% sobre establecimientos	36,93%	7,35%	27,60%	33,89%
% sobre municipio	77,33%	0,35%	22,32%	100,00%
La Matanza de Acentejo (n°)	72	8	61	141
% sobre establecimientos	2,41%	11,76%	5,28%	3,34%
% sobre municipio	51,06%	5,67%	43,26%	100,00%
La Victoria de Acentejo (n°)	59	21	44	124
% sobre establecimientos	1,97%	30,88%	3,81%	2,94%
% sobre municipio	47,58%	16,94%	35,48%	100,00%
Santa Cruz de Tenerife (n°)	1.237	0	376	1.613
% sobre establecimientos	41,34%	0,00%	32,53%	38,26%
% sobre municipio	76,69%	0,00%	23,31%	100,00%
Santa Úrsula (n°)	88	29	91	208
% sobre establecimientos	2,94%	42,65%	7,87%	4,93%
% sobre municipio	42,31%	13,94%	43,75%	100,00%
Tacoronte (n°)	188	3	109	300
% sobre establecimientos	6,28%	4,41%	9,43%	7,12%
% sobre municipio	62,67%	1,00%	36,33%	100,00%
Tegeste (n°)	49	0	40	89
% sobre establecimientos	1,64%	0,00%	3,46%	2,11%
% sobre municipio	55,06%	0,00%	44,94%	100,00%
TOTAL	2992	68	1156	4216
% sobre establecimientos	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
% sobre municipio	70,97%	1,61%	27,42%	100,00%

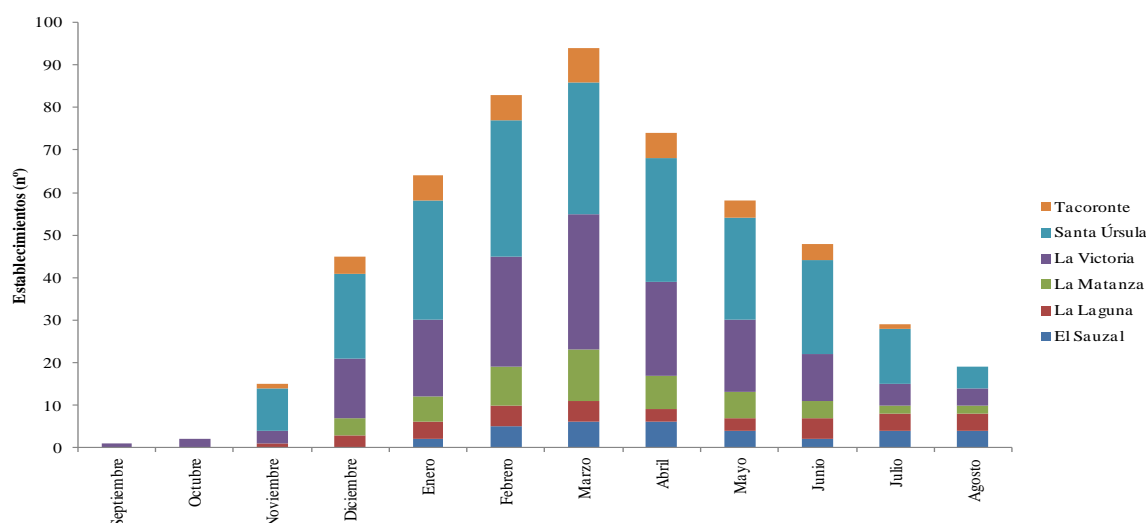
³⁸ Según el Boletín Oficial de Canarias de 18 de julio de 2006, la definición oficial de área metropolitana comprende los municipios de Santa Cruz de Tenerife, La Laguna, El Rosario y Tegeste.

Nota: (*) El registro de establecimientos dedicados a la comercialización de vino de cosecha propia corresponde a julio de 2014.

Fuente: TURIDATA y Área de Turismo. Turismo Administrativo del Cabildo de Santa Cruz de Tenerife.

El ciclo vitícola de las explotaciones canarias comienza en noviembre. Entre noviembre y febrero se realizan fundamentalmente labores de suelo, operaciones en verde y actividades de fertilización; desde el mes de marzo hasta junio, se continúan las tareas de fertilización y se realizan también tareas de poda y protección del cultivo; por último, de julio a octubre se siguen algunas de las tareas anteriores y se añade la vendimia³⁹. Los viticultores combinan las tareas propias del ciclo vitícola con la elaboración y comercialización de vino de su propia cosecha. Las notificaciones de apertura de los establecimientos de vino de cosecha propia tienen lugar entre diciembre y enero. Teniendo en cuenta que el tiempo máximo de de apertura es de cuatro meses, el mes del año en el que hay mayor número de establecimientos abiertos para la venta de vino de cosecha propia es marzo. Debido al solapamiento de los periodos en los que los distintos establecimientos permanecen abiertos, Santa Úrsula es el municipio que cuenta con más establecimientos abiertos a lo largo de todo el año (Gráfico 3.8).

Gráfico 3.8. Flujo de los establecimientos del vino de cosecha propia según municipios de la Comarca Tacoronte-Acentejo. Campaña 2013/2014



Fuente: Elaboración propia a partir del número de establecimientos dados de alta y publicados por el Área de Turismo Administrativo del Cabildo de Santa Cruz de Tenerife.

³⁹ Estos periodos pueden sufrir alteraciones en función de la climatología.

4. EL CASO DEL MUNICIPIO DE SANTA ÚRSULA

En las comarcas de Canarias con importante actividad vitivinícola es frecuente encontrar establecimientos en los que se desarrolla la actividad de comercialización temporal de vino de cosecha propia. El decreto 83/2013, de 1 de agosto, configura un régimen específico en relación con los establecimientos de temporada y destinados a la venta directa y exclusiva de vino de cosecha propia, diferenciándose de las actividades permanentes de restauración. Los establecimientos que no reúnan los requisitos propios no quedarán amparados por la Norma, por lo que habrán de cumplir, en consecuencia, con las disposiciones aplicables a los establecimientos turísticos de restauración. El municipio de Santa Úrsula, históricamente de naturaleza agrícola, ha transformado su economía hacia el sector servicios, con pequeñas y medianas empresas, destacando la restauración, algunas instalaciones de hostelería y establecimientos que no pertenecen a ninguna de las categorías de restauración reconocidas por los Decretos que regulan la actividad turística de restauración y los establecimientos donde se desarrolla (restaurantes, bares y cafeterías y *guachinches*).

El reconocimiento de los *guachinches* como nueva categoría dentro de las actividades de restauración ha motivado la búsqueda y análisis de información en el municipio de Santa Úrsula sobre los establecimientos dedicados a la comercialización temporal de vino, tanto si cumplen como si no los requisitos de la nueva normativa.

El proceso de búsqueda de información ha consistido en la realización de una encuesta mediante entrevista personal al titular de los establecimientos en los que se desarrolla la actividad de comercialización⁴⁰. El cuestionario consta de veintiseis preguntas agrupadas en cinco bloques (véase Anexo I). El primer bloque, además de identificar el establecimiento, pretende clasificarlo entre los que cumplen o no los requisitos establecidos en la Norma para este tipo de establecimientos. Por ejemplo, si figura o no en el Registro General de Turismo del Cabildo de Tenerife como *guachinche* y cuál es su situación administrativa (Alta, Baja o en Trámite) y qué aspectos de la normativa cumple (disponibilidad de la placa distintiva y localización en lugar visible, venta de bebidas no permitidas, iluminación y ventilación adecuadas, si cuenta con un aseo, como mínimo, y un almacén, si el listado de precios está publicado tanto en el interior como en el exterior y si la carta cuenta con un máximo de tres platos y si el cliente puede conocer el horario de apertura en todo momento). El contenido de este bloque informativo se recabó mediante la observación del encuestador. La lista de precios y de platos culinarios y el horario de apertura del establecimiento constituyen material complementario del cuestionario.

Los bloques siguientes se centran en aspectos generales de la explotación, la producción de uva y su transformación en vino. Teniendo en cuenta que la viticultura en Canarias constituye una actividad agraria caracterizada por la abundancia de pequeños propietarios y alto grado de dispersión de las parcelas, la primera cuestión está dirigida a la ubicación y dimensión del viñedo. La notable dispersión de rendimientos derivada de las variedades cultivadas sugirió formular una pregunta en relación a las variedades cultivadas y, en segundo término, a la cantidad de uva producida, tomando como referencia no sólo la última campaña sino el último quinquenio que compensara la variabilidad de rendimientos. La proporción de uva destinada a vinificación ayuda a aproximar la producción de vino.

⁴⁰ La realización de la encuesta por vía telefónica, correo o internet no se consideró oportuna por el malestar existente entre viticultores, empresarios y la Administración.

El vino comercializado debe proceder de viñedos pertenecientes o explotados por la persona que ejerza la actividad y elaborado por ella misma. A tal efecto, el titular del establecimiento debe disponer de bodega. La producción de vino puede aproximarse a partir de la producción de uva y considerando la relación de transformación de acuerdo con los reglamentos de los Consejos Reguladores de la Denominación de Origen (CRDO). En este caso se preguntó directamente por los litros de vino producidos. Los viticultores, una vez que deciden producir vino, pueden dedicarlo al autoconsumo, a la venta a granel o embotellarlo con y sin Denominación de Origen.

La valoración de la actividad precisa conocer, por el lado de los ingresos, el precio del litro de vino, el número de personas que por término medio visitan el establecimiento, gasto total medio por persona y consumo medio de vino por persona; por el lado del gasto, coste de producción de un litro de vino y de elaboración de los platos que se ofrecen. La evaluación de los costes laborales precisa del número de horas a la semana que el titular o cualquier otro miembro de su familia permanece en el establecimiento y si precisa o no contratar personal adicional. Nótese que se conocen las horas que el establecimiento permanece abierto. Dado el comportamiento diferente a lo largo de las diferentes horas del día, del día de la semana y la semana del mes, se solicita la información en relación a una semana tipo. La valoración desde el lado del ingreso distingue entre residentes y no residentes para analizar en qué medida estos establecimientos complementan la oferta turística.

La población objeto de estudio está formada por el número total de establecimientos dedicados a la comercialización temporal de vino de cosecha propia o vino a granel en el municipio de Santa Úrsula. La persona que ejerce la actividad debe comunicar anualmente al Cabildo correspondiente la fecha de apertura. El Cabildo de Tenerife cuenta con un registro de los establecimientos de restauración en general y de los *guachinches* en particular. Teniendo en cuenta el carácter temporal de la actividad que se desarrolla en los *guachinches*, el servicio administrativo de Turismo del Cabildo ofrece tres listados según sea la situación del *guachinche* en el momento de solicitar la información (abierto, cerrado o pendiente de que se le habilite o no para el ejercicio de la actividad). Debido a la corta edad de la Norma y al periodo de transición que aún no había finalizado en el momento de realizar el trabajo de campo, los 29 *guachinches* contabilizados según el Registro del Cabildo no constituían un buen indicador del tamaño real de la población. Así, para determinar el tamaño de la población se recurrió a fuentes no oficiales. En concreto, a la aplicación *GuachApp* para dispositivos móviles de localización de *guachinches* en la Isla de Tenerife y diferentes páginas web (véase Anexo II). Con la información disponible se construyó un listado único de 68 establecimientos. Cada uno de los nombres de este listado se cotejó con el registro de establecimientos de restauración del Cabildo y se añadió un campo para especificar la modalidad de actividad de restauración. Un conjunto de establecimientos eran desconocidos para la fuente oficial, independientemente de la situación administrativa en la que se encontrase⁴¹, pero eran promocionados en diferentes medios. La muestra de 44 locales está formada por todos los establecimientos de la población excluyendo los que en el listado oficial se reconocen como restaurantes o bares-cafeterías.

Los establecimientos seleccionados se localizaron en un mapa de Santa Úrsula para comprobar el grado de dispersión en el municipio, por zonas del municipio e, incluso, por calles. El horario y días de la semana elegidos para la realización de la encuesta se seleccionaron con cierto cuidado para evitar un bajo índice de respuesta. En este

⁴¹ Algunos establecimientos que según la fuente oficial debían estar cerrados estaban prestando sus servicios al público.

sentido, se eligieron días laborales que coincidiera con días de apertura del local⁴² (Tabla 4.1). El periodo del año elegido descartó de la encuesta locales que empezaron a comercializar el vino antes del mes de abril. En el momento de realizar la encuesta estos locales habían agotado el periodo de apertura de cuatro meses o vendido el vino. En este sentido, la información obtenida corresponde a locales que estaban al final del periodo de actividad, un buen momento para valorar los resultados de la comercialización.

Tabla 4.1. Distribución de encuestas y calendario según zonas del municipio

Entidad singular	Núcleos	Tamaño de la población	Tamaño de la muestra	Encuestas efectivas	Día de la encuesta
El Cantillo		3	2	0	22 de Julio y 1 de agosto
La Corujera	La Corujera	28	17	7	22, 23, 25 de Julio y 1 de agosto
	La Tosquita	1	1	0	25 de Julio
	Pino Alto-Santa Úrsula	1	0	0	25 de Julio
	Tamaide	2	2	1	25 de Julio y 1 de Agosto
Cuesta de la Villa	Barrio Antonio Afonso	0	0	0	No hay establecimientos
	Cuesta de la Villa	6	5	1	25 de Julio y 1 de Agosto
El Farrobillo		3	2	0	18 de Julio
Santa Úrsula (capital municipal)	El Calvario	0	0	0	No hay establecimientos
	La Puntilla	0	0	0	No hay establecimientos
	Lomo Román	0	0	0	No hay establecimientos
	Santa Úrsula	13	10	4	18 y 22 de Julio
Tosca Barrios		0	0	0	No hay Establecimientos
Tosca de Ana María		1	1	0	18 de Julio
La Quinta		0	0	0	No hay establecimientos
La Vera		10	4	4	18 de Julio
Total		68	44	17	

Nota: Algunas zonas se visitaron más de un día porque el día inicialmente elegido no correspondía con un día de trabajo. El 1 de agosto se visitaron locales que necesitaron más de un día para completar la encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo el calendario de encuestas por zonas que se muestra en la Tabla 4.1, se visitaron 32 calles distintas del municipio y 17 establecimientos accedieron a realizar la

⁴² Los días seleccionados fueron el 18 (viernes), 22 (martes), 23 (miércoles), y 25 (viernes) de julio y 1 (viernes) de agosto de 2014.

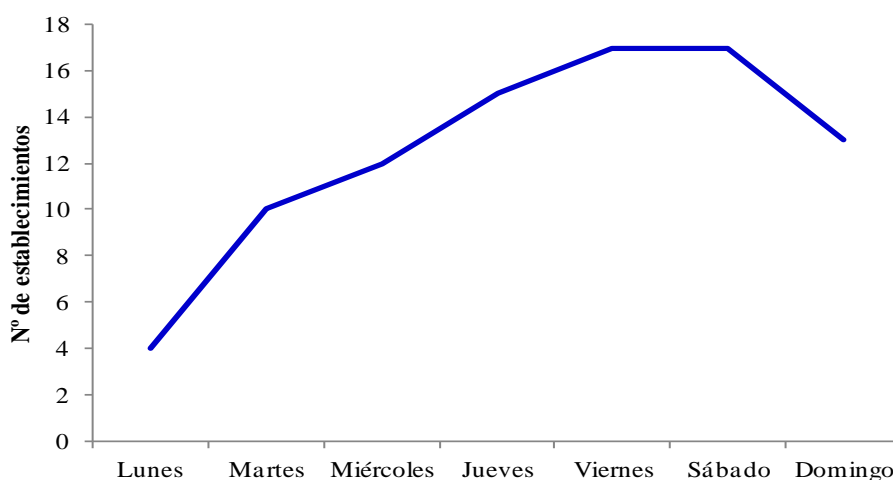
encuesta. El resto de los establecimientos estaban cerrados (24 establecimientos) o no querían participar en el estudio (3 establecimientos). El miedo a suministrar información y la presión por el número de inspecciones a las que están sometidos por parte de los organismos correspondientes provocó que el índice de participación fuera del 38,64%. El 6,25% de los locales están en terrenos calificados como suelo rural, el 9,38% en suelo urbanizable y el resto en urbano. Los núcleos urbanos con mayor concentración de establecimientos son La Corujera, seguida de Santa Úrsula centro y La Vera.

Sólo 29 de los establecimientos de la muestra figuran en el Registro del Cabildo de Tenerife como *guachinches*. Cinco de estos *guachinches* estaban abiertos y cumplían con el periodo de apertura que publica el Cabildo y seis estaban abiertos cuando según la información del Cabildo habían agotado el periodo de apertura o estaban en una situación de trámite. Entre los establecimientos no inscritos en el registro, sólo 6 estaban abiertos. Es decir, el 64,70% de los titulares que accedieron a realizar la encuesta regentan establecimientos que pertenecen a la modalidad de *guachinches* y el resto (35,3%) son establecimientos que no pertenecen a ninguna modalidad de las actividades de restauración. Sin embargo, entre los *guachinches*, un poco más de la mitad, aún no cumpliendo la normativa sobre el periodo de apertura, estaban abiertos.

En relación a aspectos concretos de la normativa, todos cuentan con una correcta iluminación y ventilación y disponen de un aseo como mínimo y de un almacén. El 76,5% no utiliza placa distintiva ni publica su lista de precios en el exterior del local, pero todos la muestran en el interior. Sin embargo, el 35,4% ofrecen bebidas no permitidas y el 23,5% oferta más de tres platos. Los aspectos de la normativa más controvertidos son las bebidas y la oferta de comidas. La razón que alegan los titulares es atraer más clientela y, en concreto, al cliente que es acompañado por su familia y que demanda, además del vino, refrescos. Normalmente, los platos suelen ser de elaboración casera, típicos de la cocina tradicional de la zona y productos alimenticios de procedencia agrícola o ganadera. Los postres de elaboración industrial constituyen la parte más controvertida de la oferta culinaria.

En cuanto al horario de apertura, viernes y sábados son los días de la semana que abren la mayor parte de los locales. El domingo disminuye el número de locales abiertos. Durante la semana, el lunes es el día que menos establecimientos abren y, a medida que transcurre la semana, el número de establecimientos que abren aumenta hasta llegar a la víspera del fin de semana (Gráfico 4.1).

Gráfico 4.1. Número de establecimientos abiertos según día de la semana



Fuente: Elaboración propia.

A lo largo de la semana suelen tener dos horarios diferentes. Uno de domingo a jueves y otro para viernes y sábados. De domingo a jueves suelen tener un turno de 4 a 6 horas según el local. El viernes y sábado suelen tener dos turnos y el número total de horas fluctúa entre 9 y 11 horas (Tabla 4.2).

Tabla 4.2. Número de horas de atención al público según tamaño del local y día de la semana

Tamaño (m ²)	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
T≤50	6	6	6	6	6	6	0
	0	4	4	4	4	7,5	0
50<T≤75	0	4,5	4,5	4,5	4,5	10,5	4,5
	0	0	6	6	6	11	0
	0	11	11	11	11	11	4,5
75<T≤105	0	0	4	4	7	7	3
	0	4	7	7	7	7	4,5
	3,5	3,5	3,5	0	8,5	8,5	4,5
	0	0	0	4	9	9	4,5
	0	5	5	5	9,5	9,5	4
	5	5	5	5	5	11	0
	0	0	0	0	11	11	4
	0	3	3	3	8	8	3
105<T≤130	0	0	0	3	6,5	6,5	3,5
T>130	10,5	10,5	0	11	11	11	4
	0	0	0	3	11	11	5
	0	0	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5

Fuete: Elaboración propia.

El 88% de los encuestados tienen las viñas que cultivan en el municipio de Santa Úrsula y sólo un 12% tiene parcelas repartidas entre Santa Úrsula y otros municipios colindantes como La Victoria y La Orotava. La superficie media cultivada es de 0,76 ha y 0,3 ha es la dimensión de parcela más frecuente. En cuanto a los locales, la media se sitúa en 90,76 m² y la más frecuente en 80 m².

Tabla 4.3. Variedades de uvas permitidas en la Comarca Tacoronte-Acentejo

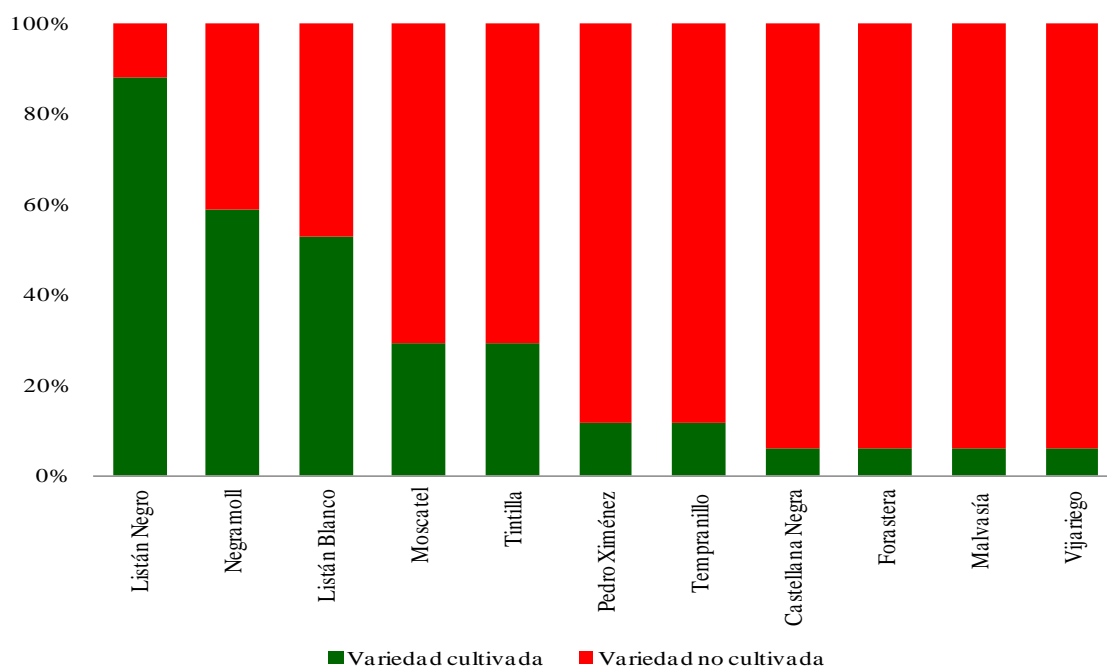
Preferentes		Autorizadas	
Tintas	Blancas	Tintas	Blancas
Listán Negro	Gual	Moscatel Negro	Listán Blanco
Negramoll	Malvasía	Cabernet Sauvignon	Pedro Ximénez
Tintilla	Bemejuela	Merlot	Torrontes
Malvasía Rosado	Verdillo	Pinot Noir	Bastardo Blanco
Castellana Negra	Moscatel de Alejandría	Ruby Cabernet	Breval
	Vijariego	Syrah	Burrablanca
	Forastera Blanca	Tempranillo	
	Albillo	Bastardo Negro	
	Sabro	Listán Prieto	
		Vijariego Negro	

Nota: se han sombreado las variedades cultivadas por los encuestados. Con menor intensidad se han señalado los casos dudosos de clasificar porque la información disponible no precisa la modalidad de la variedad.

Fuente: DO Tacoronte-Acentejo. Gobierno de Canarias.

A partir del listado de variedades permitidas en la Comarca Tacoronte-Acentejo (Tabla 4.3) se verificó que las variedades mencionadas en las encuestas correspondían a variedades permitidas. En concreto, de las once variedades señaladas, seis corresponden a variedades preferentes, tres a autorizadas y dos imposibles de clasificar porque no se señaló la modalidad de la variedad (Tabla 4.2). Las variedades cultivadas con mayor frecuencia son Listán Negro, Negramoll y Listán Blanco; las dos primeras son variedades de la modalidad preferente y la última de la modalidad autorizada.

Gráfico 4.2. Porcentaje de titulares que cultivan y no cultivan según variedades declaradas en las encuestas



Fuente: Elaboración propia

Esta pequeña muestra de viticultores produjo 104.526 kg de uva en la campaña 2013/2014 que destinaron en su totalidad a la producción de vino. Por explotación, la producción fue de 6.149 kg por término medio; pero, si se toma como referencia el último quinquenio, la producción de uva se reduce ligeramente alcanzando los 5.662,5 kg por término medio⁴³. Las explotaciones obtienen un rendimiento medio de 6.327,59 kg/ha⁴⁴, superior al rendimiento de la Comarca Tacoronte-Acentejo en la campaña 2013/2014. (Tabla 3.2.)

Los 17 establecimientos obtuvieron un total de 85.950 litros y, por término medio, unos 5.055,88 litros por local. Todos los establecimientos disponen de bodega para el almacenamiento del vino elaborado y sólo venden vino a granel. El porcentaje de vino que dedican a la venta a granel oscila entre el 77 y el 100% de la producción, destinando una parte importante al autoconsumo⁴⁵. Por lo tanto, el volumen de vino que se comercializa a granel fluctúa entre los 3.893,03 y 5.055,88 litros por establecimiento. La media de litros destinados a la comercialización a granel en la campaña 2013/2014 fue de 4.620,23 litros por local.

⁴³ El 47,1% de los encuestados contestó a esta pregunta.

⁴⁴ La relación entre producción y superficie de uno de los casos se aleja del comportamiento descrito por el resto de explotaciones y duplica la producción de otra explotación con las mismas características. Este hecho ha sugerido prescindir del caso en este cálculo.

⁴⁵ En la modalidad autoconsumo se incluye tanto el consumo de la unidad familiar del titular y los obsequios a amigos y familiares.

El precio de venta al público del litro de vino producido es de 6 € en la mayor parte de los casos (89 %). Sin embargo, el coste de producción es más variable y se podría cifrar en 2,24 €/litro por término medio. Es decir, el margen por litro es de 3,76 € y la comercialización de 4.620,23 litros a granel aportan unos ingresos medios de 17.372,06 € por local.

Los clientes suelen acompañar el vino con la degustación de algún plato típico. A partir del número de clientes puede aproximarse el ingreso por los platos que acompaña a la degustación del vino. En una semana tipo, el número de clientes es de 150 personas por local. La cantidad de vino que suele consumir cada cliente fluctúa entre un cuarto de litro y medio litro de vino. Bajo el supuesto de que cada cliente consuma medio litro de vino, cada establecimiento vende 75 litros a la semana. Por tanto, la comercialización de 4.620,23 litros requiere de algo más de 60 semanas (1 año y 2 meses). El número de semanas necesarias para comercializar la producción de vino destinada a la venta a granel sugiere que la tercera parte de la producción no se venda. En este sentido, parece conveniente evaluar el margen por la comercialización del vino a partir del número de clientes que visitan los locales y sus modalidades en función del consumo por cliente. Los 150 clientes que por término medio visitan un local gastan 141 euros, si cada cliente consume un cuarto de litro, y 282 euros si consume medio litro.

El gasto por persona entre comida y bebida es de 9 €. Un cliente gasta en comida 7,5 €, si acompaña la comida con un cuarto de litro, y 6 €, si lo hace con medio litro de vino. Por tanto, los 150 clientes semanales dejan entre 900 € y 1.125 €, dependiendo de que el cliente consuma un cuarto de litro o medio litro de vino acompañando la comida. El gasto de elaboración de los platos ofertados a lo largo de una semana tipo es 817,65 € según los datos de la encuesta. Por tanto, la comida puede aportar al establecimientos unos ingresos adicionales que fluctúan entre 82,35 € y 307,35 €, dependiendo de la modalidad del cliente en función de su consumo de vino.

En resumen, los ingresos totales derivados de la actividad varían entre 364,35 € y 448,35 € por semana y local.

Hasta ahora se han calculado los ingresos por la comercialización del vino y la comida. Sin embargo, sin entrar en detalle de todos los costes que deberían imputarse a la actividad, otro aspecto importante es la valoración en términos de empleo. Según la encuesta, el titular del local dedica por término medio 46 horas a la semana; además, el titular suele contar con el apoyo de dos miembros de su familia que le dedican 24 horas a la semana cada uno. El total de horas de trabajo a la semana es igual a 94 horas. El tiempo dedicado por el titular de la explotación supera una jornada laboral de 40 horas a la semana y el exceso en el número de horas es aún mayor si se tiene en cuenta que la comercialización temporal de vino de cosecha propia es una actividad complementaria a las tareas de fertilización, poda y protección del cultivo que, según el ciclo vitícola de canarias, son tareas que se prolongan durante los meses de julio y agosto. Los establecimientos de mayor dimensión necesitan los días de más afluencia de clientes un empleado más a quien se le contabiliza un total de 8 horas a la semana. Estos establecimientos representan el 52% de los encuestados. Las labores que desempeñan el personal contratado son servir mesas y trabajos de limpieza, principalmente.

Finalmente, la aportación de la actividad al sector turístico podría cuantificarse en el 17,33% que representa el porcentaje de clientes turistas o residentes de nacionalidad no española que según la encuesta suelen acudir a este tipo de establecimientos.

5. CONCLUSIONES

La comercialización del vino de cosecha propia es una actividad arraigada en la cultura vitivinícola y gastronómica de una parte significativa de la población de la Isla de Tenerife. Constituye una fuente de renta complementaria que contribuye a aumentar la calidad de vida de los agricultores y un complemento de la oferta turística existente en el medio rural.

Los viticultores ven en la comercialización al por menor y por tiempo determinado una forma de dar salida a sus producciones. Sin embargo, en los últimos años han proliferado una serie de establecimientos que, no reuniendo los requisitos propios, pugnan en el mercado, de forma desleal, con la actividad propia de los restaurantes y bares y cafeterías.

El Decreto 83/2013, del 1 de agosto, reconoce a los *guachinches* como nueva modalidad de las actividades de restauración. El estudio sobre la comercialización temporal de vino de cosecha propia en el municipio de Santa Úrsula muestra que los puntos más controvertidos de la normativa son el tiempo establecido para desarrollar la actividad, la venta de bebidas y el número de platos ofertados para acompañar al vino.

El tiempo máximo de apertura es uno de los apartados que ha enfrentado a los colectivos que lideraron la redacción del decreto. Hasta ahora, ASVITEN había manifestado su intención de solicitar al Gobierno de Canarias la supresión del techo máximo en el número de meses de apertura. Por su parte, APYMEVO consideraba suficiente el plazo estipulado en el decreto y admite la existencia de ciertas excepciones que deben ser definidos por la autoridad competente. Recientemente el Cabildo de Tenerife, ASVITEN y APYMEVO han llegado a un acuerdo para solicitar al Gobierno de Canarias un periodo de apertura máximo de seis meses para aquellos establecimientos que justifiquen que disponen de vino de cosecha propia para comercializar. Además, para facilitar las labores de control se solicitará que el Cabildo tenga la potestad de emitir distintivos para cada establecimiento señalando la fecha de apertura y periodo permitido. Sin embargo, la solución podría estar en la incorporación en la Norma de lo que se entiende por excedente y que justifica la comercialización de vino de cosecha propia como actividad complementaria en las explotaciones agrarias.

Por otro lado, los cambios en la normativa sobre la tasa de alcoholemia permitida para conducir puede que haya influido en el servicio que se presta en estos establecimientos. Desde el sector de la restauración se exigen más controles de la oferta gastronómica. En concreto, la venta de más de tres platos y refrescos fomenta la competencia desleal con respecto al sector de la restauración. Restaurantes, bares-cafeterías y *guachinches* venden el litro de vino al mismo precio pero las comidas que se ofertan en los *guachinches* son más abundantes y más baratas. La delimitación de zonas concretas del territorio donde se puedan autorizar estos establecimientos y un listado de comidas entre las que se eligen el máximo de tres para ofertar podrían ser ajustes a incorporar en el Decreto.

Finalmente, la nueva normativa sobre la comercialización temporal de vino de cosecha propia puede ser el punto de partida en la elaboración de estadísticas sobre la cantidad de vino comercializado a granel.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Área de Turismo Servicio Administrativo de Turismo (2014): Guachinches. Cabildo Insular de Tenerife. 14 de Julio de 2014.
- Gobierno de Canarias. Reglamento. Recuperado el 16 de abril de 2014, de <http://www.tacovin.com/dota/espanol/reglamen.htm>.
- Godenau, D. y Suárez Sosa, S.J. (2004): ¿Cuánto viñedo hay? Contraste de las diferentes fuentes Estadísticas a través de una muestra de parcelas en la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo. V Jornadas Técnicas Vitivinícolas Canarias. ISBN 84-689-0365-5.
- Ilustre Ayuntamiento de Santa Úrsula. Ordenanza fiscal reguladora del impuesto sobre bienes inmuebles del municipio de Santa Úrsula. Recuperado el 14 de Abril de 2014, de <https://sede.santaursula.es/public/economica/re/ReOrdenanzas.aspx>.
- Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) (2013): Informe de las Declaraciones de Cosechas Presentadas. Campaña 2013. Gobierno de Canarias. 22 de enero de 2014.
- Medina, J.A. (2013). La Isla registra la mejor cosecha de uva de los últimos 7 años. El Día.es. Recuperado el 23 de noviembre de 2013, de <http://eldia.es/tenerife/2013-11-26/1-Isla-registra-mejor-cosecha-uva-ultimos-anos.htm>.
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2009). Encuesta Base de Viñedo 2009. Madrid. NIPO: 280-12-100-8.
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012). Encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos análisis de las plantaciones de viñedo en España (ESYRCE). Madrid.
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2013). Anuario de Estadística. Madrid.
- Suárez Sosa, S.J (2000): Método de Evaluación de Costes de una Explotación Vitícola III Jornadas Técnicas Vitivinícolas Canarias, Casa Museo Insular de la vid y el vino de Tenerife, Noviembre 2000.

7. ANEXO

ANEXO I. ENCUESTA A LOS ESTABLECIMIENTOS DE VINO DE COSECHA PROPIA

1. Identificación del establecimiento

1. Dirección.
2. ¿Está dado de alta en el registro del cabildo sobre los *guachinches*? ¿Cuál es su situación actualmente?
3. ¿Cumple con la normativa del decreto 83/2013? Marcar con un “x” los aspectos en los que se incumple la normativa.

Tiene la placa distintiva puesta de forma visible.....	
Vende bebidas distintas al agua y el vino.....	
El local está bien iluminado.....	
El local está bien ventilado.....	
Posee como mínimo un aseo.....	
Posee un almacén.....	
Tiene el listado de precios en el interior.....	
Tiene el listado de precios en el exterior.....	
Tiene como máximo 3 platos en la carta.....	

2. Información sobre la explotación y el establecimiento

1. ¿Dónde se ubica su explotación vitícola?
2. ¿Cuál es la superficie cultivada de viñedo que posee en m²?
3. ¿Cuántos m² mide el establecimiento donde vende usted el vino?

3. Información sobre la uva

1. ¿Qué variedades cultiva?
2. ¿Cuántos kg de uva ha producido su explotación en la cosecha de 2013?
3. ¿Y en los últimos 5 años?
4. ¿Qué destino tiene la uva que usted produce en su explotación? (uva de mesa o uva de vinificación)

4. Información sobre el vino y su comercialización

1. ¿Posee una bodega?
2. ¿Cuántos litros de vino ha elaborado en la cosecha de 2013?
3. De los litros obtenidos a partir del proceso de transformación, ¿qué porcentaje de vino dedica al autoconsumo?
4. ¿Y a la venta a granel?
5. ¿Cuánto dedica a vino de mesa (embotellado sin DO)?
6. ¿Qué porcentaje dedica a embotellar con DO?
7. ¿En su establecimiento vende sólo vino a granel?
8. ¿Cuál es el precio del litro de vino?
9. ¿Cuántas personas, por término medio, visitan su establecimiento a lo largo de la semana? ¿Cuántas estima usted que sean no residentes?
10. ¿Cuál es el gasto total medio por persona? Distinguir entre gasto total medio en general y gasto total medio de los turistas.
11. ¿Cuál es el consumo medio de vino por persona?
12. ¿Cuál es el coste de producción de 1 litro de vino?
13. ¿Cuánto gasta usted en la elaboración de los platos que ofrece a sus clientes en una semana tipo?

5. Información sobre el titular y los empleados

1. ¿Cuántas horas a la semana permanece usted (como titular) en el establecimiento?
2. ¿Cuántas horas a la semana permanece en el establecimiento algún otro miembro de su familia?
3. ¿Cuántas horas a la semana contrata usted otro personal?

ANEXO II. RELACIÓN DE PÁGINAS WEB QUE ANUNCIAN RESTAURANTES, BARES Y CAFETERÍAS, *GUACHINCHES* Y OTROS

Guachinche. Recuperada el 7 de Enero de 2015, de <http://guachinches.es/>.

ProAdeon. Guachinches de Tenerife. Recuperado el 22 de abril de 2014, de <http://www.guachinches.org/guachinches.php>.

Sacramento, J. Guachinches Parranderos. Recuperado el 24 de Abril de 2014, de <http://guachinchesparranderos.blogspot.com.es/>.

TripAdvisor. Los Mejores Restaurantes en Santa Úrsula. Recuperado del 2 de mayo de 2014, de http://www.tripadvisor.es/Restaurants-g1064200-Santa_Ursula_Tenerife_Canary_Islands.html.

Turismo de Tenerife S.L. Guachinche. Recuperado el 16 de abril de 2014, de <http://www.webtenerife.com/actividades/comer-y-beber/guachinches/>.