

Revista de Historia de Jerez

ISSN: 1575-7129
BIBLID [1575-7129] 26 (2023) 1-375

nº 26 (2023)



Diseño y maquetación: Departamento de Imagen y Diseño. Ayuntamiento de Jerez
ISSN: 1575-7129
Depósito Legal: CA-412-19
Imprime: Estugraf Impresores, Ciempozuelos (Madrid)

Revista de
*H*istoria
de Jerez

Centro de Estudios Históricos Jerezanos

nº 26 (2023)



Revista de
Historia
de Jerez

Consejo de Redacción

Director

Miguel Ángel Borrego Soto

Secretario

Francisco José Barrionuevo Contreras

Vocales

Juan Félix Bellido Bello
Ramón Clavijo Provencio
Rosalía González Rodríguez
José María Gutiérrez López
Cristóbal Orellana González

Comité Científico

Juan Abellán Pérez
Alicia Arevalo González
Juan Ramón Cirici Narváez
José García Cabrera
Virgilio Martínez Enamorado
Silvia María Pérez González
José Ramos Muñoz
Fernando Nicolás Velázquez Basanta

Índice

ESTUDIOS

- Francisco Pinto Puerto, José María Guerrero Vega, Gregorio Mora Vicente,
Manuel Castellano Román y Roque Angulo Fornos 09
**EL PALACIO RIQUELME DE JEREZ DE LA FRONTERA Y
SU CONTEXTO URBANO**
- Javier Serrano Pinteño 31
**RENOVACIÓN ARQUITECTÓNICA Y URBANÍSTICA.
LA IGLESIA Y EL CLAUSTRO DEL MONASTERIO DE NUESTRA
SEÑORA DE LA MERCED DE JEREZ DE LA FRONTERA**
- Francisco José Morales Bernal 87
**IMPRESA, LATÍN Y CIENCIA EN EL JEREZ DEL XVII:
DOS TRATADOS MÉDICOS JEREZANOS EN LENGUA LATINA**
- Juan Antonio Moreno Arana 109
**LA MÚSICA EN LA HERMANDAD DEL DULCE NOMBRE
DE JESÚS DE JEREZ DE LA FRONTERA DURANTE EL SIGLO XVIII**
- Juan Rodríguez García 133
**VOCACIÓN EXPORTADORA DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA
DE JEREZ 1822-2015: AUGE, EXPANSIÓN Y DECADENCIA**
- José García Cabrera y Rubén García Gordillo 161
**LA DEPURACIÓN DE LOS TRABAJADORES MUNICIPALES
DE JEREZ DURANTE LA GUERRA CIVIL. UN CAPÍTULO DE
LA VIOLENCIA POLÍTICA DEL FRANQUISMO**
- Guillermo Martínez Salazar y Miguel Ríos Molina 213
**LA ESCULTURA DE FRANCISCO PINTO PARA EL TEMPLO
PARROQUIAL DE LAS MERCEDES DE SANTO DOMINGO
EN REPÚBLICA DOMINICANA: CONSIDERACIONES
ESTILÍSTICAS, TEMPORALES Y LOGÍSTICAS**
- Manuel Ruiz Romero 235
**EL AYUNTAMIENTO DE JEREZ: DE LA REFORMA POLÍTICA
A SU RENOVACIÓN DEMOCRÁTICA (1976-1979)**

DOCUMENTOS

- Miguel Ángel Borrego Soto 261
**NUEVOS DATOS SOBRE EL REPARTIMIENTO RÚSTICO
DE JEREZ A PARTIR DE VARIOS MANUSCRITOS INÉDITOS**
- Cristóbal Orellana González 317
ORDENANZAS DEL VINO DE JEREZ DE LA FRONTERA (1483)

VARIA

- Miguel Ángel Borrego Soto 341
**SEMBLANZA DEL SABIO JEREZANO IB N `ABD AL-MU`MIN
AL-ŠARIŠĪ EN EL VIII ANIVERSARIO DE SU MUERTE (1223-2023)**
- Diego Bejarano Gueimúndez Y Ernesto J. Toboso Suárez 349
**UNAS YESERÍAS MEDIEVALES PROCEDENTES
DE LA JUDERÍA DE JEREZ**

RESEÑAS

- Álvaro Cabezas García 359
VEGA GEÁN, E. J. y GARCÍA ROMERO, F. A.:
*Semana Santa de Jerez. Patrimonio, literatura, arte, curiosidades,
saeta, fenomenología, con la colaboración de
Francisco Antonio García Márquez.*
Córdoba: Editorial Almuzara, 2023.
Colección Arte y Patrimonio. 539 págs. ISBN 978-84-11313-95-7.
- Alba Sánchez Guerrero 363
**VEGA GEÁN, E. J. y GARCÍA ROMERO, F. A. y
RUIZ CASTELLANOS, A.: *Estampas y figuras de la
Gades Romana y su comarca. Jerez de la Frontera:***
Editorial Peripicias libros, 2023. 252 págs. ISBN: 978-84-126699-5-4.
- José Manuel Moreno Arana 369
**CABALLERO RAGEL, J.: *La ciudad burguesa.
Arquitectura isabelina en Jerez (1833-1868).***
Jerez de la Frontera: Tierra de Nadie Editores, 2023.
376 págs. ISBN: 978-84-126850-2-2
- Agustín García Lázaro 371
**PÉREZ GONZÁLEZ, Silvia María y
MINGORANCE RUIZ, José A.:**
*Los pagos de viñas de Jerez de la Frontera en el siglo XV.
Tierra, mercado y propietarios.* Madrid: Dykinson, S.L., 2023.
116 págs. ISBN: 978-84-1170-272-0.

VOCACIÓN EXPORTADORA DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA DE JEREZ 1822-2015: AUGE, EXPANSIÓN Y DECADENCIA

Juan Rodríguez García*

Resumen

La exportación es un factor clave en el desarrollo económico y social de cualquier país, región o localidad. En el caso de la industria vitivinícola de Jerez, y hasta tiempo muy reciente, la capacidad de crecimiento de esta industria y de su entorno territorial ha estado estrechamente relacionada con su capacidad exportadora. Los vinos de Jerez fueron los más exportados de España durante el siglo XIX y gran parte del XX, siendo su mercado principal el británico, y adquirieron un lugar destacado en la balanza comercial española a lo largo del siglo XIX. Así mismo fue el producto dominante del comercio exterior español durante el siglo XIX. En este artículo reconstruimos la serie histórica de las exportaciones de los vinos de Jerez durante 193 años, haciendo referencia a las distintas etapas por las que pasó la industria vitivinícola de Jerez, su grado de dinamismo y las circunstancias históricas que explican y condicionan su evolución.

Abstract

Exports are essential to the economy and social development of any country or region. The growth capacity of the wine industry of Jerez has been traditionally related to its export capacity. Sherries were the most exported wines from Spain during the nineteenth and twentieth centuries, and the British market was the most important. These wines acquired a prominent place in the Spanish trade balance throughout the nineteenth century. It also was the dominant product of the Spanish foreign trade during that period. In this article, we try to rebuild the historical series of exports of Sherry wines during 193 years, making reference to the different stages that the wine industry of Jerez went through, its degree of dynamism and the historical circumstances that explain and condition its evolution.

Palabras clave

Vinos de Jerez, industria vitivinícola, viticultura, comercio exterior.

Keywords

Sherry wines, wine industry, viticulture, foreign trade.

Códigos JEL

L66, N13, N53, N93.

* Profesor Titular de Historia e Instituciones Económicas Universidad de Cádiz, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación juan.rodriguez@uca.es

1. Introducción

Existe abundante documentación en diversos archivos y distintas publicaciones, que tratan de describir la evolución de las exportaciones del vino de Jerez desde muy antiguo, pero es a finales del siglo XVIII y principios del XIX cuando ya se cuenta con datos muy concretos y fiables sobre la forma en que se desenvolvían las exportaciones. Desde hace varias décadas, el vino de Jerez cuenta con estudios y trabajos de gran interés que nos han dado a conocer tanto sus características enológicas como los rasgos fundamentales de su trayectoria económica y comercial. Entre la abundante bibliografía sobre el comercio exterior del jerez, se puede destacar, entre otros, a Parada Barreto (1868), Lizaur y Paul (1877), González Álvarez (1878), Fernández de la Rosa (1882, 1886), Pemartín (1965), González Gordon (1970), García de Quevedo (1970), Collado Casal (1980), Simpson (1985, 1997, 2001 y 2011), Cabral Chamorro (1987), López Estudillo (1992), Breton Abrisqueta (1993), Pan Montojo (1994), Jeff (1996), Huetz de Lemps (1996), Ramos Santana y Maldonado Rosso (1996), Montañés Primicia (2000), Lignon-Darmaillac (2004), Wilson (2007), Fernández Nogales (2010), Soler Montiel (2011) y Rodríguez García (2015). Todos estos autores han resaltado el lugar estratégico de las exportaciones y el comercio exterior de los vinos de Jerez, sobre todo, durante los siglos XIX, XX y XXI.

Este artículo pretende ofrecer una visión general sobre el recorrido histórico del vino de Jerez en los mercados internacionales desde 1822, primer año del que disponemos de cifras fiables y continuadas sobre el volumen de exportación, hasta el año 2015¹. La metodología empleada se basa, fundamentalmente, en el análisis analítico descriptivo de las estadísticas de las exportaciones. En el anexo 1 y 2, hemos recopilado los volúmenes anuales de exportación, el crecimiento interanual y el índice de crecimiento, todo lo cual ha quedado plasmado de forma gráfica en el anexo 3, lo que nos permite visualizar y cuantificar, de una forma nítida y sencilla, la evolución de la actividad exportadora de los vinos de Jerez en tan amplio período de tiempo (1822-2015). Precisamente, este hecho, la amplitud del período elegido para el estudio, nos ha permitido observar la evolución y las principales tendencias seguidas por el comercio exterior de los vinos de Jerez, así como las etapas seguidas por la industria vitivinícola a lo largo de

1 La serie histórica se ha reconstruido con los datos de: Revista Vinícola Jerezana (1866), Parada y Barreto (1868), González Gordon (1948), García de Quevedo (1970) y Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar-Barrameda. A partir de 1934, las exportaciones se refieren a los municipios que componen la DD.OO. (Jerez, El Puerto de Santa María, Sanlúcar, Chiclana, Chipiona, Puerto Real, Rota y Trebujena).

casi dos siglos. Además, se analizan las estrategias empresariales desarrolladas por el tejido vinatero jerezano y sus principales actores. En última instancia, se intenta construir un modelo explicativo que permita conocer el entorno competitivo y los comportamientos estratégicos de las empresas del sector.

2. Evolución de las exportaciones de vinos de Jerez: principales etapas

Tras el estudio exhaustivo de las cifras de exportación de los vinos de Jerez desde la década de los veinte del siglo XIX, podemos establecer varias etapas del comercio exterior, atendiendo a su dinamismo exportador (cuadro 1):

1. Una primera, de auge y expansión, que va desde 1822 hasta 1873.
2. Una segunda, de estancamiento y retroceso (1874-1923), como consecuencia del desprestigio e imitaciones del jerez, y de la entrada y expansión de la filoxera en la comarca.
3. Una tercera, de recuperación (1924-1940), tras la filoxera y el replanteamiento y establecimiento de nuevas bases de la industria vinatera.
4. Una cuarta, caracterizada por la recuperación y máxima expansión de las exportaciones (1941-1985).
5. Una quinta, marcada por el estancamiento y la caída de las exportaciones (1986-2015), de la cual nunca se recuperará.

Cuadro 1. Evolución de las exportaciones del jerez entre 1822 y 2015 (hl.)						
	Expansión (1822- 1873)	Retroceso (1874- 1923)	Recuperación (1924-1949)	Apogeo (1941-1985)	Decadencia (1986-2015)	Total (1822- 2015)
Exportación media	122.447	173.665	174.978	601.242	601.100	334.686
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.						

Durante el siglo XIX, el vino de Jerez se convirtió en uno de los principales productos del sector exportador español, pues en la década de los cincuenta del siglo XIX, representaba el 17% del valor de las exportaciones españolas. Si lo analizamos en el contexto de la Balanza Comercial hispano-británica, el jerez representaba el 40% de las exportaciones a Gran Bretaña, y entre los años 1855 y 1869, reforzó su papel en la economía española, superando el 19% del valor de todas las exportaciones españolas².

2 Núñez Romero (1984) cuantifica la aportación del jerez al conjunto de las exportaciones española

El análisis desarrollado nos descubre que la expansión del jerez fue el resultado del trabajo de una serie de empresarios bodegueros que consiguieron abrirse camino en el mercado más importante y difícil del momento: el mercado británico³. La exportación del jerez durante este siglo tiene su origen en la llegada de comerciantes ingleses y franceses a Jerez, tales como Gordon, Lacaste, Harkon, Haurie, Sandeman, Harvey, Byass, Terry, Domecq, Garvey o Williams & Humbert⁴. Londres fue el centro neurálgico del comercio de estos vinos durante mucho tiempo, ya que la gran potencia económica de entonces supo ver en los vinos de Jerez un producto de inestimable valor.

Para comprender mejor la evolución de las exportaciones del jerez y las características propias de cada período, a continuación, analizaremos detalladamente las diversas fases que acabamos de identificar.

3. Etapa de 1822 a 1873: auge y expansión

El crecimiento de las exportaciones durante esta extensa etapa, que cubre los primeros cincuenta años de la serie, fue muy notable, pues se alcanzó una tasa media anual acumulada del 3,56%, y los volúmenes pasaron de 57.545 hl. a 342.333 hl., lo que representa un crecimiento del 494,90% (cuadro 2). Parece indiscutible que la configuración y consolidación del sector exportador y de la mayor parte de su tejido empresarial se efectuó durante esta etapa alcista, pudiéndose distinguir varios períodos dentro de la misma⁵.

en el periodo 1860-1884: 13,9% en el quinquenio 1860-64; 13,4% en el quinquenio 1865-69; 20,0% en quinquenio 1870-74; 11,7% en el quinquenio 1875-79 y 7,5% en el quinquenio 1880-84; y Pinilla Navarro (1995) señala que los vinos generosos, principalmente el jerez, aportaban el 22,8% a las exportaciones españolas en el período 1849-69; el 18,6% en el período 1870-90; el 4,5% en el período 1891-1913; 5,0% en el período 1914-20; 4,2% en el período 1921-28 y 4,4% en el período 1929-35.

3 A modo de ejemplo, véase Ramos Santana y Maldonado Rosso (2010).

4 Ramos Santana y Maldonado Rosso (2010) han desmitificado uno de los tópicos más extendidos sobre la industria vinatera contemporánea del Marco de Jerez, que es el que atribuye todo el protagonismo de su surgimiento y despegue a los “comerciantes ingleses” llegados a la zona a finales del siglo XVIII. Como todos los tópicos, éste no está exento de una dosis de veracidad, pero tampoco contiene toda la verdad de los hechos en cuestión. Ciertamente, los británicos jugaron un papel importante, invirtieron capitales en la construcción de bodegas, la adquisición de viñas y la compra de vinos. Con sus contactos en Gran Bretaña, ampliaron, sin duda, el mercado de los vinos jerezanos y de la zona en las Islas Británicas. Pero cuando ellos llegaron, ya habían sido levantadas grandes bodegas en Jerez por parte de Haurie y de los otros vinateros que gozaban ya de un considerable mercado en Gran Bretaña. Así pues, participación tan importante al menos tuvieron los mercaderes franceses y españoles establecidos con anterioridad o simultáneamente a los británicos.

5 Los datos de exportación anteriores al período de estudio los proporciona Parada y Barreto (1868), cuantificando la cosecha de jerez en 1617 en 300.000 arrobas y su exportación en más de 200.000. En 1809, la cosecha se elevaba a 40.000 botas y 25.000 se consumían en Cádiz, Jerez y otras localidades próximas, y dedicaban a la exportación 15.000, de las cuales 7.000 eran para el mercado

Cuadro 2. Evolución de las exportaciones del jerez entre 1822 y 1873

AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1822 =100	AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1822 =100
1822	57.545	-	1848	86.845	150,92
1823	62.385	108,41	1849	102.925	178,86
1824	58.345	101,39	1850	107.285	186,44
1825	74.045	128,67	1851	103.235	179,40
1826	45.950	79,85	1852	102.650	178,38
1827	68.595	119,20	1853	150.505	261,54
1828	83.720	145,49	1854	146.350	254,32
1829	66.340	115,28	1855	133.100	231,30
1830	61.225	106,39	1856	152.035	264,20
1831	63.640	110,59	1857	132.940	231,02
1832	63.140	109,72	1858	80.935	140,65
1833	76.705	133,30	1859	126.620	220,04
1834	77.815	135,22	1860	153.625	266,96
1835	68.935	119,79	1861	148.995	258,92
1836	82.560	143,47	1862	163.945	284,90
1837	65.875	114,48	1863	193.600	336,43
1838	79.885	138,82	1864	184.705	320,97
1839	94.305	163,88	1865	152.155	264,41
1840	85.005	147,72	1866	183.190	318,34
1841	73.890	128,40	1867	210.930	366,55
1842	62.065	107,85	1868	235.340	408,97
1843	71.480	124,22	1869	246.360	428,12
1844	87.540	152,12	1870	247.985	430,94
1845	90.670	157,56	1871	278.340	483,69
1846	88.205	153,28	1872	309.055	537,07
1847	81.380	141,42	1873	342.335	594,90

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.

Un primer período abarcaría de 1822 a 1834, cuando quedaron abolidos definitivamente los gremios, y donde se produjo un crecimiento significativo de las exportaciones, que pasaron de 57.545 hl. a 77.815 hl. respectivamente, lo que supone un crecimiento del 35,2%. Es el momento en el que se afianza el modelo de empresa exportadora establecida en el área geográfica de Jerez

británico.

y El Puerto de Santa María. Este incremento de las exportaciones entre 1822 y 1834, permitió al jerez obtener un aumento considerable de su cuota de mercado en Gran Bretaña. Los vinos españoles, fundamentalmente el jerez, representaban el 33% del total de la importación británica. Es preciso relacionar el ritmo de crecimiento de las exportaciones con la evolución del sistema arancelario británico, pues, en este período, los vinos franceses pagaban casi el doble que los vinos españoles. Esto podría explicar el crecimiento de las ventas del jerez y el desplazamiento de los vinos franceses. Además de este hecho, hay dos elementos sobre los que se asentó este período de expansión del jerez: un tejido empresarial sólido y la diversificación del producto⁶.

Por otro lado, la existencia de un gran número de pequeños y medianos almacenistas permitía repartir los riesgos del proceso de crianza⁷. Las fluidas relaciones entre cosecheros, almacenistas y exportadores facilitaban una mejor adaptación a las cambiantes condiciones del mercado. Esta situación permitió una continuada expansión de las ventas, lo que benefició a todos en mayor o menor medida.

Además de las características del tejido empresarial existente, otro factor que determina esta primera etapa es el desarrollo en la elaboración de una oferta diversificada de vinos adaptada al gusto del consumidor. Si nos centramos en el principal mercado exterior, el británico⁸, en ese período el vino de Jerez ganó cuota de mercado frente a vinos portugueses y franceses. Lo interesante de este hecho es que el mayor peso relativo en el mercado británico de vino no se debió a una mejora en el trato arancelario, como ocurrió en años anteriores, sino todo lo contrario; los aranceles de los vinos españoles

6 Pan-Montojo (1994) señala que la industrialización de la viticultura consistió en el desarrollo de bodegas de gran tamaño con mayor capacidad de generación de vinos de forma estable y en ofrecer caldos de mayor calidad. Este modelo se ajusta especialmente bien a lo ocurrido en el Marco de Jerez entre mediados del siglo XVIII y mediados del XIX. Este autor señala que las grandes bodegas son el resultado de tres vías por la que las compañías se expandieron: a) por la vía de la financiación directa mediante entrada de capital extranjero; b) por integración horizontal de los pequeños propietarios mediante cooperativas; c) por integración vertical (hacia atrás) y horizontal de la elaboración de vinos por parte de los mayoristas y exportadores de vinos. Estas compañías disfrutaron de varias ventajas: por un lado, de economía de escala en el proceso de vinificación y, por otro lado, de las economías de escala por las características inherente al propio producto comercializado. Las empresas tuvieron, como consecuencia, la reducción de los costes de transacción y el aumento de su poder de negociación.

7 González Gordon (1970) señala que el número de bodegas existente en 1754 era de 440 y de 518 en 1837 y de 500 a 1000 de 1855 a 1868, lo que demuestra la importancia de la industria vitivinícola de Jerez. ⁸ Según la Revista Vinícola Jerezana (1866) el destino de las exportaciones de Jerez en 1866 eran los puertos de Londres con el 61,02%; Dublín (8,81%); Liverpool (6,91%); Leith (3,88%); Bristol (2,78%); Glasgow (2,78%); Nueva York (2,63%); Amberes (1,56%) Veracruz (1,45%) y Cork (1,04%). Todo ellos acumulan el 92,80% de las exportaciones, lo que supone 164.707 hl.

tendieron a subir para igualarse con los vinos franceses y portugueses. La penetración del jerez en el mercado británico se incrementó a pesar de las importantes cargas que suponía el arancel establecido, lo cual hace más significativo este crecimiento⁸. En definitiva, el jerez era fundamentalmente un producto de exportación y su mercado principal es el británico⁹.

Además de todo lo anterior, la elevación del nivel de vida británico en el período comprendido entre 1850 y 1873, la moda por el jerez en las clases altas y su imitación por el resto de la sociedad, y la rebaja en los derechos aduaneros a partir de 1860, dará lugar a una nueva expansión exportadora. Los principales exportadores del jerez en la segunda década de los sesenta, seguían siendo los mismos que en las décadas anteriores (González Byass, Manuel Misa, Patricio Garvey y Pedro Domecq), y acaparaban el 43,3% de las exportaciones.

En el último período de esta primera etapa analizada, que va de 1866 a 1873, las exportaciones del jerez experimentaron un gran crecimiento, pasando de 183.190 hl. a 342.335 hl. respectivamente, lo que supone un crecimiento del 86,87%¹⁰. No obstante, se empezaron a detectar signos de agotamiento del modelo exportador, y se produjeron una serie de condicionantes que determinarían la evolución de la próxima etapa, que va de 1874 a 1923, y que estuvo marcada por un descenso continuado de las exportaciones, los elevados precios del jerez, los cambios en los gustos de los consumidores¹¹, la pérdida de calidad¹², la adulteración de los vinos y las imitaciones del je-

8 Sobre la importancia del régimen arancelario en el comercio internacional de los vinos en este periodo véase las obras de Wilson (2007) y Pinilla Navarro (1995).

9 Hacia 1850, el jerez y el oporto representaba las 3/4 de las importaciones británicas de vinos (Simpson, 2001). A partir de 1850 el jerez sobrepasa en las exportaciones al Oporto y hasta la gran crisis de 1870 estuvo muy por delante de los vinos franceses en el mercado británico (Montañez, 2001) y LignonDarmaillac (2004). Wilson (2007) también pone de manifiesto esta coincidencia y señala que entre 1822 y 1885, el mercado británico vendría a representar entre el 85 % y el 90 % de las ventas del jerez, aunque con fluctuaciones según las coyunturas.

10 Según la Gaceta Agrícola del Ministerio de Fomento (1880) la cifra de negocio generada por la exportación de Jerez y simulares (vinos procedentes del Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda) en el periodo comprendido entre 1860 y 1880 se elevaron a 1.180 millones de pesetas; en la década de 1860 fue de 406 frente a los 774 millones de pesetas de la década de 1870.

11 Los productores intentaron adaptarse a los nuevos gustos de los consumidores (vinos más ligeros y menos alcoholizados) fabricando nuevos tipos de vinos. En Jerez, los vinateros fabricaron un *claret* que imitará al francés, siendo el resultado final, el fino (Morilla Critz, 2001).

12 El principal problema de los exportadores jerezanos, a partir de la segunda mitad de los 70, fue la imposibilidad de mantener la calidad del producto, lo que llevó a una pérdida de credibilidad del mismo y del mercado (Simpson, 2001). En 1873 empieza la caída de las exportaciones y los exportadores utilizaran vinos combinados (mezclados) con el objeto de incrementar las ganancias, a costa de la calidad. Esto favoreció, al alza, del precio de los vinos de fuera del Marco de Jerez.

rez¹³, entre otros factores, que condujeron a un descenso significativo de las exportaciones.

4. Etapa de 1874 a 1923: estancamiento y retroceso

La tendencia ascendente en los precios de los vinos exportados se quebró a partir de 1866. La crisis financiera británica frenó el crecimiento de la demanda, y los precios fueron progresivamente disminuyendo. Las importaciones británicas de vino empezaron a disminuir a partir de 1874. Esa debilidad de la demanda no sólo detuvo la larga expansión del jerez de la etapa anterior, sino que incluso provocó un significativo retroceso. En este nuevo período, comprendido entre 1874 y 1923, los volúmenes de exportación pasaron de 230.760 hl. a 80.585 hl., lo que representa un descenso del 65,08% y supone una tasa media anual acumulada del -2,08% (cuadro 3). Esta disminución provocó una pérdida de su cuota de mercado. Sin lugar a dudas, las imitaciones de los vinos de Jerez repercutieron negativamente en su balance exportador, ya que estas prácticas estaban muy extendidas en el mercado británico durante el siglo XIX¹⁴.

Cuadro 3. Evolución de las exportaciones del jerez entre 1874 y 1923					
AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1874=100	AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1874=100
1874	230.760	100	1899	195.775	84,84
1875	220.670	95,63	1900	212.445	92,06
1876	213.310	92,44	1901	155.185	67,25
1877	210.235	91,11	1902	206.200	89,36

13 A partir de 1860, en paralelo, al éxito del jerez, comenzaron a producirse las falsificaciones y adulteraciones. Simpson (2001) señala varios tipos: a) vinos en ocasiones mezclados con jerez y comercializados por exportadores de fuera de Jerez (Hamburgo y Barcelona); b) sherrys producidos en países como Sudáfrica, que luego se comercializaban en el Reino Unido a precios inferiores al jerez; c) el elaborado en Jerez con alcoholes de diversos tipos. Estos elementos, unidos a la campaña contraria al jerez, provocaron un deterioro en la imagen de los caldos jerezanos. Ante esta situación los extractores jerezanos tuvieron que hacer frente a la competencia de los vinos de peor calidad y con precios menores, lo que les obligó a reducir costes e importar vinos y mostos de otras regiones

14 Jeffs (1996) señala que la caída de las ventas de jerez a finales del siglo XIX la provocaron cinco factores que intervinieron a la vez: a) las pésimas imitaciones del jerez, o las “mezclas horribles” que se hacían en Hamburgo, Barcelona y en otros lugares; b) los vinos de baja calidad que se hacían en el mismo Jerez durante los años del auge; c) los ataques ignorantes de ciertos médicos que proclamaban que el vino se “enyesaba”, que producía “gota”; d) el capricho de la moda por los vinos de baja graduación alcohólica; y, por último, e) la plaga de la filoxera que durante varios años dificultó la elaboración del vino, haciendo que resultase infructuosa y descorazonadora.

1878	175.035	75,85	1903	212.825	92,23
1879	174.290	75,53	1904	151.360	65,59
1880	194.775	84,41	1905	148.195	64,22
1881	204.110	88,45	1906	164.360	71,23
1882	202.895	87,92	1907	145.085	62,87
1883	198.565	86,05	1908	131.900	57,16
1884	176.070	76,30	1909	130.390	56,50
1885	176.770	76,60	1910	156.310	67,74
1886	202.940	87,94	1911	127.675	55,33
1887	200.275	86,79	1912	132.705	57,51
1888	210.690	91,30	1913	136.575	59,18
1889	238.560	103,38	1914	102.850	44,57
1890	215.085	93,21	1915	105.540	45,74
1891	226.290	98,06	1916	155.615	67,44
1892	212.260	91,98	1917	96.560	41,84
1893	208.650	90,42	1918	101.525	44,00
1894	216.350	93,76	1919	205.030	88,85
1895	222.695	96,51	1920	101.300	43,90
1896	200.375	86,83	1921	86.080	37,30
1897	207.840	90,07	1922	80.535	34,90
1898	221.125	95,82	1923	80.585	34,92

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.

En ese mercado más estrecho, en el que era más intensa la reducción de la demanda para los vinos más caros, la legislación arancelaria tuvo una destacada incidencia en la trayectoria del jerez. Entre 1874 y 1885 ya no se produjeron nuevas reducciones arancelarias. La demanda de jerez tendió a estancarse y los exportadores no tuvieron otra alternativa que ir reduciendo sus precios para mantener o ampliar su cuota de mercado. Esa tendencia descendente de los precios del jerez y el peso de los derechos de aduana, que se fue incrementando hasta situarse en el 35% en 1878, incidió negativamente en las exportaciones. En esa situación de estancamiento o retroceso de las ventas, los exportadores del jerez vieron en la graduación alcohólica la causa de sus males. La reducción de su cuota en el mercado británico en favor de los vinos franceses (de menor graduación alcohólica y gravados con unos derechos arancelario menores) se percibió como el producto de esa discriminación fiscal. Sin embargo, el problema era mucho más complejo, puesto que hundía sus raíces en los cambios experimentados por el comercio internacional del vino, tanto desde el punto de la demanda como de la oferta.

Así pues, los exportadores del jerez trataron de amoldarse a las nuevas condiciones de su principal mercado¹⁵, e intentaron aliviar la pérdida de ingresos como consecuencia de la caída de los precios, con un mayor volumen de pedidos¹⁶. Para ello, optaron por explorar nuevos segmentos de mercado, comercializando vinos más baratos. La obsesión por la cantidad exportada no debía limitar el cuidado de la calidad de los típicos vinos de Jerez, pero dado los cambios de la demanda en el mercado británico, la presión de los agentes a favor de los vinos baratos y más ligeros en detrimento de los fortalecidos, fue muy poderosa¹⁷.

Jerez aprovechó esta coyuntura para recuperarse de esta etapa de crisis, determinada por los bajos precios y la contracción de la demanda.

Hacia 1878, ante las noticias de que la filoxera había llegado a Málaga, una comisión de Jerez, presidida por José Pérez-Casa, marchó a Málaga y

15 El Marco de Jerez ante el descenso del comercio exterior de sus vinos inicia un proceso de diversificación a partir de 1885 con la elaboración de Brandy, utilizando los vinos baratos procedentes de poblaciones cercanas al Marco (vinos foráneos) para su fabricación. González Gordon (1970) resalta que el comercio del Brandy comenzó en el Marco de Jerez entre 1880 y 1886, aunque no existen cifras de exportación hasta 1909. Las exportaciones a partir de esta fecha son las siguientes: 1909, 29000 hl.; 1910, 26000 hl.; 1911, 26.000 hl.; 1912, 25.000 hl.; 1913, 24.000 hl.; 1914, 22.000 hl.; 1915, 14.416 hl.; 1916, 29.114 hl.; 1917, 21.546 hl.; 1918, 28,588 hl.; 1919, 47.095 hl.; 1920, 44.920 hl.; 1921, 42.756 hl.; 1922, 37.634 hl.; 1923, 36.823 hl. También se elaboraron vinos espumosos jerezanos, caso del "Champán Domecq" o de los vinos elaborados por la Compañía "La Champagne Jerez" constituida por los Valera, que por aquel entonces podían usar el nombre francés al no estar constituida la denominación de origen que la protege.

16 Para garantizar el aumento de esta producción y exportación en los niveles que hemos descrito era imprescindible el concurso de las tierras vinícolas de Córdoba (Montilla), Sevilla (Aljarafe), Huelva (Almonte, Moguer, Niebla, Bollullos), más las aportaciones de los pueblos de la provincia como Sanlúcar (Manzanilla), Bornos y Villamartín (Pajarete), Chipiona y Rota (Tintilla), el caso jerez del Puerto de Santa María y Trebujena y los caldos de Arcos, Ubrique, Puerto Real, Vejer, Chiclana y Conil (Parada Barreto, 1868). La Revista Vinícola Jerezana (1866) dedica un editorial a tratar las consecuencias derivadas de las adulteraciones del vino jerezano, n.º 21 de 10 de noviembre de 1866. "Sólo el embotellado junto a la regulación del mercado del Jerez, proporcionando a la comarca la Denominación de Origen de sus caldos, conseguiría reglamentar las condiciones del comercio del auténtico Jerez". El problema no era vano y la solución definitiva tuvo que demorarse hasta 1935 en que se pusieron límites definitivos a la región vinícola que daba nombre a estos vinos. A este respecto véase Caro Cancela (1990).

17 El precio que tuvo que pagar por el mantenimiento de los niveles de beneficio fue nada menos que la pérdida de calidad de los mostos elaborados, procedentes de comarcas ajenas al término jerezano, pero introducidas en el circuito comercial como tales, con lo que se puso a prueba el nivel de exigencia de los consumidores extranjeros y se hizo peligrar la credibilidad de la mejor carta de presentación que hasta entonces habían tenido estos comerciantes españoles, la calidad del producto que representaban. Estas prácticas, junto a otras que entraban dentro de la picaresca para burlar las tasas hacendísticas tanto del país de salida como del país de llegada, se usaron profusamente en el comercio vinatero de estos años dando lugar a unos comportamientos, que ya los defensores de la genuinidad del vino de Jerez catalogaban, sin ningún tipo de ambages, como fraudulentos, considerando que comprometían seriamente el futuro exportador inmediato del buen vino de Jerez (Parada Barreto, 1868).

confirmó que la plaga ya estaba allí. Sin embargo, aún tardaría en llegar a Jerez y, durante ese tiempo, se realizaron conferencias, discursos y recetas consideradas útiles, para cuando el hemíptero hiciera acto de presencia. Y lo hizo, vía Málaga, Morón, Montellano, Villamartín, Prado del Rey, Lebrija; el 21 de julio de 1894 por dos flancos opuestos: la viña Ducha, al norte, y Torrox, al sur. Pero, ante el desafío, Jerez respondió plenamente. No había más que dos caminos: realizar inyecciones anti filoxéricas a las vides de sulfuro de carbono, que servían de poco y tenían un elevado coste económico; o cortar por lo sano y traer vides americanas de buen origen, resistentes a la filoxera, que sobreviviesen aún después de ser atacadas, e injertarlas luego con las vides de la tierra. Las vides americanas, extrañas a nuestras tierras, mostraban, al principio, problemas de adaptación, debido a la cal de los terrenos.

El largo período comprendido entre los años 1895 y 1923, es el que tiene que transcurrir para que las medidas adoptadas surtan efectos positivos. En esos 28 años, las exportaciones pasaron de 222.695 hl. a 80.585 hl., lo que supone un descenso de 142.110 hl., y representa una caída del 63,81%. Esta fuerte pérdida deja bastante a las claras el impacto demoledor que la filoxera ocasionó en el Marco de Jerez. En los últimos años de esta etapa (1921, 1922 y 1923), se alcanzaron unos volúmenes de exportación muy sorprendentes, por lo negativo, con 86.080 hl., 80.553 hl. y 80.583 hl., respectivamente. Hay que retrotraerse a las décadas de los treinta y los cuarenta del siglo XIX, para observar unas cifras similares. Sin embargo, a pesar de toda la situación descrita, se podría decir que las vides jerezanas aguantaron relativamente bien la plaga filoxérica. La prueba de ello son las 8.464 ha. de viñas existentes en 1899, frente a las 6.184 ha. de 1885, que no se las llevó por delante la filoxera.

En el primer año del siglo XX, las exportaciones del jerez fueron de 212.445 hl. No suponía mal estreno, arrasadas o convalecientes las viñas por la filoxera. En 1902, por una bota de jerez superior se llegó a pagar 1.000 libras esterlinas, un récord, ya que era el mayor precio alcanzado hasta entonces. Pero en el sector empezó a extenderse una preocupación por las ventas de un “jerez” de baja calidad, que se vendía como de alta calidad, y por añadidura, en muchos casos no era ni siquiera jerez, sino falsificaciones realizadas fuera. En 1908, la prensa local de la época señaló cuales eran las inquietudes del Marco de Jerez, pues además de la recuperación de la plaga de la filoxera, las imitaciones eran un problema muy serio. Para evitarlas, se propugnaba una protección del origen de la Denominación, y la necesidad de que las ventas del jerez fueran realizadas a unos precios altos para remarcar esas ideas de “denominación”, “garantía” y “calidad”. El jerez era un vino de lujo y, cuantas mayores garantías tuvieran

de su legitimidad, los que podían pagarlo, tanto mayores intereses tendrían en poseerlo en sus casas. Gran parte de culpa de la irrupción de imitadores la tuvo el propio sector. Mientras otros vinos llevaban siempre el nombre del “chateau” de su cuna, el jerez no supo imponer su marca. El año 1924 supuso un punto de inflexión y el fin de la larga crisis desencadenada por la filoxera y por el propio jerez, exportándose 164.415 hl., y el inicio de una nueva época, con la recuperación de las exportaciones. Los principales exportadores seguían siendo los mismos que en décadas pasadas: el Marqués de Misa (8,9%), González Byass (8,2%), Díez Hermanos (7,7%) y Mackenzie (4,5%), quienes representaban casi un tercio de las exportaciones totales (61.830 hl.).

5. Etapa de 1924 a 1940: recuperación

Tras la crisis de la filoxera, las viñas comenzaron de nuevo a dar buenos rendimientos, y los exportadores trataron de manera firme de recuperar el mercado y el prestigio de sus vinos. No fue fácil, pero pusieron empeño y lograron sus objetivos. El motivo fundamental del éxito fue que los vinos que se introdujeron en el mercado eran de bastante mejor calidad que la mayoría de los que hasta entonces se habían estado vendiendo, recuperando el favor de los expertos y de los buenos consumidores. Los volúmenes exportados evolucionaron de los 160.415 hl. del año 1924 a los 247.947 hl. en 1940, lo que supone un aumento de 87.532 hl., un crecimiento del 54,57% y una tasa media anual acumulada del 2,59% (cuadro 4). Todo esto refleja un cambio radical de tendencia respecto al período anteriormente descrito.

AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1924=100
1924	160.415	100
1925	160.750	100,21
1926	164.160	102,33
1927	155.680	97,05
1928	152.710	95,20
1929	165.915	103,43
1930	164.835	102,76
1931	153.675	95,80
1932	126.720	79,00

1933	163.435	101,88
1934	141.343	88,11
1935	155.509	96,94
1936	223.992	139,63
1937	245.179	152,84
1938	185.998	115,95
1939	206.366	128,65
1940	247.947	154,57
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.		

Para asegurar el mercado extranjero, se estableció en 1910 la *Asociación de Exportadores del Jerez*, creándose un fondo común para financiar las campañas publicitarias sobre los vinos de Jerez en general, como tipos de vinos de gran prestigio, sin que se destacara ninguna marca en concreto. La campaña genérica fue un éxito y ayudó mucho a la recuperación de la fama de los vinos elaborados en el Marco de Jerez.

El crecimiento económico posbélico, que se dio en los principales países industriales, como es el caso de Gran Bretaña durante la década de los veinte del siglo XX, sirvió de acicate para el maltrecho sector del vino de Jerez: de 1924 a 1929 las exportaciones se mantuvieron constantes, en torno a los 160.000 hl. Durante la década de los treinta, la tendencia fue creciente: de los 141.343 hl. de 1934 a los 155.509 de 1935, y se rebasaron los 200.000 hl. en 1936, 1937 y 1939, con un pequeño descenso en el año 1938. Ni la Guerra Civil, ni la Crisis del 29, ocasionaron unos efectos tan negativos como el que había producido la filoxera en épocas pasadas. En 1940, se superaron ampliamente los 200.000 hl. y dio comienzo una nueva etapa.

6. Etapa de 1941 a 1985: máximo apogeo

Si algo define a esta etapa, es el adjetivo de récord, por los volúmenes de exportación alcanzados y por sus elevadísimas tasas de crecimiento después de la tremenda caída como consecuencia de los efectos de la II Guerra Mundial, especialmente durante los años 1941 y 1942, donde las exportaciones se situaron en 60.061 hl. y 53.186 hl., respectivamente. A partir de entonces, el comercio exterior del jerez experimentó un rápido crecimiento durante las décadas de los años cuarenta, cincuenta, sesenta y setenta, alcanzando su récord en 1979, año en el que consiguió la histórica cifra de 1.519.852 hl. de

vino exportados, con una tasa media anual acumulada del 6,87%. En los 44 años que comprende esta etapa, el crecimiento es continuado, salvo en contados años, en los que más que retroceso habría que hablar de paso atrás para crecer con más impulso al año siguiente (cuadro 5).

Cuadro 5. Evolución de las exportaciones del jerez entre 1941 y 1985

AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1941=100	AÑOS	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1941=100
1941	66.061	-	1964	448.596	679,06
1942	53.186	80,51	1965	494.317	748,27
1943	92.937	140,68	1966	515.647	780,56
1944	134.992	204,34	1967	598.061	905,32
1945	116.819	176,84	1968	676.605	1024,21
1946	149.364	226,10	1969	699.738	1059,23
1947	150.763	228,22	1970	725.535	1098,28
1948	132.183	200,09	1971	941.012	1424,46
1949	162.022	245,26	1972	1.259.722	1906,91
1950	182.564	276,36	1973	1.221.190	1848,58
1951	235.142	355,95	1974	926.399	1402,34
1952	158.686	240,21	1975	957.950	1450,10
1953	200.369	303,31	1976	1.192.148	1804,62
1954	223.389	338,16	1977	1.287.970	1949,67
1955	246.036	372,44	1978	1.371.433	2076,01
1956	261.349	395,62	1979	1.519.852	2300,68
1957	269.046	407,27	1980	1.267.168	1918,18
1958	261.184	395,37	1981	1.236.892	1872,35
1959	300.147	454,35	1982	1.117.323	1691,35
1960	332.108	502,73	1983	1.268.265	1919,84
1961	370.209	560,40	1984	1.110.856	1681,56
1962	384.549	582,11	1985	1.316.216	1992,43
1963	419.879	635,59			

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.

En líneas generales, en la segunda mitad de la década de los cuarenta, las exportaciones se situaban en torno a los 150.000 hl, a excepción de 1948,

cuando descienden a 132.183 hl. En 1950 se alcanzaron los 182.564 hl., en 1951 se superaron los 200.000 hl., para descender a 158.686 hl. en 1952. Pero fue a partir 1953 (200.369 hl.) cuando el crecimiento de las exportaciones se hizo constante, hasta conseguir en 1958 los 261.184 hl.

La década de los sesenta¹⁸ es, en extremo, esperanzadora. Las exportaciones del jerez acusaron alzas elevadísimas, pues, por un lado, el evidente desarrollo económico de Europa permitía unos elevados índices de consumo, que se reflejaban en el consumo de vino, y, por otro lado, las campañas de penetración y promoción del jerez promovidas por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen en los mercados más importantes, comenzaron a dar resultados óptimos. En 1960 fueron 332.108 hl., en 1961, 370.209 hl., en 1962, 384.549 hl., en 1963, se rompió la barrera de los 400.000 hl., y la de los 500.000 hl. se saltó en 1966, aproximándose a la cifra de los 700.000 hl. en 1968 y 1969.

El ascenso de la exportación del jerez resulta espectacular a partir de 1970. Este año se vendieron al extranjero 725.535 hl. y, al siguiente, 941.012 hl. En 1972 sucedió lo que ha venido a llamarse el "boom" del jerez, y se disparó la curva hacia arriba a tales cotas que se superó el 1.200.000 hl., cifra jamás alcanzada hasta entonces y nunca soñada por el jerez: 1.259.722 hl. y un valor de 4.254 millones de pesetas de la época (25.567.055 euros). En 1973 se produjo un mínimo descenso del 3,06%, situándose el volumen de exportación en 1.221.190 hl.

En Jerez, en 1973, reinaba la consiguiente euforia y las inversiones en nuevas plantaciones de viñas, bodegas y almacenamientos de vinos fueron muy cuantiosas¹⁹. Se pedía, además, apoyo al Gobierno para vender el producto embotellado, que en sólo tres años subió del 6% al 10%. En 1974 y 1975 se produjo un declive repentino y se desinflaron las exportaciones del jerez, que llegaron a situarse por debajo del millón de hectolitros²⁰.

18 Es de destacar que a partir de los años 60 aparece un nuevo bodeguero en el Marco de Jerez, José María Ruiz Mateos, con una ambición desmedida por hacerse un hueco dentro de la antigua aristocracia bodeguera. Su entrada en el Marco con la empresa Rumasa traerá cambios en la concepción del negocio vinatero y una lucha por el liderazgo empresarial. En 1973 ocupa la primera posición como exportador, desplazando al todo poderoso Pedro Domecq, acaparando el 24 % de las exportaciones

19 Para hacer frente a la demanda anticipa de Jerez se plantaron viñas nuevas y las empresas hicieron fuertes inversiones con un considerable endeudamiento. En 1970 la extensión de las viñas en el Marco de Jerez era de 11.600 ha, aumentando a 21.700 en 1982; en la actualidad, en 2015, la superficie es de 6.600 ha.

20 Ello es debido a la crisis económica mundial de 1973 que produjo como consecuencia de una subida muy elevada de la energía, sobre todo, del petróleo y su extensión a todo el sistema produc-

Cabría preguntarse a qué se debió la notable caída de las ventas en el año 1974, cuando los cálculos más previsibles hacían suponer lo contrario. La principal causa se refiere a la crisis energética, la subida meteórica del petróleo, que provocó el tambaleo económico de Europa. Otra posible causa es la demanda artificial de compra ante una probable subida de los precios del jerez, con el siguiente acaparamiento, en especial en Holanda, que incide directamente en el “boom” de 1972. Por último, la elevación de los precios de la uva en la zona de Denominación de Origen se trasladó al precio de los vinos exportados y, como compensación, a una exigencia de calidad y una razonable y obligada serie de mejoras sociales del sector productor de la viña.

Los tres factores, al unísono, fueron concluyentes para explicar la considerable disminución de las exportaciones. El año de 1975 se presentó con idénticos tonos negativos. Algunos expertos preveían que las exportaciones bajarían todavía un 10% en relación a 1974. Por fortuna no fue así y se equivocaron. El balance final del año arrojó una recuperación, pequeña pero significativa, respecto a 1974, ya que se cambió el signo descendente y se incrementó hasta los 957.950 hl.

1976 fue mucho mejor y el millón de hectolitros se rebasó con creces: 1.192.148 hl. Todos los países aumentaron sus compras, sobresaliendo el Reino Unido, Holanda, Alemania y Dinamarca. Otro aspecto a señalar, y fundamental por lo que supone de valor añadido al Marco de Jerez, es que en 1976 se exportó casi 10 veces más de embotellado que en 1968, nada menos que 375.526 hl., el 31,50%, cuando era el 6% ocho años antes (40.596 hl.). La tendencia alcista siguió durante los tres años siguientes: en 1977, se exportaron 1.287.970 hl., en 1978, 1.371.433 hl., y finalmente, en 1979 se exportó la histórica cifra de 1.519.852 hl., cantidad que difícilmente se volverá a repetir y que supuso el mayor esplendor que ha conocido la industria bodeguera de Jerez.

En la primera mitad de la década de los ochenta, se empezaron a manifestar los primeros síntomas de agotamiento del modelo exportador. Los volúmenes exportados bajaron, situándose entre el mínimo de 1984, con 1.110.856 hl., y el máximo en 1985, con 1.316.216 hl. A partir de 1986, se produjo el punto de inflexión y la tendencia ascendente de las exportaciones bajó del millón de hectolitros, comenzando una nueva etapa, caracterizada por un descenso continuado de las exportaciones.

tivo mundial, con una fuerte caída de los salarios.

7. Etapa de 1986 a 2015: decadencia y crisis

A partir de 1986, comenzó un descenso imparable en los volúmenes de exportación del jerez que ha llegado hasta la actualidad. Este cambio en tendencia fue debido, principalmente, a la caída de las ventas de vinos de Jerez en Gran Bretaña, Holanda y Alemania, principales destinos de las exportaciones, e inauguró la etapa de decadencia y crisis. Las exportaciones pasaron de 1.074.316 hl. en 1986 a 243.253 en

2015, lo que representa un descenso del 332,72% y una tasa media anual acumulada de 4,83%, situándose el volumen de exportación a niveles de 1955 (cuadro 6).

De este modo, nos encontramos con una industria sobredimensionada, con un enorme exceso de superficie de viñas, un creciente aumento de los stocks acumulados en destinos y un descenso de la demanda que hunde la rentabilidad económica de las empresas bodegueras. El aumento de las exportaciones en la década de los sesenta y setenta creó enormes expectativas en el sector, que, guiado por la euforia, llevó a cabo cuantiosas inversiones en viñas con el objeto de incrementar su capacidad. De este modo, el sector aumentó la superficie de viñedo en más de 180%, permitiendo, con ello, un gran crecimiento en la producción de uvas y mostos.

Años	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1986=100	Años	Exportaciones (hl.)	Índice Base 1986=100
1986	1.074.316	100	2001	569.002	52,96
1987	1.006.118	93,65	2002	552.120	51,39
1988	1.003.270	93,39	2003	517.491	48,17
1989	782.647	72,85	2004	491.539	45,75
1990	912.380	84,93	2005	464.929	43,28
1991	864.059	80,43	2006	423.477	39,42
1992	921.789	85,80	2007	413.700	38,51
1993	757.875	70,54	2008	372.423	34,67
1994	793.809	73,89	2009	336.083	31,28
1995	826.136	76,90	2010	337.414	31,41
1996	741.934	69,06	2011	302.104	28,12
1997	660.957	61,52	2012	297.915	27,73
1998	670.383	62,40	2013	268.530	25,00
1999	597.472	55,61	2014	251.560	23,42
2000	578.326	53,83	2015	243.252	22,64

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.

Ello llevó al jerez a tener baja liquidez, y los altos costes de producción empujaron a la industria a intentar recuperar las ventas a través de precios bajos favoreciendo así las ventas a granel y mediante marcas blancas (BOB)²¹.

El nivel de existencias de vino en crianza en las bodegas produce tensiones, impidiendo que las empresas del Marco alcancen unos niveles de ingresos por las ventas acordes con la calidad del producto y suficientes para una mínima rentabilidad de su negocio. Esta falta de rentabilidad es la causa de la crisis de la industria bodeguera, con una huida hacia adelante, como es la venta de gran parte de las bodegas medianas y pequeñas a las multinacionales o a los grandes grupos bodegueros del Marco.

La crisis de las grandes empresas bodegueras y exportadoras, con graves problemas financieros para sufragar los gastos de almacenamiento, es la traducción monetaria de este exceso de producción, en función de las salidas existentes en los mercados. Estos problemas llevaron a que, en los últimos años de la década de los setenta y principios de los ochenta, algunas de las grandes empresas cambiaran de dueños o pasaran a Rumasa²², directamente o a través de fiduciarios, con lo que se mantenía la lucha por la concentración. La crisis se topó con unas empresas y unas estructuras comerciales muy poco agresivas y, lo más grave, sobredimensionadas y metidas en cuantiosas inversiones e inmovilizados, es el caso de las bodegas de Terry, Garvey y Domecq.

Con más o menos rapidez de reflejos, los bodegueros iniciaron su adecuación a las nuevas circunstancias, redimensionando el volumen del negocio. La excepción, sin embargo, fueron las empresas de Rumasa, que hicieron oídos sordos a la necesidad de adecuar su estructura mastodóntica a las nuevas circunstancias. Los problemas, desgraciadamente, no podían arreglarse individualmente, sin abordar el marco global del negocio. La oferta de vino superaba en un 48% a la demanda (2.000.000 hl. frente al 1.350.000 hl. de consumo en España y en el extranjero), y los grandes mercados exteriores nadaban en la abundancia. La guerra de precios estaba servida, todos contra todos, precios a

21 Literalmente, Buyers on Brand (BOB), es decir, marcas propiedad del comprador o/y marca blanca, normalmente del segmento de la alimentación, embotellada en bodegas de origen y vendida a un precio inferior al de las marcas propias de las bodegas.

22 La lucha de José María Ruiz Mateos por hacerse con el primer puesto entre los criadores y elaboradores de vino de Jerez trastocó el equilibrio empresarial, forzando un crecimiento en la superficie de la tierra destinada a la producción de uva, que pasó de 11.600 ha en 1970 a 21.700 ha en 1982. Prácticamente en una década la superficie destinada a este cultivo se duplicó con el consiguiente aumento de la producción. Esta situación de auge en el Marco permitió obtener ganancias suplementarias a todos los implicados en el proceso productivo del vino de Jerez. A partir de los años ochenta el Marco empezó a entrar en decadencia una vez que la crisis de ventas de los caldos se mostró con toda su crudeza en los mercados exteriores.

la baja y ventas de vinos no rentables, pues muchas operaciones se hacían por debajo del precio de coste. Lo importante era vender y hacer tesorería, pero ocurría que a veces cuanto más se vendía, más se perdía. El resultado era que se estaba arrastrando al sector al desastre. Otros problemas específicos que quedaron pendientes fueron cómo ajustar los canales de distribución, abrir mercados al singular producto, invertir en promoción, crear marcas, etc.

La expropiación y reprivatización de Rumasa, la crisis de las ventas en el exterior como consecuencia del inicio de la globalización en el mercado del vino, la llegada de nuevos vinateros, como Marco Eguizabal, entre otros, que compraron parte de las bodegas de Rumasa, y la puesta en marcha del primer *Plan de Reestructuración* para equilibrar la oferta, condicionaron el negocio del jerez en la década de los ochenta.

La idea primitiva de la que partían los cosecheros y exportadores era que la crisis era coyuntural, mientras que la Administración entendía que tenía características estructurales y que se debía proceder a un nuevo ordenamiento del Marco de Jerez en su conjunto.

La insostenible situación de la industria del vino de Jerez hizo que se buscaran soluciones por parte de los vinateros, las cooperativas, las bodegas, los exportadores, el Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen (DD. OO.) y la Administración (estatal, autonómica y local). La solución vino de la mano de los planes de reconversión que incidieron en la reducción de la superficie de viñedo, de la producción, de la fijación de precios y cupos de venta, de las variaciones en el porcentaje de cupo de las bodegas, de la modificación de los reglamentos de las DD.OO. (reforzamiento de las funciones de control de calidad y defensa de las DD.OO.) e inyección de capital por parte de la administración para financiar las acciones a emprender. Las reconversiones o planes de reestructuración que se realizaron desde la década de los ochenta hasta la actualidad han sido cinco:

1. Plan de Reconversión, 1983 - 1986.
2. Plan de Reestructuración, 1991 - 1995
3. Plan Estratégico del Marco de Jerez, 2002 - 2006.
4. I Plan de Viabilidad, 2009 - 2013.
5. II Plan de Viabilidad, 2014 - 2018.

Los distintos Planes de Reconversión a los que se sometió el Marco de Jerez y cuyo inicio se remonta a la década de los ochenta (1983), tenían como objetivo fundamental dimensionar la oferta y la demanda en el Marco. Esta

crisis se acentuó en la década de los noventa, debido a la caída constante de las exportaciones, el cierre de empresas por falta de demanda y una creciente tensión social y laboral.

A lo largo de estas tres décadas de reconversión, la capacidad de producción de uva y los volúmenes de existencias de vino en crianza de Jerez han sufrido importantes variaciones, y, en la década de los noventa, el exceso de capacidad de producción (viñas) se considera que va desapareciendo, pero el exceso en el nivel de existencias de vino en crianza seguía, y sigue siendo excedentario, debido a la caída constante de las exportaciones, lo cual impide que las empresas del Marco alcancen unos niveles de ingresos por ventas acordes con la calidad del producto y que sean suficientes para una mínima rentabilidad del negocio²³. En la actualidad, se mantiene la situación de los años ochenta que dio lugar a la reconversión del sector: un continuo descenso de las exportaciones y un mantenimiento de los excedentes, lo cual ha desembocado en una crisis permanente de la industria vitivinícola de Jerez, que dura ya más de tres décadas y media, a pesar del esfuerzo que se ha realizado con los cinco planes de reconversión.

8. Conclusiones

Actualmente, el Marco de Jerez y sus vinos presentan numerosos problemas estructurales interrelacionados entre sí y que provocan una parálisis parcial:

a) Exceso de existencias en las bodegas que no permite su equilibrio entre la oferta y la demanda, lo que impide la rentabilidad económica financiera de las mismas.

b) Niveles de venta en franco retroceso, sobre todo en los mercados exteriores tradicionales (Reino Unido, Alemania y Holanda).

c) Excesiva producción que ha llevado a una reducción considerable de la superficie de viñas y caída del precio de la uva, con la consiguiente repercusión económica.

d) Precios muy bajos de los vinos que no permite la rentabilidad económica financiera de las empresas vinícolas y la aparición de las marcas blancas (BOB) que tiran el precio y confunden al consumidor.

23 Los últimos coletazos de la crisis del jerez han sido en el año 2011 con la quiebra del grupo Garvey (nueva Rumasa) compuesto por cinco bodegas (Complejo Bellavista, Zoido Ruiz-Mateos, Valdivia, Teresa Rivero y Vinícola Soto) y una capacidad conjunta de 83.000 botas, cuatro plantas de embotellado con un rendimiento agregado de 30.000 botellas/hora y 300 ha de terrenos de viñedo y la quiebra en marzo de 2015 y su entrada en concurso de acreedores de la cooperativa Aecovi-Jerez.

e) Fuerte competencia en los mercados exteriores por parte de los vinos europeos (franceses e italianos) y de los países del Nuevo Mundo (Argentina, Chile, Australia, Sudáfrica, California, etc.).

f) Mejorable imagen del jerez, que se identifica con antigüedad y no atrae a un público joven.

g) Escasa inversión en publicidad.

h) Poca unión entre los distintos agentes que conforman el sector, lo que imposibilita una estrategia de promoción común.

i) Otros problemas en la comercialización del jerez: Las bodegas de Sanlúcar intentan vender la manzanilla en formato gigante (tetrabrik de 3 y 5 litros) prohibido por el reglamento de las Denominaciones de Origen.

En definitiva, el reto es convertir lo clásico en moderno. Es decir, los vinos y brandis de Jerez deben seguir modernizando su imagen, adaptándose a las nuevas tendencias y los cambios en los hábitos de consumo y percepción de los productos y ofreciéndose como un sector moderno, competitivo, que se adelante al futuro. Pero sin olvidar jamás su pasado, que es su fortaleza y su razón de ser. La modernidad debe ser compatible con los valores añadidos que representa las Denominación de Origen, su acervo histórico, un área geográfica definida con un microclima especial que hace que sus vinos sean singulares y únicos, una serie de tradiciones arraigadas que quiere respetar y mantener que forma parte de esa singularidad.

9. ANEXOS

Anexo 1. Evolución de las exportaciones de jerez entre 1822 y 2015					
Año	Hltr.	Año	Hltr.	Año	Hltr.
1822	57.545	1854	146.350	1886	202.940
1823	62.385	1855	133.100	1887	200.275
1824	58.345	1856	152.035	1888	210.690
1825	74.045	1857	132.940	1889	238.560
1826	45.950	1858	80.935	1890	215.085
1827	68.595	1859	126.620	1891	226.290
1828	83.720	1860	153.625	1892	212.260
1829	66.340	1861	148.995	1893	208.650
1830	61.225	1862	163.945	1894	216.350
1831	63.640	1863	193.600	1895	222.695

1832	63.140	1864	184.705	1896	200.375
1833	76.705	1865	152.155	1897	207.840
1834	77.815	1866	183.190	1898	221.125
1835	68.935	1867	210.930	1899	195.775
1836	82.560	1868	235.340	1900	212.445
1837	65.875	1869	246.360	1901	155.185
1838	79.885	1870	247.985	1902	206.200
1839	94.305	1871	278.340	1903	212.825
1840	85.005	1872	309.055	1904	151.360
1841	73.890	1873	342.335	1905	148.195
1842	62.065	1874	230.760	1906	164.360
1843	71.480	1875	220.670	1907	145.085
1844	87.540	1876	213.310	1908	131.900
1845	90.670	1877	210.235	1909	130.390
1846	88.205	1878	175.035	1910	156.310
1847	81.380	1879	174.290	1911	127.675
1848	86.845	1880	194.775	1912	132.705
1849	102.925	1881	204.110	1913	136.575
1850	107.285	1882	202.895	1914	102.850
1851	103.235	1883	198.565	1915	105.540
1852	102.650	1884	176.070	1916	155.615
1853	150.505	1885	176.770	1917	96.560
1918	101.525	1951	235.142	1984	1.110.856
1919	205.030	1952	158.686	1985	1.316.216
1920	101.300	1953	200.369	1986	1.074.316
1921	86.080	1954	223.389	1987	1.006.118
1922	80.535	1955	246.036	1988	1.003.270
1923	80.585	1956	261.349	1989	782.647
1924	160.415	1957	269.046	1990	912.380
1925	160.750	1958	261.184	1991	864.059
1926	164.160	1959	300.147	1992	921.789
1927	155.680	1960	332.108	1993	757.875
1928	152.710	1961	370.209	1994	793.809
1929	165.915	1962	384.549	1995	826.136
1930	164.835	1963	419.879	1996	741.934
1931	153.675	1964	448.596	1997	660.957
1932	126.720	1965	494.317	1998	670.383

1933	163.435	1966	515.647	1999	597.472
1934	141.343	1967	598.061	2000	578.326
1935	155.509	1968	676.605	2001	569.002
1936	223.992	1969	699.738	2002	552.120
1937	245.179	1970	725.535	2003	517.491
1938	185.998	1971	941.012	2004	491.539
1939	206.366	1972	1.259.722	2005	464.929
1940	247.947	1973	1.221.190	2006	423.477
1941	66.061	1974	926.399	2007	413.700
1942	53.186	1975	957.950	2008	372.423
1943	92.937	1976	1.192.148	2009	336.083
1944	134.992	1977	1.287.970	2010	337.414
1945	116.819	1978	1.371.433	2011	302.104
1946	149.364	1979	1.519.852	2012	297.915
1947	150.763	1980	1.267.168	2013	268.530
1948	132.183	1981	1.236.892	2014	251.560
1949	162.022	1982	1.117.323	2015	243.252
1950	182.564	1983	1.268.265	2016	n.d

Fuente: por los autores de reconstrucción de la serie histórica

Anexo 2. Tasa de variación interanual y número índice de las exportaciones de jerez entre 1822-2015.

Año	T.V. Interanual	índice Base 1822= 100	Año	T.V. Interanual	Índice Base 1822= 100	Año	T.V. Interanual	Índice Base 1822= 100
1822	0,00	100,00	1854	-2,76	254,32	1886	14,80	352,66
1823	8,41	108,41	1855	-9,05	231,30	1887	-1,31	348,03
1824	-6,48	101,39	1856	14,23	264,20	1888	5,20	366,13
1825	26,91	128,67	1857	-12,56	231,02	1889	13,23	414,56
1826	-37,94	79,85	1858	-39,12	140,65	1890	-9,84	373,77
1827	49,28	119,20	1859	56,45	220,04	1891	5,21	393,24
1828	22,05	145,49	1860	21,33	266,96	1892	-6,20	368,86
1829	-20,76	115,28	1861	-3,01	258,92	1893	-1,70	362,59
1830	-7,71	106,39	1862	10,03	284,90	1894	3,69	375,97
1831	3,94	110,59	1863	18,09	336,43	1895	2,93	386,99
1832	-0,79	109,72	1864	-4,59	320,97	1896	-10,02	348,21
1833	21,48	133,30	1865	-17,62	264,41	1897	3,73	361,18

1834	1,45	135,22	1866	20,40	318,34	1898	6,39	384,26
1835	-11,41	119,79	1867	15,14	366,55	1899	-11,46	340,21
1836	19,76	143,47	1868	11,57	408,97	1900	8,51	369,18
1837	-20,21	114,48	1869	4,68	428,12	1901	-26,95	269,68
1838	21,27	138,82	1870	0,66	430,94	1902	32,87	358,33
1839	18,05	163,88	1871	12,24	483,69	1903	3,21	369,84
1840	-9,86	147,72	1872	11,04	537,07	1904	-28,88	263,03
1841	-13,08	128,40	1873	10,77	594,90	1905	-2,09	257,53
1842	-16,00	107,85	1874	-32,59	401,01	1906	10,91	285,62
1843	15,17	124,22	1875	-4,37	383,47	1907	-11,73	252,12
1844	22,47	152,12	1876	-3,34	370,68	1908	-9,09	229,21
1845	3,58	157,56	1877	-1,44	365,34	1909	-1,14	226,59
1846	-2,72	153,28	1878	-16,74	304,17	1910	19,88	271,63
1847	-7,74	141,42	1879	-0,43	302,88	1911	-18,32	221,87
1848	6,72	150,92	1880	11,75	338,47	1912	3,94	230,61
1849	18,52	178,86	1881	4,79	354,70	1913	2,92	237,34
1850	4,24	186,44	1882	-0,60	352,58	1914	-24,69	178,73
1851	-3,77	179,40	1883	-2,13	345,06	1915	2,62	183,40
1852	-0,57	178,38	1884	-11,33	305,97	1916	47,45	270,42
1853	46,62	261,54	1885	0,40	307,19	1917	-37,95	167,80

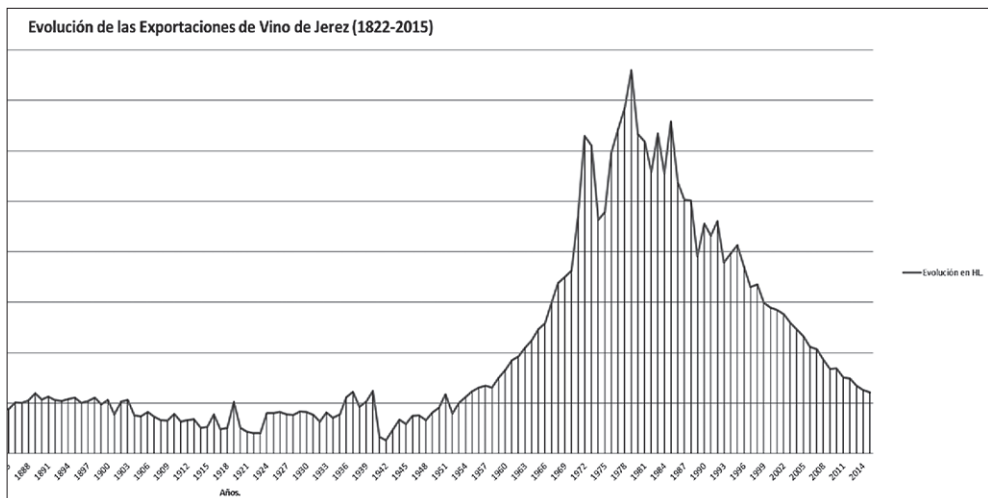
Anexo 2. (continuación)

Año	T.V. Interanual	Índice Base 1822= 100	Año	T.V. Interanual	Índice Base 1822= 100	Año	T.V. Interanual	Índice Base 1822= 100
1918	5,14	176,43	1951	28,80	408,62	1984	-12,41	1.930,41
1919	101,95	356,30	1952	-32,51	275,76	1985	18,49	2.287,28
1920	-50,59	176,04	1953	26,27	348,20	1986	-18,38	1.866,91
1921	-15,02	149,59	1954	11,49	388,20	1987	-6,35	1.748,40
1922	-6,44	139,95	1955	10,14	427,55	1988	-0,28	1.743,45
1923	0,06	140,04	1956	6,22	454,16	1989	-21,99	1.360,06
1924	99,06	278,76	1957	2,95	467,54	1990	16,58	1.585,51
1925	0,21	279,35	1958	-2,92	453,88	1991	-5,30	1.501,54
1926	2,12	285,27	1959	14,92	521,59	1992	6,68	1.601,86
1927	-5,17	270,54	1960	10,65	577,13	1993	-17,78	1.317,01
1928	-1,91	265,37	1961	11,47	643,34	1994	4,74	1.379,46
1929	8,65	288,32	1962	3,87	668,26	1995	4,07	1.435,63

1930	-0,65	286,45	1963	9,19	729,65	1996	-10,19	1.289,31
1931	-6,77	267,05	1964	6,84	779,56	1997	-10,91	1.148,59
1932	-17,54	220,21	1965	10,19	859,01	1998	1,43	1.164,97
1933	28,97	284,01	1966	4,32	896,08	1999	-10,88	1.038,27
1934	-13,52	245,62	1967	15,98	1.039,29	2000	-3,20	1.005,00
1935	10,02	270,24	1968	13,13	1.175,78	2001	-1,61	988,79
1936	44,04	389,25	1969	3,42	1.215,98	2002	-2,97	959,46
1937	9,46	426,06	1970	3,69	1.260,81	2003	-6,27	899,28
1938	-24,14	323,22	1971	29,70	1.635,26	2004	-5,01	854,18
1939	10,95	358,62	1972	33,87	2.189,11	2005	-5,41	807,94
1940	20,15	430,87	1973	-3,06	2.122,15	2006	-8,92	735,91
1941	-73,36	114,80	1974	-24,14	1.609,87	2007	-2,31	718,92
1942	-19,49	92,43	1975	3,41	1.664,70	2008	-9,98	647,19
1943	74,74	161,50	1976	24,45	2.071,68	2009	-9,76	584,04
1944	45,25	234,59	1977	8,04	2.238,20	2010	0,40	586,35
1945	-13,46	203,00	1978	6,48	2.383,24	2011	-10,46	524,99
1946	27,86	259,56	1979	10,82	2.641,15	2012	-1,39	517,71
1947	0,94	261,99	1980	-16,63	2.202,05	2013	-9,86	466,64
1948	-12,32	229,70	1981	-2,39	2.149,43	2014	-6,32	437,15
1949	22,57	281,56	1982	-9,67	1.941,65	2015	-3,30	422,72
1950	12,68	317,25	1983	13,51	2.203,95	2016	n.d	n.d

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del anexo 1.

Anexo 3. Gráfica de las exportaciones 1822-2015.



Bibliografía

- BRETÓN ABRISQUETA, J. L. (1993): "El sector del vino de Jerez hasta el plan de reconversión 1991-1995: antecedentes, desarrollo y perspectiva", en *Informe Anual Agrario en Andalucía*, nº. 3, pp.3-77.
- CABRAL CHAMORRO, A. (1987): "Observaciones sobre la regulación y la ordenación del mercado del vino en Jerez de la Frontera, 1850-1935", en *Agricultor y Sociedad*, nº. 44, pp.171-197.
- CARO CANCELA, D. (1990): *Jerez Contemporáneo (XIX-XX)*. Cádiz.
- COLLADO CASAL, J. (1980): *El marketing en la exportación del Jerez*. Universidad de Málaga.
- CONGRESO DE VINICULTORES (1887): *Celebrado en Madrid en junio del año 1886*. Madrid.
- CONGRESO DE VINICULTORES (1889): *Celebrado en Madrid en diciembre de 1888*. Madrid.
- CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA (2005): *El gran libro de los vinos de Jerez*. Sevilla.
- CONSEJO REGULADOR DEL VINO DE JEREZ (1935): *Reglamento del consejo regulador de la Denominación de origen de jerez-Xérès-Sherry*. Jerez de la Frontera.
- CONSEJO REGULADOR DEL VINO DE JEREZ: Plan Estratégico del Jerez (documento inédito).
- DIRRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS (1955-2009): *Estadística del Comercio Exterior de España*. Madrid.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO (2011/2012/2013): *Memoria de Actividades* (varios años), Madrid.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (2014): *Informe Económico 2013*. Madrid.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (2014): *Informe de Exportaciones de la Industria Alimentaria y Bebidas 2013: Análisis a medio y largo plazo*. Madrid.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (2012/13/14): *Memoria anual de actividades* (varios años). Madrid.
- FERNÁNDEZ DE LA ROSA, G. (1882): "Los vinos de Jerez", en *Gaceta del Ministerio de Fomento*, vol. 1º, 2ª época, pp. 146-150 y 335-361.
- FERNÁNDEZ DE LA ROSA, G. (1896): "Apuntes para una historia agrícola jerezana", en *Boletín de la Cámara Agrícola de Jerez de la Frontera*, nº 21, pp. 184-185.
- FERNÁNDEZ NOGALES, A. (2010): "La situación actual de las marcas de distribución desde la perspectiva de los fabricantes: un estudio cualitativo", en *Distribución y Consumo*, nº. 113, pp. 24-35.
- GACETA AGRÍCOLA DEL MINISTERIO DE FOMENTO (1880).
- GARCÍA DE QUEVEDO, J. (1970): *Economía del "jerez". Estructura económica de la vitivinicultura jerezana y sus posibilidades*. Jerez de la Frontera.
- GONZÁLEZ ÁLVAREZ, F. (1878): *Apuntes sobre los vinos españoles*. Madrid.
- GONZÁLEZ GORDON, M. (1948): *Jerez-Xérès-Sherry*. Jerez de la Frontera.
- GONZÁLEZ GORDON, M. (1970): *Jerez-Xerez-Sherry: Noticia sobre el origen de esta ciudad, su historia y su vino*. Jerez de la Frontera.
- HUEZT DE LEMPS, A. (1996): "La situación de los vinos de Jerez, Oporto y Burdeos en los mercados europeos en la segunda mitad del siglo XIX", Ramos Santana, A. y Maldonado Rosso, J. (eds.): *El Jerez-Xérès-Sherry en los tres últimos siglos*, El Puerto de Santa María, Ayuntamiento y Unidad de Estudios Históricos de la Universidad de Cádiz, pp. 103-127.
- ICEX (2010): *El mercado del vino en Estados Unidos*. Madrid.

- ICEX (2011): *Los vinos españoles y sus competidores en China*. Madrid.
- ICEX (2011): *El mercado del vino en China*. Madrid.
- ICEX (2011): *El mercado del vino en Hong Kong*. Madrid.
- ICEX (2011): *El mercado del vino en Alemania*. Madrid.
- ICEX (2011): *El mercado de vino tranquilo en el Reino Unido*. Madrid.
- ICEX (2012): *El mercado del vino generoso en Japón*. Madrid.
- ICEX (2014): *Promoción internacional del vino español*. Madrid.
- JEFF J. (1996): *El vino de Jerez*. Cádiz.
- LIGNON-DARMAILLAC, Sophie (2004): *Las grandes maisons des vignoble de Jerez (1834-1992)*. Madrid.
- LIZAUZ Y PAUL, D. (1877): "Cultivo de la vid y fabricación del vino en la provincia de Cádiz", en *Gaceta Agrícola del Ministerio de Fomento*, vol. V, pp. 718-728.
- LOPEZ ESTUDILLO, A. (1992): "La vid y los viticultores de Jerez, la crisis comercial y el impacto de la filoxera. Un campo abierto a la investigación", en *Revista de Historia de Jerez*, nº. 1, pp. 43-72.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014): "Comercio exterior de España en 2013", en *Boletín Económico ICEX*, nº. 3053, pp. 61-102.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014): "Análisis macroeconómico del sector exterior español", en *Boletín Económico ICEX*, nº. 3053, pp.15-53.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014): "La política comercial de la Unión Europea", en *Boletín ICE*, nº. 3053, pp. 129-151.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2013): *Datos sobre el consumo alimentario en España*. Madrid.
- MINISTERIO DE FOMENTO, DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA, MINAS Y MONTESES (1911): *La invasión filoxérica en España y estado de reconstrucción del viñedo*. Madrid.
- MONTAÑÉS PRIMICIA, E. (2000): *La empresa exportadora del jerez. Historia económica de González Byass 1835-1885*. Jerez de la Frontera.
- MONTAÑÉS PRIMICIA, E. (2000): "El vino de Jerez en el sector exterior español, 1838-1885", en *Revista de Historia Industrial*, nº. 17, pp. 189-209.
- MONTAÑÉS PRIMICIA, E. (2001): "Los exportadores de Jerez, 1835-1886", en Carmona, J. Colomé, J.; Pan-Montojo, J. y Simpson, J. (eds.): *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1856-1936*, Zaragoza, pp.187 -208.
- MORILLA CRITZ, J. (2001): "Cambio en las preferencias de los consumidores de vino y respuesta de los productores en los últimos siglos", en Carmona, J; Colomé, J.; Pan Montojo, J. y Simpson, J. (eds.): *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936*. Zaragoza.
- NUÑEZ ROMERO, C. E. (1984): "Comercio exterior y desarrollo económico: reflexiones sobre el caso andaluz en la segunda mitad del siglo XIX", en *Revista de Historia Económica*, año II, nº. 2, pp. 91-110.
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (OEMV) (2009): *El vino en el mundo perspectiva 2050. Los retos del mercado del siglo XXI*. Madrid
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2013): *Los mercados del vino en 2012-2013. Dificultades y oportunidades*. Madrid.
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2013): *Instrumento de apoyo a la internacionalización del vino español*. Madrid
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2013): *Evolución de las exportaciones españolas de vino*. Madrid
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA VIÑA Y EL VINO (OIV) (2014): *El mercado del vino: evolución y tendencias*. Paris.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (2014): *Informe sobre el comercio mundial. Comercio y desarrollo: tendencias recientes y función de la OMC*. Ginebra. PAN-MONTOJO, J. (1994): *La bodega del mundo. La vid y el vino en España (1800- 1936)*. Madrid.
- PARADA BARRETO, D. (1868): *Noticias sobre la historia y el estado actual del cultivo de la vid y del comercio vinatero de Jerez de la Frontera*. Jerez de la Frontera. PEMARTIN J. (1965): *Diccionario del vino de Jerez*. Barcelona.
- PINILLA NAVARRO, V. (1995): “Cambio agrario y comercio exterior en la España contemporánea”, en *Agricultura y Sociedad*, n.º. 75, pp. 153-180.
- RAMOS, SANTANA, A. y MALDONADO ROSSO, J. (eds.) (1996): *El jerez xérèzsherry en los tres últimos siglos*. El Puerto de Santa María.
- RAMOS SANTANA, A. y MALDONADO ROSSO, J. (eds.) (2010): *Nueve bodegueros del Marco de Jerez (siglo XVIII-XX)*. Cádiz
- REVISTA VINÍCOLA JEREZANA. Año 1866, núm. 21 de 10 de noviembre de 1866 RODRÍGUEZ GARCÍA, J. (2015): Comercio internacional del vino, globalización y denominaciones de origen. Análisis, posicionamientos y estrategias empresariales de los vinos de Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y vinagre de Jerez. Tesis Doctoral depositada en la Universidad de Sevilla.
- SIMPSON, J. (1985): “La producción de los vinos en Jerez de la frontera, 1850-1900”, en Martín Aceña, P. y Prados de la Escosura, L. (eds.). *La nueva Historia Económica en España*. Madrid, pp.166-191.
- SIMPSON, J. (1997): “El comercio internacional de vino 1850-1999”, en VI Congreso de la Asociación de Historia Económica.
- SIMPSON, J. (1997): *La agricultura española (1765-1965): la larga siesta*. Madrid. SIMPSON, J. (2001): “Cooperativas, bodegas y mayoristas. La industrialización de la viticultura. Introducción”, en J. Carmona; J. Colomé; J. Pan-Montojo y J. Simpson (eds.): *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936*, Zaragoza, pp. 141-151.
- SIMPSON, J. (2011): *Creating wine. The emergence of a World Industry, 1840-1914*. Princeton.
- SOLER MONTIEL, M. (2011): “Indicaciones Geográficas Protegidas. Economía y territorio en el marco de Jerez en el contexto de la Globalización”, en *Cuaderno de Estudios Agroalimentarios*, pp.69-90.
- WILSON, D. (2007): “La filière viticole australienne: un modèle organisationnel adapté aux nouveaux marchés”, en *Bulletin de Loiv*, n.º. 920-922, pp. 645-651.
- WINE INSTITUTE (2014): *Consumo mundial de vino per-cápita por país*. California.
- WINE INSTITUTE (2014): *Extensión mundial de viñedo por países*. California.
- WINE INSTITUTE (2014): *Consumo mundial de vino por volumen*. California. WINE INSTITUTE (2014): *Producción mundial de vino por países*. California.