vinetur

La Junta aprueba una estrategia andaluza para dar un rumbo común al vino

Las denominaciones de origen confían en una hoja de ruta para rentabilidad, relevo generacional y nuevos mercados

jueves 8 de octubre de 2026



Los consejos reguladores de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas del vino de Andalucía han recibido con satisfacción la aprobación, por parte del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, de la formulación de la Estrategia del

Viñedo y el Vino de Andalucía 2028-2031. La decisión se conoció este miércoles, 7 de octubre, y abre el proceso para diseñar un plan común para el sector vitivinícola andaluz.

Las denominaciones de origen consideran que esta iniciativa da al sector una hoja de ruta compartida para los próximos años y reconoce el peso económico, social, cultural y ambiental del viñedo y el vino en la comunidad. También ponen en valor el papel de las denominaciones de origen como instrumentos ligados al territorio, a la calidad diferenciada y al desarrollo rural.

El acuerdo llega, además, con la intención de situar al vino andaluz al mismo nivel que otras actuaciones promovidas por la Junta en sectores productivos considerados prioritarios. Para los consejos reguladores, la futura estrategia permitirá tratar de forma coordinada asuntos como la viabilidad económica de las explotaciones vitícolas, la adaptación al cambio climático, la innovación tecnológica, la digitalización, el relevo generacional, la promoción, la apertura de nuevos mercados y la mejora de la posición de las empresas vitivinícolas.

La iniciativa nace, según trasladan las denominaciones de origen, con una vocación participativa. El objetivo es incorporar la experiencia de los distintos eslabones de la cadena del vino, desde los viticultores hasta las bodegas, las cooperativas, los comercializadores y las entidades de certificación.

El presidente del Consejo Regulador de las denominaciones de origen Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda y Vinagre de Jerez, César Saldaña, sitúa este paso en la línea del trabajo iniciado en 2023 dentro de la Conferencia Andaluza de Denominaciones de Origen. Entonces se firmó un convenio para elaborar el Plan Director del viñedo del Marco de Jerez, que incluyó un diagnóstico, un estudio estratégico y varias recomendaciones.

Saldaña explica que aquel proyecto se planteó como una experiencia piloto con la idea de extender después ese análisis al conjunto del viñedo andaluz. En una reunión reciente entre los consejos reguladores andaluces y responsables de la Consejería, el sector insistió, según relata, en que el plan debía abordar de manera conjunta el viñedo y el vino.

A juicio del presidente, mejorar la calidad y la producción de la uva debe ir unido a una salida comercial para los vinos, por lo que entiende que ambos ámbitos deben formar parte de una misma estrategia. También valora la atención que la Administración presta al sector y recuerda que el proceso acaba de arrancar. La aprobación conocida este miércoles pone en marcha la elaboración de la estrategia, una fase que todavía requiere estudios y un diagnóstico previo para concretar las medidas.

El sector vitivinícola andaluz tiene un peso relevante en muchas comarcas rurales de la comunidad. Las denominaciones de origen recuerdan que genera empleo, mantiene paisajes agrarios singulares, ayuda a fijar población y proyecta la imagen de Andalucía en mercados de fuera de España a través de sus vinos.

Los consejos reguladores entienden que la nueva estrategia debe servir como marco de referencia para ordenar prioridades comunes e integrar las necesidades del sector en las próximas políticas agrarias, de desarrollo rural, de innovación y de promoción agroalimentaria. En esa línea, expresan su disposición a colaborar con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural durante las distintas fases de elaboración.

Entre las entidades firmantes figuran las DOP Condado de Huelva, Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda, Vinos de Málaga, Sierras de Málaga, Montilla-Moriles y Vinos de Granada. Todas comparten la idea de que la estrategia puede ayudar a reforzar la posición de los vinos andaluces, mejorar la rentabilidad de las explotaciones y asegurar la viabilidad social, económica y ambiental de una actividad vinculada a la identidad de Andalucía.