

Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II. Coordinación del Estudio: **Oficina de la CEPAL-ONU en Bs As**, a solicitud de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación.

ESTUDIO 1.EG.33.6

ESTUDIOS SECTORIALES*

COMPONENTE: INDUSTRIA VITIVINÍCOLA

AUTORES: DANIEL AZPIAZU Y EDUARDO BASUALDO**

MARZO 2003

* Las opiniones expresadas en los Informes son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de las organizaciones.

** Los autores se desempeñan en **Flacso**, Buenos Aires.

Índice

I. Presentación	2
II. El complejo vitivinícola a principios del Siglo XXI	4
II.1. Consideraciones introductorias.....	4
II.2. Evolución del consumo aparente de vinos e impactos estructurales	7
II.3. La trama vitivinícola. Una primera visión global de sus aspectos productivos.	10
II.4. Evolución y composición de la producción industrial vitivinícola	12
II.5. Las exportaciones vitivinícolas	14
II.6. Las importaciones de vinos.....	20
II.7. Síntesis y conclusiones.....	22
III. Nuevos rasgos estructurales de la trama a principios del Siglo XXI	28
III.1. El perfil estructural de la trama vitivinícola.....	28
III.2. La inversión en la vitivinicultura: fusiones, adquisiciones y transnacionalización del sector	30
III.3. Inversión y cambio técnico en la producción vitivinícola.....	34
Riego por goteo	35
Introducción de nuevas variedades	35
Malla antigranizo	35
Cosecha mecánica.	35
Mejoramiento de las tareas culturales	36
III.4. Segmentación del mercado vinícola y estrategias empresarias.....	37
Las estrategias empresarias en los vinos comunes o de mesa.....	37
Las estrategias empresarias en los vinos “selección”.....	38
La estrategia empresarial en los vinos finos de alto precio	39
La integración vertical en las grandes bodegas productoras de vinos finos.....	40
Los primeros pasos hacia la búsqueda de la calidad	42
III.5. Comercialización del vino. La gran distribución, las exportaciones y las estrategias empresarias	43
El avance del “supermercadismo” y la comercialización final del vino	44
Distribución y comercialización del vino: nuevas tendencias	46
* El mercado interno de vinos de mesa	46
* El mercado interno de vinos finos.....	48
* El mercado internacional.....	48
IV. Marco regulatorio sectorial	59
IV.1. Antecedentes	59
IV.2. La regulación específica actualmente vigente.....	62
V. El nuevo escenario macroeconómico y sus impactos sobre el desempeño de la trama vitivinícola	72
V.1. Los cambios en el contexto macroeconómico de principios de 2002	72
V.2. Las exportaciones vitivinícolas	75
V.3. Los precios domésticos del vino y de la uva.....	84
V.4. La gran distribución minorista, el nuevo contexto macroeconómico y las asimetrías en la relación con los proveedores vitivinícolas	88
VI. Lineamientos de políticas públicas y propuestas para el fortalecimiento institucional de la trama vitivinícola	96
Bibliografía	107

I. Presentación

El objetivo general de este estudio es el de analizar las transformaciones estructurales que se han registrado en las diversas fases que conforman la trama vitivinícola argentina durante los últimos años, muy particularmente durante la década de los noventa y, en especial, las modificaciones en curso atento a las profundas alteraciones en el contexto macroeconómico en el que la misma se desenvuelve a partir, esencialmente, de principios de 2002. Al respecto, adquiere particular referencia, atento a la dinámica exportadora evidenciada desde mediados de los noventa, los impactos –directos e indirectos– que devienen de la maxidevaluación, así como también de la profundización de las restricciones en materia de financiamiento, de los nuevos condicionantes emergentes en lo relativo a la inserción internacional del país y, en síntesis, de la configuración de un nuevo contexto operativo del complejo.

En términos específicos, el propósito del estudio es el de examinar los avances y las restricciones que exhibe la producción primaria, la elaboración industrial de los diferentes tipos de productos vínicos y la comercialización interna y externa de los mismos, articulando en el análisis de cada una de estas fases las características agregadas con las políticas estatales que inciden sobre esta cadena agroindustrial y, en particular, sobre las estrategias (con sus consiguientes mutaciones acordes a ese nuevo marco global) que adoptan los diferentes agentes económicos (pequeñas, medianas y grandes firmas). Asimismo, se presta particular atención a las posibles alteraciones en el perfil de la demanda del complejo (tanto en su faz primaria como industrial y comercial) asociadas, también directa o indirectamente, a los nuevos escenarios macroeconómicos.

De los objetivos propuestos se desprende que se trata de un estudio donde se conjuga el diagnóstico de las principales tendencias que signan la evolución de la cadena vitivinícola con un conjunto de hipótesis acerca de las causas que han ido definiendo –y recreando– su trayectoria reciente. Ello supone, naturalmente, el estudio de los procesos en curso –tanto en el plano tecno-productivo como en el de la comercialización, interna y externa–.

En ese marco, las profundas alteraciones tecno-productivas en ciertos –e importantes– procesos, la segmentación del mercado, las transformaciones en la estructura de propiedad, así como en las propias formas de elaboración final de los distintos tipos de vinos y en las diversas estrategias empresarias que se despliegan en el marco de la reorganización agro-industrial ocupan un papel protagónico, tanto en la fase de diagnóstico estructural de la trama, como de sus posibles senderos evolutivos atento a los nuevos escenarios.

En procura de la consecución de los objetivos perseguidos, en los dos próximos capítulos el análisis se centrará en, por un lado, los rasgos estructurales que se han ido conformando en el desarrollo histórico del complejo, con particular énfasis en aquellos que se fueran consolidando en el decenio de los noventa (evolución de las principales variables de comportamiento de la trama, complementariedades y diferencias entre los tres circuitos productivos básicos –vino común, mosto y vinos finos–, formas de dependencia –bajo matizadas características– de los productores primarios respecto de la industria, potencialidades y limitaciones de la reconversión sectorial, etc.). Por otro lado, en el siguiente capítulo, se prestará especial atención a, entre otros elementos, la creciente segmentación de la oferta, el ingreso de agentes económicos de capital extranjero, la incorporación de nuevos desarrollos tecno-productivos en las distintas fases de la trama, la diferenciación de estrategias empresarias, los canales de comercialización interna (en especial, la gran distribución) y la exportación y las relaciones intra-complejo sectorial.

El cuarto capítulo del estudio parte de la identificación de aquellos cambios en el contexto macroeconómico acaecidos en el 2002 de mayor trascendencia sobre el desempeño del sector (en particular, el proceso de maxidevaluación, así como también los derivados de la “pesificación” asimétrica de la economía). A partir de ello, se analizan sus efectos reales (y potenciales) sobre la situación económico-financiera de las principales empresas del sector, y, en ciertos aspectos, sobre la del complejo vitivinícola en su conjunto (el perfil del endeudamiento sectorial) y las consiguientes

repercusiones de las nuevas reglas macroeconómicas. Si bien, el proceso de revaluación debería conllevar una situación privilegiada para aquellos segmentos exportadores (tanto de mostos, como de vinos finos), se estudian sus principales repercusiones sobre la estructura de costos de los distintos circuitos del complejo, sobre el perfil de su demanda de insumos (tanto en el ámbito de la producción primaria, como en el subsector vinícola), la posible reorientación de parte de dicha demanda y, obviamente, sobre la potencial dinámica exportadora y las restricciones que la misma enfrenta –o puede llegar a enfrentar–.

En el quinto capítulo del estudio, plenamente articulado al precedente, se pasa revista a los (a fines de los años noventa) incipientes procesos de re-regulación del mercado así como, esencialmente, a las nuevas disposiciones –tanto en el plano nacional, como en el provincial– que pudieran incidir sobre el desempeño sectorial y, fundamentalmente, a los intentos de generar articulaciones institucionales que conjugan y/o complementan los intereses de los actores que operan en esta trama. Más allá de las inferencias que puedan extraerse de la revisión de las actitudes adoptadas por los actores involucrados (en particular, los gobiernos de las provincias productoras, las distintas Cámaras empresarias, las diversas organizaciones vinculadas al desarrollo del complejo), ello remite a la necesidad de, a la vez, incorporar otros insoslayables planos analíticos. Sin duda, las posibilidades de potenciar al complejo en su conjunto se ven mediatizadas por, muy probablemente, las estrategias empresarias desplegadas a partir del nuevo contexto macroeconómico que no necesariamente resultan homogéneas atento a, entre otros, la magnitud y el perfil de su endeudamiento (local y/o internacional), el destino predominante de la producción, las formas y características de su integración vertical con la producción primaria, los canales de comercialización privilegiados (tanto en el plano doméstico como en lo relativo a las exportaciones), su vinculación patrimonial con empresas transnacionales, etc.. Se trata, en ese sentido, de desentrañar los criterios rectores que, desde la perspectiva microeconómica, resultan predominantes en la estrategia de las principales empresas del complejo y, a la vez (y, en muchos casos, en ese propio marco), inferir el posible sendero evolutivo del complejo vitivinícola en cada uno de los componentes que lo conforman.

Por último, a partir de la delimitación de los posibles (o alternativos) escenarios futuros en el plano macroeconómico y teniendo como insumos básicos todos los desarrollos analíticos previos, se formulará una serie de lineamientos de políticas públicas con la finalidad de fortalecer el entramado intra-complejo vitivinícola, así como también, sus potenciales impactos espaciales (sobre el empleo, los eslabonamientos tecno-productivos en las distintas fases de la cadena, la reconversión de la producción primaria, el apoyo y el fomento a las exportaciones –tanto de mostos como de vinos finos–, etc.). En ese plano, asume una especial preocupación el delinear estrategias y acciones que tienden a delimitar y articular el fortalecimiento institucional, muy particularmente en lo referido a la armonización de las muy diversas –y, en ciertos casos, heterogéneas– iniciativas privadas, con las correspondientes a las principales provincias productoras, y a las que pudieran derivarse del gobierno nacional.

II. El complejo vitivinícola argentino a principios del Siglo XXI

II.1. Consideraciones introductorias

La conformación estructural que presenta el conjunto de las actividades que integran el complejo vitivinícola exige tener en cuenta la evolución de dos variables que están estrechamente relacionadas entre sí, pero que conceptualmente pueden diferenciarse: el nivel de producción y el grado de avance de la reconversión económica (tanto en el plano tecno-productivo, como en el organizacional, comercial y financiero). Se trata, en esta sección, de evaluar tales rasgos estructurales como elementos insoslayables para identificar e interpretar las posibles tendencias y transformaciones que puedan derivarse, directa o indirectamente, de los profundos cambios operados en el contexto macroeconómico argentino entre fines de 2001 y, fundamentalmente, principios de 2002.

Desde este punto de vista, la evolución de las condiciones estructurales que caracterizan el comportamiento del complejo durante la pasada década, indica que si bien el nivel de producción se contrae, el valor de la producción se mantuvo estable o, incluso, se expandió ligeramente¹. Al mismo tiempo, dicho desempeño denota, inequívocamente, la existencia de una reconversión económica, entendida como una modificación en el proceso tecno-productivo y en la importancia relativa de los distintos segmentos del mercado, así como de los agentes económicos que actúan en los mismos.

Sin embargo, al momento de evaluar dicho proceso las expresiones de los agentes económicos comprometidos en el mismo no solamente presentan discrepancias sino que, incluso, llegan a ser contradictorias. Desde esta perspectiva, al considerar las visiones enfrentadas, se puede detectar un conjunto de productores, primarios y especialmente industriales, que entiende que durante los últimos años se despliega una expansión productiva que es acompañada por una modificación de las condiciones estructurales muy profunda y difundida, aun cuando persisten problemas y restricciones históricas de difícil resolución. En el otro extremo, se encuentra otro conjunto de productores, tan o más numeroso que el anterior, que percibe una contracción en la producción vitivinícola en la cual siguen predominando las condiciones que históricamente caracterizaron a este complejo, en tanto la reestructuración de los últimos años es por demás heterogénea, y acotada a ciertos espacios productivos, mientras que los costos de la misma recaen sobre los sectores más débiles del complejo productivo. Incluso, algunos de ellos afirman que en realidad la reconversión recién se inició y se trata de un proceso incipiente y desequilibrado.

No obstante, no puede dejar de resaltarse que, en el plano de la producción primaria, se asiste a un acentuado desplazamiento de la uva criolla por distintas variedades de uvas finas, de superior valor enológico. Por su parte, mientras entre 1990 y 2001, la superficie implantada de uva se contrajo de 319,6 a 204,7 miles de has. (-36,0%), la cantidad de viñedos se redujo de 52.418 a 25.772 (-50,8%)². Asimismo, también en 1990, los vinos comunes explicaban el 81,3% de la producción vinícola, proporción que decrece, en 2001, al 64,9% del total³.

La complejidad analítica que de por sí introduce el hecho de tratarse de una reconversión inconclusa, heterogénea y desigual, en donde las nuevas condiciones productivas y regulatorias se conjugan con otras características de larga data, se acentúa aún más debido a que el complejo vitivinícola está expuesto a las profundas transformaciones que se manifiestan en la economía argentina durante los últimos tiempos. Ello, naturalmente, adquiere –y adquirirá– una dimensión,

¹ Ver Azpiazu, D. y Basualdo, E. M. (2000).

² Ver al final de esta sección el Cuadro Anexo N° 1

³ Ver al final de esta sección el Cuadro Anexo N° 2

intensidad e, incluso, orientación que recién tiende a esbozarse (y, en la generalidad de los casos, en forma incipiente y por demás matizada) a partir de las profundas transformaciones verificadas en el contexto macroeconómico desde principios de 2002.

En cuanto a la perspectiva histórica reciente, núcleo central de la presente sección, la primera modificación sustantiva introducida en los años noventa es la denominada “desregulación” de la vitivinicultura que formó parte de un proceso que abarcó a la (casi) totalidad de las actividades económicas en el país. Por cierto, la misma trajo aparejada la supresión de un conjunto de regulaciones excesivas, superfluas o espurias que se originaron en distintos momentos históricos, impulsadas por diferentes fuerzas corporativas y/o por determinadas políticas públicas que priorizaron determinados objetivos (como la promoción casi indiscriminada de la incorporación de zonas áridas a la producción) sin consideración alguna por sus potenciales efectos colaterales (como fuera la implantación de uvas de muy baja calidad enológica con sus consiguientes impactos en términos de sobreproducción vitícola). De todas maneras, vale resaltar que la desregulación sectorial conlleva, en los hechos, una transferencia de la capacidad regulatoria estatal a los sectores sociales que detentan posiciones oligopólicas u oligopsónicas en la cadena vitivinícola argentina. En otras palabras, como problemática de fondo, el proceso de “desregulación” de la economía argentina, y de la vitivinicultura en particular, supuso que el propio funcionamiento del mercado genera su propia autorregulación, haciendo caso omiso de las “imperfecciones” que el mismo presenta. De todas maneras, como se analizará en el Capítulo IV, en las principales provincias productoras (Mendoza y San Juan) se ha venido desplegando una serie de políticas y acciones tendientes a regular determinados segmentos del mercado en procura, esencialmente, de paliar los impactos de la sobreproducción (en particular, de uva común) y de una reconfiguración de la dinámica estructural del complejo.

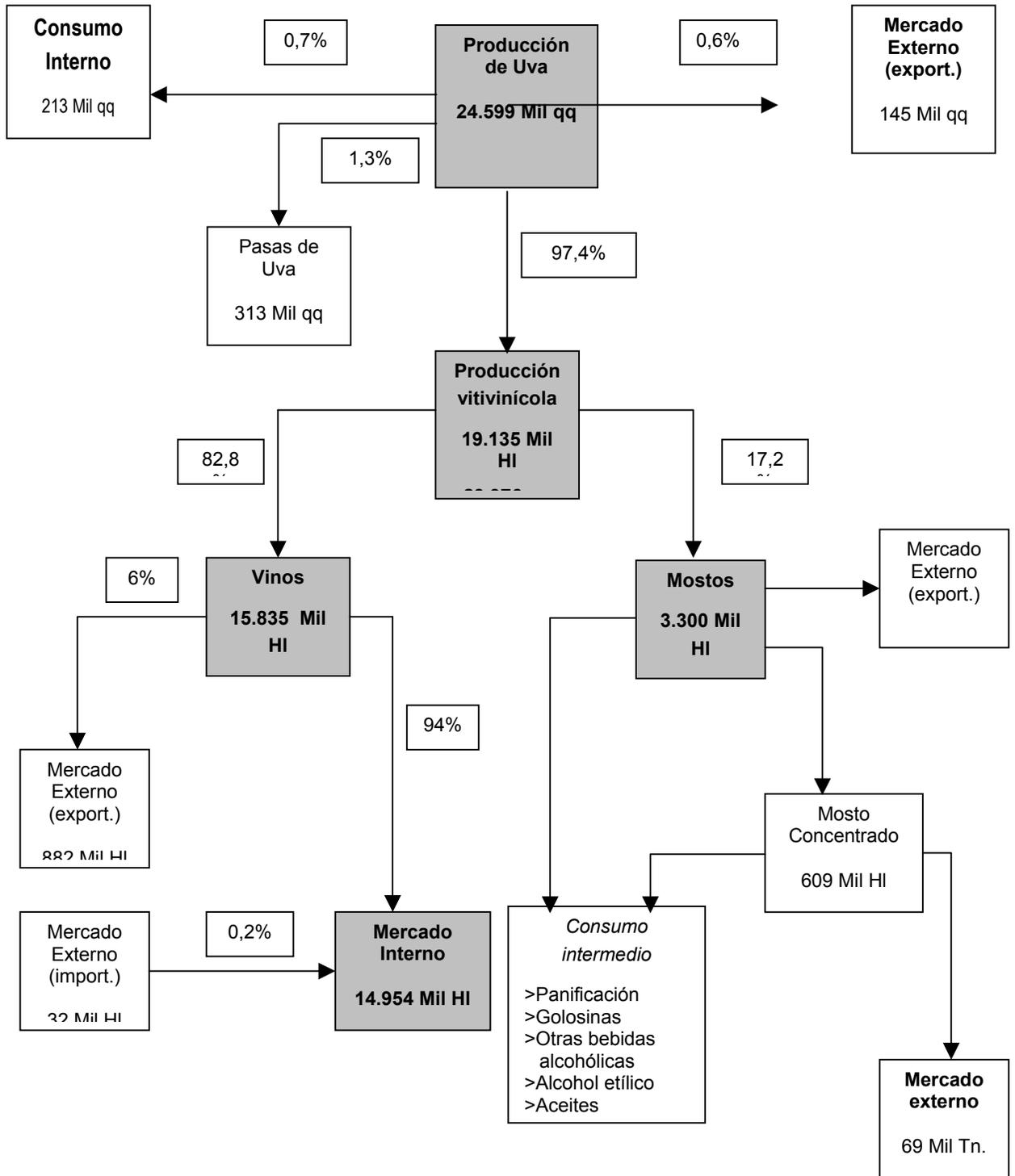
Antes de estudiar el comportamiento y las transformaciones estructurales recientes del complejo vitivinícola cabe incorporar una muy breve caracterización del mismo, de forma de facilitar la interpretación de las posteriores fases analíticas.

La cadena productiva vitivinícola está constituida por un conjunto acotado de eslabones o fases, rasgo típico de la mayoría de las cadenas agroindustriales. En términos generales, y tal como se observa en el Diagrama N° 1, la producción de la uva emerge como el inicio de la cadena; producto primario que al margen de su consumo en fresco (0,7%, en 2001; otro 0,6% se exporta), se canaliza hacia dos destinos básicos: la elaboración de pasas que absorbe, siempre en 2001, el 1,3% de la producción de uva y, por otro lado, la industrialización de la misma, que explica prácticamente la totalidad de la demanda de la materia prima (el 97,4% en 2001).

En el ámbito de la producción industrial, el bloque vitivinícola se estructura en dos subcadenas que tienen diferente importancia. La principal es la elaboración de vinos que genera una parte absolutamente mayoritaria de la producción industrial (82,8%), y la complementaria es la producción de mosto (utilizado como base para la regeneración de vino) o de jugo de uva (utilizado como endulzante o como corte para otros jugos de fruta) que en conjunto representan el 17,2% de la producción. Al respecto, cabe señalar que si bien este último destino es minoritario su comportamiento ha sido sumamente dinámico durante los últimos años, convirtiéndose en una alternativa frente a la declinante elaboración de vino común.

Asimismo, es de destacar que a pesar del acelerado ritmo de crecimiento de las exportaciones, particularmente las de vinos finos, la trama vitivinícola continúa asumiendo, como uno de sus rasgos estructurales más significativos, un carácter fundamentalmente mercado-internista (las ventas al exterior de vinos representan, en 2001, apenas el 6% de la producción total). Si bien las mutaciones registradas a lo largo de los años noventa e, incluso, las potencialidades del complejo vitivinícola, permiten avizorar un sesgo transformador de esa configuración del destino de la producción, las posibilidades de reconfiguración de la morfología de la demanda vinícola se ven acotadas –en su intensidad y dinámica– por muy diversos factores, endógenos y exógenos. Estos

**Diagrama N° 1
EL COMPLEJO VITIVINÍCOLA EN LA ARGENTINA, 2001**



Fuente: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura

últimos temas serán tratados en los capítulos siguientes pero, sin duda, el mercado interno continuará siendo por muchos años, el receptor predominante de la producción vinícola local.

En estas consideraciones introductorias cabe señalar, que la producción vinícola argentina genera aproximadamente el 10% del Producto Bruto del sector de bebidas y, de acuerdo con el Censo Económico Nacional de 1994, representaba casi el 5% de los puestos de trabajo del sector de alimentos y bebidas (13.000 ocupados). Sin embargo, las estimaciones disponibles indican que la ocupación en la cadena alcanzaría alrededor de 45.000 personas, si se computa la mano de obra industrial, la demandada por la producción de la materia prima y los empleos indirectos que genera este complejo sectorial.

II.2. Evolución del consumo aparente de vinos e impactos estructurales

En el plano internacional se asiste, desde hace ya largos años, a un proceso de paulatina y persistente contracción en el consumo de vinos. Si bien en algunos países se verifica el fenómeno opuesto donde, en muchos casos, la creciente demanda de vinos tiende a conjugarse con el menor consumo de otras bebidas de superior contenido alcohólico (como en el Reino Unido o en Rusia), la caída del consumo de vinos emerge como un factor estructural de contexto que, como tal, condiciona el perfil evolutivo y el desempeño de la industria vitivinícola en el escenario internacional. Las crisis de sobreproducción o, en otros términos, la persistencia de una oferta excedente de vinos ha tendido a constituirse en un rasgo permanente del sector; en ese marco agregado caracterizado por la tendencia decreciente del consumo.

La Argentina no ha permanecido ajena a dicho fenómeno. En efecto, mientras a principios del decenio de los años ochenta el consumo medio por habitante ascendía a 76,3 litros por persona, a principios de los noventa ya había caído a 54,1 litros y, en el último año (2001) equivale a 36,3 litros (menos de la mitad de los registros de principios de los ochenta). Incluso, como se ve reflejado en el Cuadro N° 1, la intensidad media de la contracción del consumo aparente durante los noventa (-3,6% anual promedio) resulta ligeramente superior a la registrada durante el decenio de los ochenta (-3,4%).

Aun cuando la contracción del consumo de vinos constituye una tendencia generalizada en el escenario internacional, el ejemplo argentino se destaca tanto por la intensidad que la misma asume, como por su persistencia temporal.

Los factores o causas que sustentan tal patrón de comportamiento no difieren sustancialmente de los constatables a nivel internacional si bien, en el caso argentino, podrían identificarse ciertos sesgos específicos que peculiarizan esas tendencias generalizadas. Así, los cambios en los hábitos y en las conductas alimentarias, donde la composición de la dieta tiende a desplazar el consumo de productos muy ricos en calorías y azúcares, las modificaciones en las prácticas y en las calidades de las comidas diarias (en detrimento, en particular, del almuerzo), la prolongación de las jornadas de trabajo en los centros urbanos, la penalización social del consumo de alcohol y las propias campañas tendientes a morigerarlo y/o a reducir el contenido alcohólico de las bebidas son, entre otros, algunos de los principales elementos que, en su convergencia, coadyuvan a explicar la decreciente demanda de vinos, tanto en el plano mundial como en el ámbito local.

En esa misma dirección se inscribe la fuerte presión competitiva que ejercen otras bebidas sustitutas potenciales del vino, de menor graduación alcohólica (como las cervezas), así como las no alcohólicas (gaseosas, jugos de fruta –puros y concentrados–, aguas minerales, y otra diversa gama de bebidas alternativas). La favorable relación de precios relativos a favor de estas últimas, sumada a su menor contenido calórico, tiende a inducir el paulatino desplazamiento del vino en la dieta alimentaria. Se trata, sin duda, de un proceso de sustitución que integrado a –y complejizado por–

determinados matices locales, se manifiesta a nivel internacional. El mismo refleja, en última instancia, que los patrones de comportamiento de la demanda de vinos son parte constitutiva del mercado ampliado de las bebidas.

CUADRO N° 1
EVOLUCION DEL CONSUMO APARENTE DE VINO, SEGÚN TIPOS, POR HABITANTE, 1980-2001
(litros por habitante y porcentajes)

Años	Vinos de mesa	Vinos finos	Otros	Consumo por habitante
1980	70,2	5,5	0,6	76,3
.....
1985	52,1	6,9	1,1	60,1
.....
1990	46,0	7,6	0,6	54,2
1991	43,3	8,3	0,8	52,4
1992	40,2	8,7	0,6	49,5
1993	34,5	9,3	0,6	44,4
1994	33,4	9,2	0,6	43,2
1995	32,7	7,9	0,5	41,1
1996	31,5	9,0	0,6	41,1
1997	29,9	9,7	0,7	40,3
1998	28,1	10,0	0,8	38,8
1999	27,6	10,2	0,9	38,7
2000	26,9	10,2	0,7	37,8
2001	26,3	9,4	0,6	36,3
t.a.a. 80-90	-4,1%	3,3%	-0,9%	-3,4%
t.a.a. 90-00	-5,2%	3,0%	2,1%	-3,5%
t.a.a. 90-01	-5,0%	2,0%	0,3%	-3,6%

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

El hecho que en la Argentina se vean reflejadas, en lo sustantivo, las tendencias prevalentes en el escenario internacional no parecería resultar suficiente como para sustentar, en lo analítico, la muy profunda contracción del consumo doméstico de vinos acaecida en las últimas décadas. A los factores explicativos que podrían considerarse como denominadores comunes de un fenómeno generalizado se le suman, muy probablemente, algunos de carácter doméstico que han coadyuvado a profundizar –incorporándole ciertos rasgos distintivos– la retracción de la demanda local de vinos.

Cabe resaltar que en esa particularmente intensa contracción del consumo interno de vinos se conjugan dos tendencias contrapuestas que, en principio, no parecerían estar para nada dissociadas de ciertos fenómenos de carácter macroeconómico y social que, como tales, condicionan y/o determinan el perfil de la demanda local de vinos de mesa. Se trata, en otros términos, del impacto derivado de la regresividad distributiva a la que asiste, con ligeros matices temporales, la economía argentina desde mediados de los años setenta. La creciente polarización de la distribución del ingreso coadyuva a explicar, seguramente, la profunda caída en la demanda de vinos de mesa comunes y el contemporáneo -y muy importante ritmo- de crecimiento del consumo de vinos finos e, incluso, en los últimos años, de los llamados *premium* y del propio *champagne*.

Si bien esta acelerada expansión de la demanda de vinos finos no alcanza a compensar –ni mucho menos– la retracción del consumo de vinos de mesa, se ha visto profundamente alterado el perfil de la demanda local de vinos. En efecto, en 1980, casi el 90% de los despachos de vinos al consumo estaba conformado por vinos de mesa, y apenas el 7% por vinos finos; en 1990, tales

porcentajes habían pasado a ser de 81,3% y 11,6%, respectivamente (ver el Cuadro Anexo N° 2 que se presenta al final de este capítulo). Es durante el decenio de los años noventa cuando tal proceso revela una particular intensidad (en correspondencia con la regresividad distributiva), a punto tal que en 2001, los vinos de mesa comunes explican menos de las dos terceras partes del total de los despachos (64,9%), y los finos ya pasan a representar más de la cuarta parte del total (25,4%).

En suma, desde la perspectiva del consumo aparente de vinos, la década de los noventa muestra una pronunciada y sostenida caída de la demanda local, asociada al desplazamiento de los vinos por otras bebidas de bajo contenido alcohólico o sin alcohol (en especial, cervezas, gaseosas y aguas minerales) y, a la vez, una clara mutación en su perfil, a favor de los vinos finos y en detrimento de los vinos de mesa comunes.

Esta visión introductoria sobre la dinámica del consumo aparente de vinos remite a una primera aproximación al análisis de las formas que adopta la evolución de aquellas variables que, en su articulación, delimitan el comportamiento de la demanda doméstica. Se trata, en otras palabras, de brindar una imagen global preliminar sobre la evolución, durante los años noventa, de la producción, los despachos para consumo y el comercio exterior de vinos (Cuadro N° 2).

CUADRO N° 2
INDUSTRIA VITIVINICOLA. INDICADORES SELECCIONADOS, 1990-2001
(miles de hectolitros y porcentajes)

Años	Producción	Despachos al consumo	Exportaciones	Importaciones	Expo+Impo / Producción %	Expo+Impo / Despachos %
1990	14.036	17.714	445,5	0,2	3,2	2,5
1991	14.500	17.084	282,1	1,5	2,0	1,7
1992	14.351	16.195	227,4	2,8	1,6	1,4
1993	14.471	14.558	250,8	21,8	1,9	1,9
1994	18.173	14.180	226,3	28,3	1,4	1,8
1995	16.443	13.492	1.970,4	6,4	12,0	14,7
1996	12.681	13.542	1.119,9	5,1	8,9	8,3
1997	13.500	13.436	1.204,7	7,2	9,0	9,0
1998	12.673	12.928	1.089,0	10,0	8,7	8,5
1999	15.887	12.808	880,5	13,6	5,6	7,0
2000	12.536	12.491	843,0	7,8	6,9	6,9
2001	15.835	12.836	881,6	7,4	5,6	6,9
t.a.a. 90-01	1,1%	-2,9%	6,4%	38,9%	5,3%	9,6%

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura y del INDEC.

Así, en el plano productivo, las marcadas fluctuaciones cíclicas emergen como el rasgo sobresaliente del período bajo análisis (1990-2001), a punto tal que se suceden, en forma discontinua, seis años de crecimiento (los más significativos en los años 1994, 1999 y 2001, en los que la elaboración de vinos se incrementó en más de un 25%), y seis de caída en los volúmenes producidos (las de mayor relevancia se registraron en 1990 -30,0%- y en 1996 -22,9%-). Tal comportamiento está fuertemente influenciado por las características de las respectivas vendimias anuales, en tanto casi la totalidad de la producción de uva tiene por destino la vinificación.

En contraposición a la irregular evolución de la elaboración de vinos, los despachos a consumo muestran, en consonancia con el comportamiento de la demanda, un claro sesgo decreciente. Con la única salvedad de los años 1996 y 2001 (en que los despachos se incrementaron,

en ambos casos, el 0,3% respecto a los de los años anteriores), en los restantes años se registra una persistente disminución de los volúmenes despachados para el consumo.

Históricamente, por lo menos hasta mediados de los años noventa, la industria vitivinícola se caracterizaba por, entre otras manifestaciones, su orientación casi excluyente mercado internista. En efecto, hasta 1995, las exportaciones de vinos nunca alcanzaron a representar más del 3,5% de la producción. Es, precisamente, a partir de dicho año (sesgado, como se analizará más adelante, por las demandas externas asociadas a la crisis vitivinícola española), cuando las ventas al exterior comienzan a asumir un papel protagónico en el desempeño sectorial e, incluso, a segmentar diversos perfiles de desarrollo empresario. Aun cuando, con posterioridad a ese año excepcional en materia de exportaciones, los volúmenes comercializados en el exterior muestran un leve sesgo decreciente, los mismos han tendido a estabilizarse en torno a poco menos del millón de hectolitros, representando –con la excepción del último trienio– alrededor del 8/9% de la producción, y con cambios en su composición hacia aquellos vinos de mayor valor unitario.

Por su parte, las importaciones de vino asumen un papel prácticamente marginal en la determinación del consumo aparente local. A pesar que en los años noventa, muy particularmente en el bienio 1993/94, se verifica un notable incremento en las compras en el exterior de vinos, aun en esos años pico su incidencia en la oferta agregada local apenas alcanzó a representar alrededor del 1,5% del total. Dada la insignificancia de las importaciones de principios del decenio, la tasa resultante en términos del ritmo crecimiento medio anual durante el período 1990 a 2001 (33,6% en términos de volumen) supera holgadamente a la de cualquiera de las restantes variables que definen o delimitan la conformación del consumo aparente doméstico.

Finalmente, esta industria presenta un coeficiente de apertura reducido tanto en relación con la producción como a los despachos liberados al consumo. Sin embargo, el mismo se incrementa de una manera significativa a partir de 1995, donde alcanza valores excepcionalmente altos debido a las exportaciones realizadas a España, ubicándose en torno al 6% y el 7% de la producción y los despachos, respectivamente.

Estas consideraciones introductorias, vinculadas a la evolución del consumo aparente como un componente fundamental en los nuevos patrones de comportamiento de la trama, se complementan con las que se incorporan en la sección siguiente, donde se intenta brindar una visión general de la dinámica de la trama vitivinícola desde los inicios del decenio de los años noventa.

II.3. La trama vitivinícola. Una primera visión global de sus aspectos productivos

El simple contraste de los registros que adoptan las principales variables de la cadena vitivinícola entre 1990 y 2001 denotaría, en principio, una relativa estabilidad en los patrones básicos de comportamiento global, aunque con ciertos matices (Cuadro Anexo N° 1). Así, por ejemplo, la cantidad de viñedos oscila en torno a los 32/35.000, con un leve sesgo decreciente que se agudiza significativamente durante los últimos dos años de la década pasada (pasa a ubicarse en torno a los 25.000 viñedos); la superficie implantada de vid se ha estabilizado en torno a las 205/210 mil hectáreas (con, también, una tendencia atenuada a la baja); la producción de uva, expuesta tradicionalmente a marcadas fluctuaciones cíclicas, se ubica en alrededor de 23/24 millones de quintales métricos (con algunos picos de caída significativos –como, por ejemplo, 1991, 1993, 1996 y 2000–); los rendimientos medios de la producción de uva en torno a los 110/115 quintales métricos por hectárea (en este caso, con marcadas oscilaciones anuales); la elaboración de vino revela una muy ligera expansión (al margen de las contracciones verificadas en 1998 y 2000); la producción de otros productos vitivinícolas (esencialmente mosto) exhibe, también, una relativa estabilidad (en un marco de alteraciones significativas en algunos pocos años); y sólo en el ámbito

de las exportaciones se expresa una muy significativa expansión, tanto si se consideran los volúmenes comercializados en el exterior (7,4% anual acumulativo) como, en especial, en términos del valor de tales ventas al exterior (22,2% anual de crecimiento promedio entre 1990 y 2001), estrechamente asociado al mayor aporte relativo de los vinos finos respecto a los de mesa.

Sin embargo, en esa relativa estabilidad entre los años extremos de la serie subyacen importantes variaciones interanuales que, por un lado, denotan la presencia de ciertas transformaciones coyunturales de relevancia y, por otro, permiten apreciar algunos cambios estructurales sustantivos respecto a los años precedentes.

Así, en lo relativo a la cantidad de viñedos operativos, la desaparición o inactividad de algunos de ellos emerge casi como una constante durante los noventa, con la única excepción de 1994 en que se registra una incorporación neta de casi 700 viñedos. De todas maneras, se trata de una tendencia relativamente sostenida, a un muy bajo ritmo de decrecimiento (contrastando con el fenómeno que se verificó en los años ochenta, en los que la cantidad de viñedos se contrajo en más de un 30%), con la excepción del último bienio en el que discontinúan su actividad o desaparecen casi 6.000 viñedos (poco menos del 20% de los existentes en 1999).

Consideraciones similares cabe realizar respecto de la evolución de la superficie implantada con vid, muy particularmente en lo que hace al marcado contraste que se manifiesta entre los años ochenta y los noventa. En este último caso, la cantidad de hectáreas implantadas permanece relativamente estable (se infiere, por tanto, si se lo relaciona con la evolución de la cantidad de viñedos, una mayor expulsión en las pequeñas explotaciones), en torno a las 205/210 mil hectáreas, con seis y cinco años de ligeros incrementos y decrementos, respectivamente, en la superficie implantada con vid. A diferencia de la década de los ochenta, en la que se asistió a un intenso proceso de erradicación de viñedos viejos y de variedades de baja calidad (la superficie implantada se contrajo un 35%), desde los años noventa ha tendido a estabilizarse la superficie dedicada a la explotación de la vid, acompañada de un importante proceso de reconversión hacia variedades de mayor calidad enológica.

Por su parte, la producción de uva muestra, durante los años noventa, una relativa estabilidad enmarcada, por su dependencia de las contingencias climáticas, en profundas fluctuaciones cíclicas. Al igual que en el caso de la superficie implantada de vid, durante el período 1990-2001 se suceden en forma discontinua años de crecimiento de las cantidades cosechadas de vid (seis) con años de contracción de la producción (cinco) que, en general, no son coincidentes con las oscilaciones que se manifiestan en términos de las hectáreas implantadas (ello se ve reflejado en bruscas alteraciones en los respectivos rendimientos medios anuales). De todas maneras, de resultados de ello, la cantidad de uva cosechada anualmente en el país denota un comportamiento irregular y errático (asociado a las condiciones más o menos adversas del clima). Nuevamente, en este plano quedan de manifiesto profundos contrastes de comportamiento respecto a los de la década precedente, en tanto durante los años ochenta, la cantidad cosechada de uvas se redujo en casi un 25%.

Como fuera señalado, el alto grado de exposición de la producción primaria a las contingencias del tiempo deviene, dada la variabilidad climática –en especial la intensidad y la frecuencia del granizo, las heladas y las diferencias entre las temperaturas máximas y mínimas–, en alteraciones interanuales de significación en los rindes medios de las cosechas. En tal sentido, durante la década de los noventa, los picos máximos y mínimos de rendimiento resultan coincidentes con los años en que, respectivamente, se alcanzaron los mayores y menores niveles de producción de uva. Se trata, en el primer caso, del año 1995, en el que se cosecharon 136 quintales métricos de uva por hectárea implantada y, en el segundo, de 1993 en el que los rendimientos medios (apenas 93 quintales métricos por hectárea) equivalen a poco más de las dos terceras partes de los registros máximos de la década. De todas maneras, más allá de esa irregular evolución interanual de los rendimientos medios de la cosecha de uva, y como producto de los propios

avances tecnológicos incorporados en los años noventa, tales niveles medios se ubican, en general, muy por encima de los promedios registrados durante el decenio de los ochenta (muy probablemente asociado, aún en forma incipiente, a mutaciones en el modelo productivo donde la calidad tiende a verse priorizada frente a la cantidad –volumen–).

Por su parte, la elaboración de vinos también revela, siempre en términos comparativos, y a pesar de sus fluctuaciones cíclicas, una mayor estabilidad relativa entre 1990 y 2001 que en la década anterior. En ésta última, el rasgo distintivo se lo confiere el persistente –aunque discontinuo– decrecimiento de los volúmenes elaborados de vino, mientras que desde los inicios de los noventa, sin que llegue a revertirse esa tendencia global de retraimiento en la producción, todo parecería indicar que los cambios en el perfil de la oferta (a favor de los vinos finos, y en desmedro de los comunes de mesa) tienden a adquirir una mayor trascendencia que la propia contracción de la oferta global. Así, mientras en los años ochenta se elaboraron, como promedio anual, alrededor de 22 millones de hectolitros de vinos, en el período 1990-2001 tales registros medios se ubican en torno a los 14/15 millones de hectolitros, claro que con una muy distinta composición según tipos de vinos.

Otro rasgo distintivo que emerge desde los inicios de la década de los noventa está asociado a la creciente gravitación de la elaboración de “otros productos”, concentrada casi en forma excluyente en la producción de mostos –sulfitados y concentrados– y, marginalmente, de jugos. La misma se caracteriza por un comportamiento fuertemente irregular, donde se alternan años de expansión casi explosiva (como en 1995 –cuando se cuadruplicó el volumen de producción, a favor del bajo precio del vino y de la creciente demanda de exportaciones– y, en menor medida, en 1997), con otros en los que la producción se contrajo a casi la cuarta parte de la del año precedente (1993). A pesar de su condición de *commodities*, su creciente inserción en los mercados externos conlleva, también, y más allá de la inestabilidad de la producción, cambios sustantivos respecto al decenio de los años ochenta (los volúmenes elaborados de “otros productos”, fundamentalmente de mostos, superan holgadamente los registros promedio obtenidos en los años ochenta).

Por último, es en el ámbito de las exportaciones de vinos donde se manifiestan, seguramente, las mutaciones más trascendentes que revela el complejo vitivinícola argentino durante el decenio de los noventa, muy particularmente a partir de mediados de la década. En efecto, el explosivo incremento de los volúmenes exportados en 1995 (casi dos millones de hectolitros) se ha visto acompañado, a partir de allí, por un incipiente aunque firme, avance de las exportaciones de vinos finos de mayor valor unitario, con el consiguiente crecimiento del valor de las exportaciones (a un ritmo muy superior al correspondiente a los volúmenes implicados) que, en el último quinquenio, ya superan los cien millones de dólares (cuando, durante los años ochenta, las exportaciones de vinos no alcanzaban a generar diez millones de dólares al año).

A partir de este panorama global introductorio, en las secciones siguientes se encara el análisis de la evolución de la producción vitivinícola (con énfasis, en su principal producto: el vino), y en el de su articulación con la producción primaria.

II.4. Evolución y composición de la producción industrial vitivinícola

La evolución de las condiciones estructurales y la trayectoria seguida por las principales variables que caracterizan la evolución de la cadena vitivinícola durante la década pasada, indican la existencia de un importante proceso de reconversión económica que da como resultado un cambio significativo en la composición de la producción industrial vitivinícola.

En efecto, tal como se verifica en el Cuadro Anexo N° 1, la considerable retracción productiva que se manifiesta desde inicios de la década de los noventa es acompañada por un cambio en la composición del perfil de elaboración de vinos. Las evidencias disponibles son

contendientes en indicar que durante ese período se profundizan las tendencias que se habían iniciado en los años anteriores, asociadas a la disminución de la producción de vino común y la expansión de la correspondiente a los vinos finos; mientras que la elaboración de otros productos vitivinícolas, principalmente mostos, luego de una expansión sumamente significativa durante los años ochenta, tiende a estabilizarse (en torno a los tres millones de hectolitros), pero enmarcada en profundas oscilaciones interanuales.

Si bien la conformación productiva que se despliega durante la década pasada tiene efectos sobre las provincias productoras, estos últimos no introducen modificaciones sobre la situación existente en tanto no hacen sino consolidar, en lo sustantivo, los perfiles productivos preexistentes. Así, por ejemplo, el dinamismo en la producción de vino fino no genera una desconcentración de la misma en las diferentes jurisdicciones provinciales sino que acentúa aún más la decisiva importancia que tenía Mendoza en este rubro (en torno al 85% del total).

En síntesis, la reconversión de la producción vitivinícola de los últimos años deja como saldo una retracción productiva que resulta en una estructura que combina rasgos nuevos (el persistente crecimiento de los vinos finos y, como se analizará más adelante, nuevas formas de comercialización) con buena parte de las características tradicionales de esta industria: el predominio productivo de los vinos comunes y el mosto.

En este contexto, cabe destacar que la contracción en la producción industrial de la trama vitivinícola se reproduce en la primera etapa productiva de la cadena, es decir, en la producción primaria.

La primera expresión de la sincronía entre ambas fases se pone de manifiesto en que la contracción productiva que se registra en la producción industrial tiene como correlato una significativa disminución en la cantidad de viñedos y en las hectáreas implantadas. En efecto, como se señaló, los registros correspondientes a 2001 ponen de manifiesto una profunda caída de la cantidad de viñedos y de la superficie implantada de uvas (el 50,9% y el 64,8%, respectivamente, de los valores correspondientes a 1980).

Este marcado redimensionamiento de la producción primaria adquiere distinta intensidad a lo largo del tiempo. En este sentido, la información disponible indica que la mayor retracción tanto en la cantidad de viñedos como de superficie implantada se registra durante la década de los años ochenta ya que se erradican el 30% de los viñedos y se deja de utilizar para este tipo de producción el 34% de la superficie implantada. Si bien, a nivel agregado, durante la pasada década la disminución de ambas variables es más atenuada, hacia finales de la misma y en el último año, se verifica una pronunciada caída en la cantidad de viñedos y una ligera merma en la superficie implantada.

La erradicación de viñedos durante la década pasada reconoce una evolución en donde se combinan etapas donde se intensifica con otras en donde aminora e incluso, según las diferentes jurisdicciones provinciales, cambia de signo indicando que predomina la implantación de nuevos viñedos. Estas tendencias indican que la reconversión de la producción primaria no es únicamente una posibilidad potencial, sino que, como parte constitutiva del proceso de erradicación de viñedos obsoletos, se despliega una sustitución de los mismos por nuevas plantaciones que no llegan a compensar en el período las bajas producidas; no obstante lo cual, indican la existencia de una considerable renovación de la capacidad productiva.

Adicionalmente, cabe destacar que durante la década pasada la expansión de la producción de la principal materia prima de la cadena vitivinícola está claramente asociada al aumento de la productividad, que avanza con marcados altibajos, ligados, como se dijo anteriormente, a las condiciones climáticas, pero que muestra una clara superación de los valores alcanzados en la década anterior. Este proceso es digno de destacarse porque se verifica durante un período en que, al mismo tiempo, avanza la producción de uva fina que tiene una productividad por hectárea sensiblemente más reducida que la que exhibe la producción de uva común. Puede asumirse

entonces, como una hipótesis plausible, que el incremento de la productividad en el sector primario involucra claramente a la materia prima utilizada para elaborar *commodities* o productos poco especializados como el vino común. En conjunto, la evolución de la producción primaria durante los últimos años expresa un proceso de reconversión productiva con incrementos de productividad que aún es atenuado pero que presenta condiciones potenciales para profundizarse.

Ahora bien, en este contexto, los elementos disponibles acerca de las modalidades de aprovisionamiento de materia prima, aunque fragmentarios, permiten identificar procesos de cambios en la producción primaria vinculados a la reestructuración de la etapa industrial y, en ese marco, a las modificaciones de las estrategias desplegadas por los agentes económicos.

En efecto, dentro de las diferentes modalidades de aprovisionamiento de materia prima se encuentra la integración vertical por parte de las grandes bodegas, a través de la explotación de viñedos propios. Esta modalidad presenta dos características que están estrechamente vinculadas con la problemática analizada. La primera de ellas es que su participación se mantiene en torno al 30/35 % del total de la uva demandada por las bodegas⁴. La segunda característica es que considerando las provincias que conforman la región cuyana, la participación de la integración vertical es notablemente más elevada en Mendoza que en San Juan, siendo la primera de ellas la decisiva en la producción de vino fino. En consecuencia, los cambios en la producción industrial que se sustentan en una creciente participación del vino fino en la producción sectorial habrían inducido cambios en la producción primaria, introduciendo tendencias hacia una dualidad productiva en la que buena parte de la producción de la uva de mayor valor enológico tiende a ser generada por las grandes bodegas (sobre la base de un importante grado de integración vertical o de distintas formas asociativas con productores cuasi-cautivos), mientras que la uva que es materia prima para la elaboración del vino común y el mosto se concentra en el resto de los productores primarios vitivinícolas.

II.5. Las exportaciones vitivinícolas

Desde los primeros años del decenio de los noventa las exportaciones argentinas de productos vitivinícolas han experimentado una serie de cambios sustantivos, tanto en lo concerniente a su dinamismo como a su composición. Así, muy particularmente a partir de 1995, se asiste a una notable expansión de las ventas al exterior, que si bien en ese año están estrechamente asociadas a demandas emergentes de la profunda crisis de la vitivinicultura española, han pasado a consolidarse en un nivel o estadio muy superior al registrado históricamente. Más allá de ese efecto puntual o coyuntural (particularmente significativo en el campo de los vinos de mesa y el mosto), desde la segunda mitad de los años noventa se asiste a una creciente presencia exportadora por parte del complejo vitivinícola argentino, con cambios no menos relevantes en cuanto al perfil de las mismas.

En ese marco, los cambios más trascendentes están naturalmente vinculados con la notable y acelerada expansión de las ventas al exterior. Así, mientras en la década de los años ochenta las exportaciones de vinos y mostos se ubicaban en torno a los 10 millones de dólares anuales, en la primera mitad de los noventa pasaron a generar divisas del orden de los 25 millones de dólares, montos que en el bienio 1995/96 (el de la “explosión” exportadora) se elevan a 60/70 millones de dólares, para terminar estabilizándose en el último cuatrienio en torno a los 180/210 millones de dólares. Se trata, sin duda, de un crecimiento sostenido y por demás significativo: en volumen, entre

⁴ Esa proporción de uva propia obedece a la conjunción de dos factores. En el caso de la elaboración de vinos comunes, a la presencia de productores cooperativizados en bodegas líderes (caso Fecovita); en el de la producción de vinos finos, al desarrollo de viñedos propios que, como se analizará más adelante, responde a tres grandes objetivos (garantizar el aprovisionamiento de aquellas uvas críticas por la calidad enológica que conllevan; servir de parámetro de referencia en cuanto a los costos reales de la producción primaria; e, incluso, para fortalecer la propia imagen empresarial).

1990 y 2001, de 6,4% anual acumulativo para los vinos (23,0%, en términos de valor) y de 3,4 %, para los mostos (Cuadro N° 3).

CUADRO N° 3
EXPORTACIONES TOTALES DE VINOS SEGÚN TIPOS, 1980-2001
(miles de dólares y porcentajes)

Año	Mesa	Fino y reserva*	Espumante	Otros	TOTAL
1980	2.058	3.884	237	35	6.214
.....
1985	2.997	2.057	91	1	5.146
.....
1990	6.889	7.660	640	45	15.234
1991	5.841	11.095	950	51	17.937
1992	4.272	16.532	1.227	64	22.095
1993	9.456	13.739	1.223	170	24.588
1994	8.412	14.082	945	168	23.607
1995	40.850	18.634	1.225	160	60.869
1996	29.199	35.422	982	253	65.856
1997	45.476	72.138	1.200	294	119.108
1998	35.689	102.374	1.689	253	140.005
1999	27.448	86.720	2.752	282	117.202
2000	20.043	96.758	7.865	212	124.878
2001	21.988	120.108	6.513	287	148.897
t.a.a. 80-90	12,8%	7,0%	10,4%	2,5%	9,4%
t.a.a. 90-00	11,3%	28,9%	28,5%	16,8%	23,4%
t.a.a. 90-01	11,1%	28,4%	23,5%	18,3%	23,0%

* A partir de 1996, se considera sólo vino fino.

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Como producto de esas tasas diferenciales de crecimiento, la actual conformación de las exportaciones revela que las de vinos en general (cercanas a los 150 millones de dólares), casi llegan a triplicar a las de mostos (poco más de 50 millones de dólares), cuando a principios del decenio de los noventa, éstas últimas (35 millones de dólares) más que duplicaban a las de vinos (apenas por encima de los 15 millones de dólares).

De circunscribir el análisis a las exportaciones de vinos, las de mayor dinamismo relativo desde mediados de la década de los noventa, la participación creciente de los vinos finos emerge, sin duda, como su principal rasgo distintivo. En efecto, tanto se considere el ritmo de crecimiento de los volúmenes comercializados en el exterior (22,2% anual acumulativo, entre 1990 y 2001) como, más aún, de los consiguientes valores FOB (28,4% anual), los vinos finos han pasado a consolidarse como el más importante rubro de las exportaciones vitivinícolas. Así, mientras en 1980, la comercialización externa de vinos finos no alcanzaba a los 30 mil hectolitros y menos de cuatro millones de dólares al año; en 2001 se exportaron más de 500 mil hectolitros de vinos finos, por los que se obtuvieron poco más de 120 millones de dólares.

Es en la segunda mitad de la década, más precisamente a partir de 1996 (un año de rezago respecto al “boom” exportador de vinos de mesa), cuando la comercialización de vinos finos en el exterior pasa asumir un papel protagónico, no sólo en términos de las magnitudes involucradas, de su dinamismo y de su gravitación creciente en el perfil exportador del sector sino, también, por los coeficientes de exportación que implican. Así, en 2001, la participación de los vinos finos alcanza a representar, en volumen, casi el 60% del total de vinos (cuando en 1990 sólo representaban el 12,4%, en volúmenes); proporciones que se elevan a 80,7% y 50,0%, respectivamente, en un marco

de crecientes precios unitarios (el valor medio de las exportaciones de vinos finos pasó de 0,72 u\$s el litro en 1990, a 4,20 u\$s el litro en 2001), al tiempo que el coeficiente de exportación de vinos finos alcanzó a representar, en el 2001, al 16,2% del total de los despachos (Cuadro N° 4).

CUADRO N° 4
EXPORTACIONES TOTALES DE VINOS SEGÚN TIPOS, 1980-2001
(miles de hectolitros y porcentajes)

Año	Mesa	Fino y reserva*	Espumante	Otros	TOTAL
1980	43,0	27,2	0,9	0,2	71,3
.....
1985	175,8	19,7	0,3	-	195,9
.....
1990	386,8	55,4	1,9	1,3	445,5
1991	190,6	86,4	3,0	2,1	282,1
1992	81,6	140,7	3,6	1,5	227,4
1993	142,9	100,9	3,4	3,6	250,8
1994	118,8	101,1	2,5	4,0	226,3
1995	1.840,7	122,9	3,2	3,6	1.970,4
1996	843,6	268,0	2,4	5,9	1.119,9
1997	777,8	418,1	2,9	5,9	1.204,7
1998	540,9	538,8	4,6	4,7	1.089,0
1999	421,1	446,1	8,7	4,5	880,5
2000	327,5	462,5	19,9	3,2	843,0
2001	362,0	504,9	10,9	3,8	881,6
t.a.a. 80-90	24,6%	7,4%	7,8%	20,6%	20,1%
t.a.a. 90-00	-1,7%	23,6%	26,5%	9,4%	6,6%
t.a.a. 90-01	-0,6%	22,2%	17,2%	10,2%	6,4%

* A partir de 1996, se considera sólo vino fino.

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

En otras palabras, el auge de las exportaciones de vinos finos tiende a constituirse, a partir de la segunda mitad de la década de los años noventa, en el fenómeno tal vez más trascendente del complejo vitivinícola local, no sólo por reflejar las potencialidades de una mayor inserción internacional de la producción doméstica sino, también, por sus repercusiones en el plano productivo, así como sobre las formas tradicionales de comercialización de la producción local y las consiguientes estrategias empresarias.

Con distinta intensidad y ciertas especificidades, en el crecimiento de las exportaciones de vinos finos también están presentes los restantes tipos de vinos. Así, en el ejemplo de los de mesa, el año 1995 –explosiva demanda de exportaciones de España– se tradujo en un punto de quiebre, en tanto se exportaron más de 1,8 millones de hectolitros (diez veces más que el promedio anual del primer lustro de la década), por un valor superior a los 40 millones de dólares, y con un coeficiente de exportación superior al 18%. Si bien en los años subsiguientes se verifica una tendencia decreciente de los volúmenes exportados de vinos de mesa, los mismos igualmente se ubican muy por encima de los registros de la primera mitad de la década y, más aún, de los correspondientes a los años ochenta. De todas maneras, esa caída sistemática de los volúmenes exportados a partir de 1996 se ha visto compensada, en buena medida, por el sostenido crecimiento de los precios medios de los vinos de mesa exportados, a punto tal que los precios medios obtenidos en 2001 (0,61 u\$s el litro) prácticamente triplican a los correspondientes a 1995 (0,22 u\$s el litro, con un alto componente de exportaciones de vinos a granel).

Si bien a una escala distinta que en el caso de los vinos finos y, seguramente, con menores potencialidades de expansión (en especial, en materia de precios), también la exportación de vinos de mesa denota un muy acelerado dinamismo que, en parte, ha permitido compensar la alicaída situación de la demanda doméstica.

También en el ámbito de los vinos espumosos se manifiesta una creciente presencia exportadora (el valor de las ventas al exterior de estos productos creció, entre 1990 y 2001, a una tasa promedio anual del 23,5%), claro que en una muy pequeña escala si se la compara con la de los vinos finos e, incluso, con la de los comunes de mesa.

En efecto, en el caso de los vinos espumosos la creciente irrupción en los mercados externos se verifica, esencialmente, a partir de 1997 (con un año de rezago, respecto a los finos), tanto en lo referido a los volúmenes exportados como a los valores FOB obtenidos. Así, en 2001 se alcanzaron a exportar más de diez mil hectolitros de vinos espumosos, por un valor superior a los 6,5 millones de dólares.

Si bien los vinos –en particular, los finos– se han consolidado como el principal componente de las exportaciones del complejo vitivinícola, no es menos cierto que una proporción considerable de las ventas externas de la trama proviene de la familia de los mostos, muy particularmente de los concentrados sin alcohol. En ese marco, cabe destacar que el país es uno de los más importantes productores y exportadores de mostos del mundo. Así, en un marco de inestabilidad del mercado internacional (propio de la condición de *commodities* de los mostos) y de relativa irregularidad de los embarques, las exportaciones de mostos superaron, en el último año de la serie, los 50 millones de dólares, después de haberse ubicado en niveles próximos a los 100 millones de dólares en 1997 (Cuadro N° 5).

CUADRO N° 5
EXPORTACIONES TOTALES DE MOSTOS Y OTROS PRODUCTOS, 1980-2001
(miles de dólares y porcentajes)

Año	Mosto sulfitado	Aroma de uva	Mosto concentrado			TOTAL
			C/alcohol	S/alcohol	Total	
1980	-	84	409	1.464	1.874	1.957
.....
1985	-	21	610	3.148	3.757	3.778
.....
1990	1.840	-	4.856	28.582	33.438	35.278
1991	49	-	2.511	21.103	23.613	23.663
1992	71	-	3.676	37.506	41.183	41.253
1993	-	17	1.663	3.139	4.802	4.819
1994	639	-	2.691	6.669	9.359	9.998
1995	3.606	-	10.760	48.065	58.826	62.432
1996	1.403	-	8.291	77.628	85.919	87.322
1997	798	-	13.246	83.563	96.809	97.607
1998	239	-	18.850	35.185	54.035	54.274
1999	1.467	-	11.149	59.910	71.059	72.526
2000	198	-	5.351	48.528	53.879	54.077
2001	133	-	6.987	44.014	51.001	51.214
t.a.a. 80-90	-	-	28,1%	34,6%	33,4%	33,5%
t.a.a. 90-00	-20,0%	-	1,0%	5,4%	4,9%	4,4%
t.a.a. 90-01	-21,2%	-	3,4%	4,0%	3,9%	3,4%

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Las exportaciones argentinas de mostos (mayoritariamente, a favor de sus menores costos relativos de transporte, mostos concentrados sin alcohol) comenzaron a adquirir cierta relevancia hacia fines de los años ochenta y denotan, al igual que en el caso de los vinos, un marcado sesgo expansivo, aunque con muy significativas irregularidades –como durante el bienio 1993/94 donde, en promedio, apenas se superaron los siete millones de dólares anuales de exportación–.

Esa inestabilidad no sólo queda de manifiesto en el plano agregado sino también en la propia composición de las ventas al exterior. Aun cuando los mostos concentrados sin alcohol (insumos básicos para la producción de dulces, edulcorantes y jugos) mantienen sistemáticamente su primacía en las exportaciones de la familia de los mostos, su participación denota marcadas fluctuaciones (en apenas un año pasa de 85,6% -1997- a 64,8% -1998-). En este último año el valor de las exportaciones de mostos concentrados sin alcohol se contrajo en más de un 50% para, en 1999, incrementarse en más de un 70%. Sin duda, a diferencia del mercado de los vinos, en especial los finos, la irregularidad e inestabilidad de los mercados internacionales asumen un papel protagónico –sino decisivo– en el patrón de comportamiento de las exportaciones argentinas de mostos. Ello se ve igualmente reflejado en los correspondientes volúmenes comercializados en el exterior que, por ejemplo, circunscribiéndose al caso de los mostos concentrados, oscilan entre un máximo de 124 mil toneladas (en 1997) y un mínimo (en 1993) de apenas cuatro mil toneladas. Idénticas consideraciones cabe realizar respecto de los precios medios de exportación que, también tomando como ejemplo ilustrativo a los mostos concentrados, fluctúan desde poco más de 500 dólares la tonelada (en 1990), a casi 1.200 dólares la tonelada en (1993). Cabe resaltar que, entre 1999 y 2001, tal precio medio se contrajo casi un 30% (de 1.015 a 737 dólares la tonelada, respectivamente).

Hasta aquí se han identificado y analizado, muy estilizadamente, las principales tendencias que caracterizan la evolución de las exportaciones vitivinícolas durante los últimos años, en especial desde los inicios de la década de los noventa. Se trata, ahora, de complementar esa visión dinámica con una descripción estática (circunscripta al año 2001), referida a los mercados de destino de tales ventas externas.

En este plano, el muy elevado grado de concentración en un reducido número de países de destino emerge como el principal rasgo característico de las exportaciones argentinas, muy particularmente en el caso de los mostos concentrados. En efecto, como se desprende de la información que consta en el Cuadro N° 6 en este último caso, apenas dos países (EE.UU. y Japón) absorben más de las tres cuartas partes del total; proporción que se eleva a casi el 90% del total de integrar a otros cuatro países (Canadá, Polonia, Rusia y Australia).

Aunque con menor intensidad, ese alto grado de concentración de la demanda de exportaciones argentinas se verifica, también, en el ámbito de las compras externas de vinos (Cuadro N° 7). En este caso, apenas tres países (EE.UU., el Reino Unido y Paraguay) explican más de la mitad de las compras (en los dos primeros casos, casi exclusivamente de vinos finos, mientras que en las restantes predominan, nítidamente, los vinos de mesa). Cabe resaltar, asimismo, que casi las tres cuartas partes del total de las exportaciones se canalizan hacia sólo ocho países (a los tres anteriores se le agregan Irlanda, Canadá, Brasil, Alemania –en estos cuatro casos, con clara hegemonía de los vinos finos– y Uruguay –fundamentalmente, de mesa–).

CUADRO N° 6
EXPORTACIONES DE MOSTOS SEGÚN TIPOS Y PRINCIPALES PAISES DE DESTINO, 2001
(miles de dólares y porcentajes)

	CONCENTRADO		MOSTO SULFITADO	TOTAL	%	% acumulado
	s/alcohol	c/alcohol				
Total general	6.987,49	44.014,00	123,86	51.125,34	100,00	
EE.UU.	352,89	30.161,61	-	30.514,51	59,69	59,69
Japón	6.148,28	2.167,73	-	8.316,01	16,27	75,95
Canadá	9,6	2.430,28	73,84	2.513,72	4,92	80,87
Polonia	-	1.921,72	-	1.921,72	3,76	84,63
Rusia	461,84	753,89	-	1.215,73	2,38	87,01
Australia	-	1.126,41	-	1.126,41	2,20	89,21
Chile	-	885,92	50,02	935,93	1,83	91,04
Sudáfrica	-	832,62	-	832,62	1,63	92,67
Brasil	14,87	789,55	-	804,41	1,57	94,24
Jamaica	-	401,43	-	401,43	0,79	95,03
Resto	0,01	2.542,84	0	2.542,85	4,97	100,00

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

CUADRO N° 7
EXPORTACIONES ARGENTINAS DE VINOS SEGÚN TIPOS Y PAISES DE DESTINO, 2001
(en miles de dólares y porcentajes)

	Mesa	Finos	Espumosos	Otros	Total	%	% Acumulado
EE.UU.	472,86	29.833,20	4.096,27	0,84	34.403,17	23,11	23,11
Reino Unido	166,67	28.277,44	332,51	1,78	28.778,40	19,33	42,43
Paraguay	9.652,29	2.279,91	241,15	7,48	12.180,83	8,18	50,61
Holanda	222,07	7.716,17	141,75	31,2	8.111,19	5,45	56,06
Canadá	67,42	7.953,10	5,87	8.026,39	5,39	61,45
Brasil	451,94	6.493,80	113,98	24,76	7.084,48	4,76	66,21
Alemania	484,52	5.791,97	16,2	6.292,69	4,23	70,44
Uruguay	4.475,57	1.242,34	509,27	6.227,18	4,18	74,62
Dinamarca	796,91	4.573,82	5.370,73	3,61	78,23
Suiza	640,14	4.077,23	12,9	4.730,27	3,18	81,40
Japón	2.364,13	1.998,99	5,6	82,55	4.451,27	2,99	84,39
Francia	2.369,80	0,22	2.370,02	1,59	85,98
Irlanda	2.209,64	2.209,64	1,48	87,47
Bélgica	1.890,74	50,5	1.941,24	1,30	88,77
Perú	1.287,53	91,01	1.378,54	0,93	89,70
Méjico	1.139,53	83,16	1.222,69	0,82	90,52
Resto	2.193,16	10.973,16	895,99	55,2	14.117,51	9,48	9,48
TOTAL	21.987,68	120.108,37	6.513,22	286,97	148.896,24	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Por último, siempre en lo atinente al destino de las exportaciones vitivinícolas en 2001, cabe una muy breve digresión respecto al perfil de los flujos comerciales que se orientan hacia los países del Mercosur. En dicho ámbito, como es tradicional, Paraguay mantiene su condición de principal mercado de exportación sustentado, mayoritariamente, por sus adquisiciones de vinos comunes de mesa. También en el caso de Uruguay y de Chile, la casi totalidad de las compras de productos vitivinícolas argentinos se concentran en los vinos comunes. Muy distinto es el ejemplo de Brasil, cuyas adquisiciones son, casi excluyentemente (más del 90% del total), de vinos finos.

II.6. Las importaciones de vinos

Si bien, por su peso relativo en la oferta agregada local, las importaciones de vinos no asumen mayor relevancia (representan apenas el uno por mil del total), el proceso de apertura de la economía de los noventa devino en un importante crecimiento de las mismas, en particular en los bienios 1993/94 (se superaron los 20 millones de litros) y 1998/99 (por encima de los 10 millones de litros).

Así, desde una perspectiva agregada, y a favor de los muy bajos niveles registrados en 1990, las importaciones de vinos muestran, tanto en volumen como en valor, un muy acelerado ritmo de crecimiento a partir de 1991. Así, de considerar los años extremos de la serie 1990-2001, el ritmo de crecimiento anual acumulativo asciende a 41,0%, en términos de volumen, y a 33,6% en los valores involucrados. En ese marco, podrían reconocerse cuatro grandes fases en el comportamiento de las importaciones de vinos: un crecimiento sostenido y casi explosivo, entre 1990 y 1994 (con una muy importante gravitación de los vinos de mesa, en especial durante el bienio 1993/94, como implícitamente se ve reflejado en los respectivos precios medios de importación); una pronunciada caída en el bienio 1995/96 (particularmente en términos de su volumen, y mucho menos significativa –dada la recuperación de los precios unitarios, asociada a los cambios de composición– en cuanto a los valores que suponen); un sostenido ritmo de crecimiento entre 1997 y 1999; y una abrupta caída durante el último bienio.

CUADRO N° 8
IMPORTACIONES DE VINOS, 1990-2001
(miles de dólares, miles de litros y porcentajes)

Año	Dólares (miles)	Litros (miles)	Precio medio (u\$s / litro)
1990	537,8	168,0	3,20
1991	3.216,7	1.470,9	2,19
1992	6.846,8	2.817,5	2,43
1993	15.037,8	21.801,2	0,67
1994	20.225,2	28.342,5	0,71
1995	12.753,9	6.371,8	2,00
1996	12.607,3	5.110,3	2,47
1997	19.745,1	7.168,0	2,75
1998	29.190,0	10.045,9	2,91
1999	29.570,9	13.552,9	2,12
2000	17.066,6	7.774,1	2,19
2001	13.014,4	7.382,5	1,76
t.a.a 1990-01	33,6%	41,0%	-5,3%

FUENTE: Elaboración propia en base a información del INDEC.

II.7. Algunas consideraciones generales sobre el empleo en el complejo vitivinícola

Los últimos, y únicos, datos sobre el empleo en el complejo vitivinícola se refieren, exclusivamente, al segmento vinícola y, por otro lado se remontan al último Censo Económico Nacional realizado en el país en el año 1994. Los mismos remiten a una ocupación total de dicho segmento de poco más de 13.400 personas, mayoritariamente asalariados (poco más de 12.500 personas).

Cuadro N° 1

Industria Vitivinícola. Distribución de variables censales seleccionadas según tamaño de los locales, 1994
(valores absolutos, miles de \$ y porcentajes)

Tamaños	Locales		Valor de producción		Ocupados		Asalariados		Valor agregado		Remuneración al trabajo	
	cantidad	%	miles de \$	%	cantidad	%	cantidad	%	miles de \$	%	miles de \$	%
Menos 10 ocupados	453	67,2	172.181,4	11,9	1.679	12,5	1.102	8,8	54.896,1	13,1	7.918,8	5,7
Entre 11-50 ocupad.	156	23,1	346.065,6	23,9	3.522	26,3	3.256	26,0	107.350,2	25,7	28.992,1	20,9
Entre 51-100 ocup.	43	6,4	323.942,0	22,4	3.044	22,7	3.007	24,0	102.800,3	24,6	31.857,6	22,9
Entre 101-300 ocup.	16	2,4	277.417,8	19,1	2.686	20,0	2.674	21,4	76.269,8	18,2	31.995,3	23,0
Más de 300 ocupad.	6	0,9	329.713,1	22,7	2.474	18,5	2.469	19,7	76.994,4	18,4	38.284,7	27,5
TOTAL	674	100,0	1449.320,0	100,0	13.405	100,0	12.508	100,0	418.310,7	100,0	139.048,5	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a tabulados especiales del Censo Nacional Económico, 1994, INDEC.

A partir de dicho relevamiento, no existe fuente de información alguna que permite, siquiera, estimar, la cantidad de ocupados en la cadena vinícola y, menos aún, la del complejo en su conjunto.

Diversos son los factores que coadyuvan a explicar dicho fenómeno. En primer lugar, en el campo de la producción primaria, donde el predominio del minifundio, donde la mano de obra ocupada se circunscribe, casi en forma exclusiva, al minifundista y a su grupo familiar, muy difícilmente pueda realizarse una estimación de los puestos de trabajo generados. Más aún, cuando de tratarse de ocupados fuera del grupo familiar, suele tratarse de acuerdos (no cabe referirse, siquiera, a contratos) temporarios, sin registración alguna. Por su parte, en el caso de los viñedos de mayor tamaño relativo (cautivos o semi-cautivos de las bodegas), también suele recurrirse a figuras no formales de contratación. En ese campo no resulta casual que de las entrevistas realizadas, el tema o las consultas referidas a la ocupación ha tenido, en general, una respuesta evasiva o, directamente, negativa. De todas maneras, es dable suponer que en los últimos años, derivado de la reconversión productiva y, fundamentalmente, de la profunda contracción de los viñedos en operación, se ha registrado una sensible merma en la cantidad de ocupados.

En segundo lugar, en lo referido al segmento vinícola, la actitud empresaria no difiere sustancialmente. Si bien, en algunos casos, los entrevistados han señalado la usual recurrencia a contratos temporarios (en muchos casos, bajo la forma de aprendices), las consultas vinculadas con una mayor precisión en cuanto a la cantidad de ocupados han tenido similar respuesta que en lo relativo a la mano de obra en el sector primario.

En tercer lugar, el Instituto Nacional de Vitivinicultura que desarrolla una muy activa política en materia de información sobre el complejo vitivinícola, no cuenta con información (por lo menos, pública) sobre la evolución del empleo en el sector.

En cuarto lugar, como se desprende de la conformación de las instituciones que vienen desarrollando el PEVI, se destaca la inexistencia de representación alguna por parte de los trabajadores que, en realidad, dentro de la compleja trama de relaciones que se establecen en el interior del complejo, aparecen como un segmento casi ignorado.

Por último, cabe destacar que en la reformulación original de los términos de referencia del estudio no estaba contemplado (por las razones expuestas más adelante) la inclusión de un análisis específico sobre la problemática del empleo en el complejo.

En síntesis, la inexistencia de información confiable o, aunque fuera, medianamente confiable invalida todo tipo de estudio que pudiera realizarse al respecto. Solo a partir de un vasto y específico diagnóstico del tema (difícil y por demás oneroso), que excedía holgadamente los objetivos propuestos, podría contarse con elementos de juicio rigurosos sobre el desempeño del empleo en el sector. Igualmente, podría asumirse que, en términos generales, y dada la significación que en la materia asume el sector primario, muy probablemente el decenio de los años noventa haya traído aparejada una reducción significativa en la cantidad de mano de obra ocupada en el sector.

II.8. Síntesis y conclusiones

En paralelo con la pronunciada reducción del consumo interno de vinos, la evolución de la cadena vitivinícola durante las últimas décadas denota un importante redimensionamiento de las distintas instancias productivas que la conforman. Esta primera aproximación sería incompleta sino se reparara en que un elemento central de dicho proceso está asociado a una reconversión productiva que involucra, de distinta manera y en instancias diferentes, tanto a la producción primaria como a la industrial de esta cadena, y cuya expresión más nítida a nivel agregado se manifiesta en el nuevo nivel y composición de las exportaciones sectoriales.

La contracción y la reconversión de la producción industrial vitivinícola de los últimos años da como resultado, en principio, una estructura que combina rasgos nuevos (el persistente crecimiento de los vinos finos y las nuevas formas de comercialización del vino común) con las características tradicionales de esta industria (el predominio productivo de los vinos comunes y el mosto). Estos rasgos que se expresan en el ámbito de la producción se acentúan considerablemente en las ventas externas, en tanto la participación de los vinos finos avanza sostenidamente.

Coincidiendo con los procesos que se verifican en la etapa industrial de la cadena vitivinícola, en la producción primaria se manifiesta también una contracción significativa en términos de las distintas variables con que se puede evaluar su trayectoria estructural (cantidad de viñedos, superficie cultivada y producción de uva) que es acompañado por una renovación de las plantaciones que, si bien no alcanza a neutralizar la disminución de los viñedos, es de considerable magnitud. Al mismo tiempo, la reconversión industrial se expresa directamente en la producción primaria en tanto lo predominante durante los últimos años es que los nuevos actores se inserten en la actividad a partir de la adquisición y reconversión tecnológica de bodegas preexistentes, con un importante componente de integración vertical con viñedos propios. El conjunto de las modificaciones en la producción primaria apuntala un incremento de la productividad que se profundiza desde mediados de la última década.

Sin embargo, a pesar de la manifiesta sincronía que exhiben las transformaciones registradas en la esfera industrial y primaria, no puede soslayarse que los escasos trabajos analíticos sobre los cambios estructurales de esta cadena agroindustrial señalan, desde distintas perspectivas y preocupaciones, que la producción primaria operaría como una suerte de “cuello de botella” o freno a una expansión de esta cadena agroindustrial que implique un decidido vuelco hacia la elaboración de productos de mayor valor agregado, como es el caso del vino fino.

Desde esta perspectiva, se podría afirmar que se está consolidando una estructura dual donde, en principio, la producción primaria opera como un factor retardatario que le impide a la producción industrial consolidar un perfil productivo, y exportador, que obtenga un sostenido incremento en los precios de exportación del vino. Así, esta trama agroalimentaria inició el nuevo siglo con el desafío de superar el desfase entre un sector primario relativamente atrasado –cuando no, sobredimensionado– y un sector industrial que registró un acentuado proceso de modernización sustentado en un auge de las transferencias de propiedad del capital que trajeron aparejada la incorporación de nuevos actores que realizan significativas inversiones que están actualizando rápidamente el *stock* de capital. Sobre estas bases, un conjunto acotado (no más de un centenar) de las empresas industriales del sector se acerca a

los estándares internacionales mientras el sector primario permanece con las características del pasado, signado por el predominio de los pequeños productores, baja productividad real y centrado en la producción de una materia prima de bajo contenido enológico que sólo es adecuada para la producción de *commodities* o bienes de escasa especialización.

A pesar de que los precios obtenidos por las exportaciones de vinos distan de estar estancados, es insoslayable que queda en pie el interrogante acerca de las razones que determinan que los productores independientes no reconviertan sus viñedos (con la celeridad deseada) hacia la producción de la materia prima necesaria para la elaboración de vinos finos y hacia su integración con las bodegas.

A este respecto, cabe señalar que una de las líneas argumentales indica que las principales restricciones devienen del predominio del minifundio, lo cual impide la obtención de economías de escala. También se suele enfatizar, sin negar el impacto estructural de los productores minifundistas, que la principal restricción para la modificación de la producción primaria radicó en el costo de la mano de obra –durante los noventa– y en la escasez de la mecanización.

Otra argumentación que, en buena medida, tiende a rebatir las anteriores hipótesis aduce, por un lado, que en la producción de uvas finas las economías de escala no tienen mayor incidencia y, por otro, que el costo de la mano de obra tiene menor importancia en la producción de uva fina aunque requiere mayor calificación, dada la intensidad de las labores culturales involucradas (fertilización, mantenimiento de los viñedos y cosecha de la uva)⁵.

Por otra parte, en dicho trabajo se incursiona en el análisis de las causas que determinan las restricciones en la producción primaria de esta cadena agroalimentaria. La primera de ellas es la acumulación de deuda que presentan los productores como resultado de los planes de reconversión que se pusieron en marcha desde la década de los años ochenta en adelante. Supuestamente, esta situación habría generado una “aversión al endeudamiento” de tal magnitud que no se encararan nuevas inversiones aun cuando las mismas sean –en principio– claramente redituables y se disponga, en forma adicional, de financiamiento a tasas de interés diferenciales. A estos factores se le agregan la inexistencia de ingresos alternativos que les permitan a los productores enfrentar los dos años que se requieren para que las nuevas plantaciones comiencen a producir, y la falta de conocimientos técnicos, que es crucial para obtener un tipo de uva apto para la elaboración de vinos finos.

Sin duda, el comportamiento de los productores vitivinícolas independientes, centrado en la elaboración de materia prima apta para la producción de *commodities*, es el resultado de una conjunción de factores. Sin embargo, a pesar de la complejidad del problema, es indudable que no todos tienen la misma importancia e, incluso, pueden no tener consistencia económica. Al respecto, cabe incorporar nuevos elementos que permitan clarificar esta problemática.

En este sentido, el elevado nivel de endeudamiento de los productores primarios es un problema candente que afecta a una parte significativa de ellos e indudablemente inhibe –más allá, incluso, de las serias restricciones existentes en el mercado– a los que se encuentran en esa situación de acceder a nuevo financiamiento para encarar una reconversión de sus plantaciones.

Por otra parte, hay un amplio consenso entre los analistas sectoriales acerca de que la producción de uva fina es técnicamente más compleja que la producción de uva común y que el acceso a ese conocimiento integral del proceso de trabajo, desde la selección de las variedades hasta el propio trabajo en los viñedos, puede ser un factor que actúe negativamente sobre las decisiones de reconvertir las plantaciones.

⁵ Ver Walters, A. (1997).

Sin embargo, parece poco plausible que sea el factor fundamental que impida la expansión de los viñedos productores de uva fina, al menos por dos razones. La primera de ellas consiste en que el tránsito de la producción de uva común a la de uva fina implica una mayor complejidad técnica pero no un salto tecnológico como el que supone sustituir la producción de uva común por la fabricación de *chips* electrónicos, o incluso por otra actividad tecnológicamente menos compleja, como fue el intento de la reconversión productiva de la provincia de Tucumán en la década de los años ochenta que se proponía diversificar una estructura productiva basada en el monocultivo de la caña de azúcar y su procesamiento industrial, incorporando otras producciones agroindustriales e incluso la fabricación de material de transporte y aparatos eléctricos.

La segunda razón está vinculada a la larga tradición vitivinícola que tienen las regiones productoras en el país y al hecho que la producción de uvas finas, si bien tuvo menor relevancia, estuvo siempre presente. En otras palabras, los potenciales productores pueden estar desactualizados respecto al conocimiento de las nuevas técnicas para la producción de uvas finas pero cuentan con una experiencia y capacidades como para cerrar esa brecha en tiempos más o menos breves. Por lo tanto, este tampoco parece ser el factor fundamental que determine que los productores sigan aferrados a la producción de uva de bajo valor enológico.

Una argumentación que, en principio, resulta mucho más sólida en cuanto a la identificación del principal factor explicativo remite a la consideración de la estructura de costos que presentó la producción de uva común y de uva fina que, por lo menos, al momento de realizarse el estudio, asumiría un papel clave en las decisiones de inversión: el nivel de la rentabilidad que resulta de ambas actividades.

Dicha hipótesis surge de un estudio⁶ en el que se realiza un detallado análisis de los costos, inversiones y rentabilidad para distintas escalas de producción (de 2,5 a 75 hectáreas) y tipos de productos (uva fina y uva común) a partir de un modelo desarrollado sobre la base de las técnicas usuales de análisis económico de proyectos.

Respecto a los costos fijos, la citada investigación asume que los mismos son independientes del tamaño de la unidad productiva analizada y que, por lo tanto, sufren variaciones sólo en función de la cantidad de hectáreas. En otras palabras, el costo por hectárea es el mismo para cualquier tamaño de unidad productiva analizada y la variación en el costo fijo total se verá reflejada por el número de hectáreas consideradas. Lo mismo ocurre con los costos variables, que por definición son aquellas erogaciones que varían con el nivel de producción, porque se asume que son los mismos para cualquier nivel o escala de producción, es decir que el costo de producir una unidad es el mismo para cualquier tamaño de unidad económica. A modo de ejemplo, el costo de cosecha y acarreo por quintal es constante e independiente del tamaño de la explotación analizada. Estos costos medios aparecen relacionados con el nivel de producción.

Tener claro este supuesto es relevante para interpretar los resultados que se analizarán a continuación porque implica descartar una de los atributos particulares de la producción de uva común que no es compartido con la producción de uva fina: las economías de escala. Es decir, el costo decreciente por hectárea a medida que se incrementa la superficie cultivada.

Una síntesis de los resultados obtenidos se expone en el Gráfico N° 1, donde se puede observar que la rentabilidad de la producción de uva común supera claramente la correspondiente a la producción de uva fina, cualquiera sea el tamaño de la finca. Más aún, descartando el tamaño más pequeño donde no hay rentabilidad en ninguna de ambas producciones, la diferencia mayor a favor de la rentabilidad de la producción de la uva común se localiza en el estrato de 7,5 hectáreas, donde la misma es un 61,3% superior a la que exhibe la producción de uva fina, que es una extensión típica de los pequeños o medianos productores independientes.

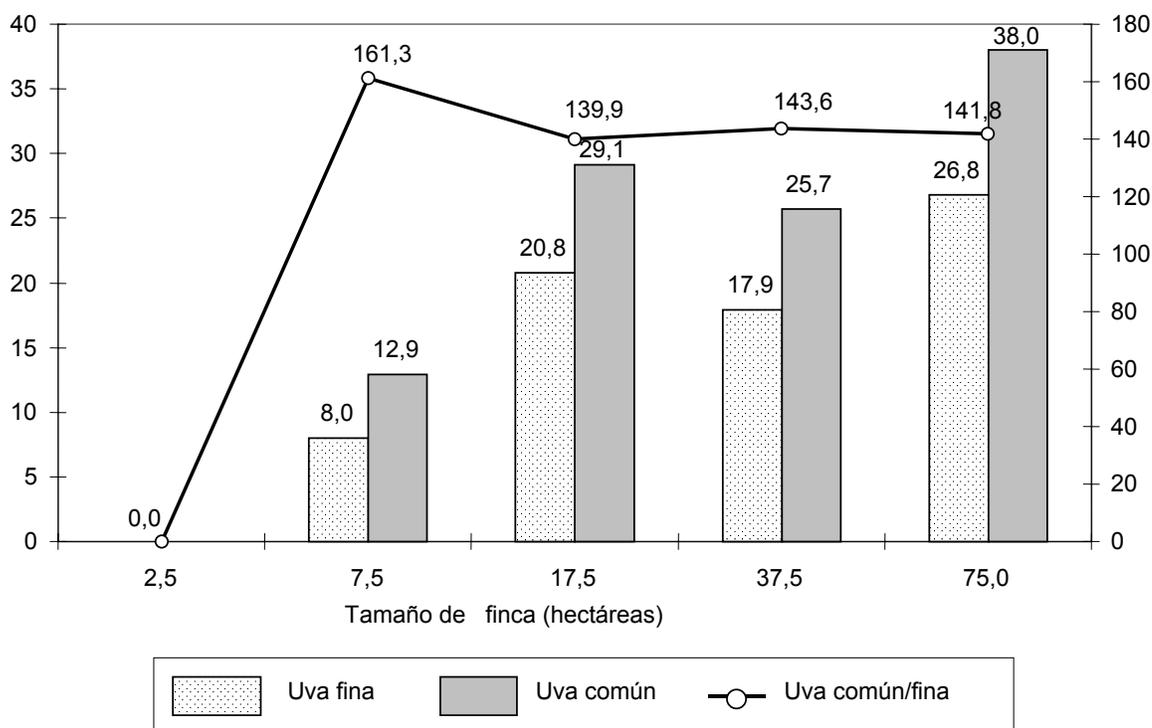
⁶ Bohm, L. (2000).

Adicionalmente, la estructura de rentabilidades relativas también permite entender algunos comportamientos que adoptan los productores vitivinícolas en términos de su endeudamiento con el sistema financiero o, incluso, con el financiamiento promovido por entidades estatales. En efecto, bajo este nuevo diagnóstico es impensable que los productores primarios independientes se endeuden para reconvertir su esquema productivo hacia una producción de menor rentabilidad y mayor complejidad técnica, aun cuando el financiamiento cuente con tasas diferenciales significativamente más reducidas que las vigentes en el mercado.

De esta manera, durante el transcurso de los años noventa, en buena medida impulsado por la reconversión en la etapa industrial, se ha ido conformando un sector primario cuya principal modificación radica en una incipiente –aunque acotada– expansión de la producción de uva fina que avanzó a través de la integración vertical de las grandes bodegas adquiridas o instaladas por los nuevos capitales que se incorporan a la actividad que, por lo general, aunque no exclusivamente, han sido extranjeros. Sin embargo, al mismo tiempo, el grueso de los productores independientes permaneció en la producción de la materia prima demandada para la elaboración de los productos de menor valor agregado debido a que existe una ingente demanda que, a su vez, le garantizó una mayor tasa de rentabilidad relativa (cabe señalar que, de acuerdo a las entrevistas, en muchos casos se está destinando a producción de mosto uvas no comunes –atento a la profunda caída de los precios de la producción primaria–).

GRÁFICO N° 1

RENTABILIDAD (TIR) DE LA PRODUCCIÓN DE UVA FINA Y COMÚN SEGÚN SUPERFICIE DE LAS FINCAS, 1998 (porcentajes)



FUENTE: Elaboración propia en base a Bohm, L. (2000).

CUADRO ANEXO N° 1
PANORAMA VITIVINÍCOLA DE LA ARGENTINA, 1980-2001
 (Valores absolutos, hectáreas, quintales métricos, hectolitros, millones de dólares y porcentajes)

Años	Viñedos		Uva	Rendi- miento	Vinos	Otros productos	Exportaciones	
	Cantidad	Miles has.	Miles qm.	Qm / ha	Miles HI	Miles HI	Miles HI	Mill. u\$s
1980	52.418	319,6	30.867,7	97	23.490,0	780,4	71,3	6,2
.....
1985	49.645	294,8	22.528,7	76	15.740,8	1.668,9	195,9	5,1
.....
1990	36.402	210,4	23.423,5	111	14.036,3	3.711,8	445,5	15,2
1991	35.933	209,3	20.816,1	99	14.500,3	1.519,4	282,1	17,9
1992	35.796	208,8	21.266,2	102	14.350,7	2.652,2	227,4	22,1
1993	34.310	208,9	19.409,8	93	14.470,8	763,0	250,8	24,6
1994	34.988	209,8	24.973,6	120	18.172,9	1.576,3	226,3	23,6
1995	34.845	210,4	28.548,1	136	16.443,1	6.055,8	1.970,4	60,9
1996	34.698	210,6	20.398,9	97	12.681,0	3.381,7	1.119,9	65,9
1997	33.658	209,1	24.819,1	118	13.500,3	5.993,2	1.204,7	119,1
1998	33.459	210,4	20.016,7	96	12.673,4	2.768,3	1.089,0	140,0
1999	31.552	208,1	24.249,9	115	15.887,7	3.061,4	880,5	117,2
2000	25.180	201,1	21.911,3	109	12.536,8	4.304,7	843,0	124,9
2001	25.772	204,7	24.598,6	120	15.835,2	3.300,0	881,6	148,9
t.a.a. 80-90	-3,6%	-4,1%	-2,7%	1,4%	-5,0%	16,9%	20,1%	9,4%
t.a.a. 90-00	-3,6%	-0,5%	-0,7%	-0,2%	-1,1%	1,5%	6,6%	23,4%
t.a.a. 90-01	-3,1%	-0,2%	0,4%	0,7%	1,1%	-1,1%	6,4%	23,1%

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

CUADRO ANEXO N° 2
EVOLUCIÓN DE LOS DESPACHOS AUTORIZADOS DE VINO EN EL PAÍS POR TIPO, 1980-2001
(miles de hectolitros y porcentajes)

Año	Mesa	Fino *	Reserva	Regional	Especial	Espumoso **	Otros ***	TOTAL
1980	18.874	1.513	-	516	135	33	-	21.072
.....
1985	15.623	2.131	-	459	274	64	-	18.552
.....
1990	14.393	2.057	418	662	109	59	16	17.714
1991	13.414	2.276	442	165	90	84	612	17.084
1992	12.604	2.407	449	553	75	107	1	16.195
1993	10.699	2.602	438	616	91	113	0	14.558
1994	10.327	2.610	407	640	65	131	0	14.180
1995	10.126	2.325	261	611	46	120	3	13.492
1996	9.750	2.798	151	636	46	161	0	13.542
1997	9.327	3.100	122	649	45	192	0	13.436
1998	8.723	3.312	-	627	42	224	0	12.928
1999	8.599	3.385	-	539	39	240	5	12.808
2000	8.479	3.362	-	422	36	179	14	12.491
2001	8.330	3.120	-	394	33	144	4	12.836
t.a.a. 80-90	-2,7%	3,1%	-	2,5%	-2,1%	6,0%	-	-1,7%
t.a.a. 90-00	-5,2%	5,0%	-	-4,4%	-10,5%	11,7%	-1,3%	-3,4%
t.a.a. 90-01	-4,9%	3,9%	-	-4,6%	-10,3%	8,4%	-11,8%	-2,9%

* Hasta 1985 incluye los vinos reserva.

** Incluye espumantes, cóctel vino a base espumante natural, y vinos gasificados.

*** Incluye vino para cocinar, ritual, compuesto y vinos destinados a fábricas. En el año 1990, 15.744 hl. de vino no común en el año 1991, 88.435 hl. de vino no común (sin determinar tipo de vino por Res. C. N° 160/90).

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

III. Nuevos rasgos estructurales de la trama a principios del Siglo XXI

III.1. El perfil estructural de la trama vitivinícola

Como se desprende del capítulo precedente, la última década ha resultado particularmente intensa en cuanto a mutaciones en parte sustantiva de los tradicionales patrones de comportamiento del complejo vitivinícola argentino.

En términos agregados y como se desprende del último Censo Nacional Económico realizado en el país⁷, la industria vinícola no se caracteriza por presentar un significativo nivel de concentración de la producción (a mediados de los años noventa, los ocho mayores locales fabriles explicaban el 29,8% del valor de producción de la rama de actividad⁸). Si bien de allí no podría inferirse que se trata de un sector donde predominan formas competitivas de mercado, tampoco podría ser caracterizada como una industria oligopólica.

Sin embargo, cabe incorporar dos breves comentarios tendientes a precisar la significación real de tal indicador como representativo del efectivo grado de concentración del sector. En primer lugar, por la naturaleza de la información censal, se trata de la concentración “técnica” de la producción (a nivel de planta fabril), y no de la “económica” (en términos de empresas). Sin duda, el grado de concentración económica es el que mejor refleja la morfología real del mercado, en tanto las posibilidades de ejercicio de prácticas oligopólicas y el abuso de posiciones dominantes están asociadas, en el caso de firmas que cuenten con más de una planta fabril, a las decisiones adoptadas a nivel de la empresa y no de cada uno de los locales⁹. En tal sentido, una estimación de la participación en la producción total de la rama de las ocho mayores empresas indica que, a mediados de los noventa, la misma alcanzaba a aproximadamente el 45% del total.

En segundo lugar, uno de los rasgos estructurales de la trama es la creciente segmentación del mercado vitivinícola que da lugar a la diferenciación de submercados de características muy disímiles. En efecto, una diferenciación inicial es la que refiere a los submercados de vinos de mesa, por un lado, y de vinos finos, por otro. A la vez, en este último ámbito, podrían reconocerse dos grandes estratos, el de los llamados “finitos” o selección, y el de los finos propiamente dichos donde, también, coexisten distintos segmentos de mercado asociados, en general, al nivel relativo de precios unitarios por botella (en términos globales, y más allá de los criterios utilizados en cuanto a los respectivos valores de diferenciación, se suele distinguir entre “finos”, *premium* y *ultrapremium*).

En ese marco, sin intenta brindar una visión acabada sobre cada uno de esos submercados (tema que será objeto de análisis en los dos próximos capítulos), cabe incorporar algunas pocas precisiones de las características sobresalientes de los mismos, muy particularmente en términos de sus eslabonamientos “aguas abajo” de la cadena vitivinícola.

Así, en el primero de tales submercados, el de los vinos de mesa, cinco grandes empresas (Peñaflor, Resero, Baggio, Garbin, y Fecovita) explican alrededor del 75% del mercado total. El restante 25% se distribuye entre alrededor de 25/30 bodegas que, en general, comercializan sus vinos en sus respectivos ámbitos regionales, mayoritariamente envasados en damajuanas. En este segmento del mercado, caracterizado por sus bajos precios y escasos márgenes de rentabilidad unitarios, las economías de escala –no sólo en la elaboración del vino, sino también en lo relativo a

⁷ INDEC (1994).

⁸ Ver Azpiazu, D. y Basualdo, E. M. (2000).

⁹ Ello resulta particularmente relevante en el caso de esta industria, donde varias de las mayores empresas (Peñaflor, Fecovita, Resero, Santa Ana, Marcó del Pont-Catena) cuentan con más de una bodega, o local fabril.

la provisión de la materia prima básica, así como en la comercialización— asumen un papel protagónico. El acelerado proceso de concentración y centralización del capital en la elaboración de vinos de mesa (a través de adquisiciones y fusiones de bodegas pequeñas y medianas, compra de marcas reconocidas, etc.) emerge como un fenómeno de larga data que ha tendido a profundizarse a partir de la contracción del consumo doméstico de vinos de mesa¹⁰.

Si bien las firmas líderes del mercado muestran ciertas diferencias en cuanto a sus formas de integración vertical, su posición claramente dominante les permite ejercer prácticas oligopsónicas en la compra de uva y/o de vino de traslado. Así, por ejemplo, Peñaflor, Resero y Fecovita cuentan con un importante grado de integración vertical a viñedos propios o cautivos pero, igualmente, adquieren uva a terceros y vinos a bodegas trasladistas. Por su parte, tanto Garbin como Baggio, no cuentan con viñedos propios y, mayoritariamente, adquieren vino a bodegas trasladistas. En la medida en que, por un lado, los viñateros que producen uvas criollas o blancas comunes —cuyo destino final es el vino de mesa (o, de lo contrario, el mosto)— tienen a tales empresas como adquirentes casi excluyentes de su producción y, por otro lado, las bodegas trasladistas —en su gran mayoría pequeñas y medianas, atomizadas— canalizan la casi totalidad del vino elaborado hacia esas grandes firmas, tiende a configurarse, en ambos casos, un típico mercado oligopsónico, en el que cinco empresas cuentan con una capacidad decisiva en la determinación de los precios de compra —de la uva y del vino de traslado—, y de las condiciones de pago, lo cual cobra particular relevancia en el contexto de profunda y persistente contracción del consumo de los vinos de mesa que se remonta a más de dos décadas atrás.

Por su parte, en el caso de los vinos finos de bajo precio, o “finitos”, una de las franjas más dinámicas del mercado vinícola en los últimos años, se manifiestan una serie de tendencias que, cada vez más, tiende a asemejar a este subsector (en cuanto a morfología de mercado) al segmento de los vinos de mesa. Es más, como producto de algunas de las más importantes adquisiciones y fusiones registradas durante los años noventa¹¹, el núcleo dominante de la estructura oligopólica predominante está conformado por buena parte de los agentes económicos líderes en el segmento de los vinos de mesa (Peñaflor, Fecovita y Resero). A ellos se le suman unas pocas bodegas tradicionales (como Finca Flichman, o Viñas de Balbo) que, también sobre la base de la diferenciación de producto (elemento decisivo en este segmento), han logrado mantener un cierto liderazgo, así como también un importante número de medianas bodegas (alrededor de 30) que operan en franca competencia entre sí¹².

En cuanto a las formas dominantes de integración hacia atrás, se ven replicados, en general, los rasgos resaltados en el campo de los vinos de mesa con, probablemente, un mayor grado de integración vertical a viñedos propios y/o a viñateros semi-cautivos (casi en forma excluyente, sin la existencia de relaciones contractuales pre-establecidas). De todas maneras, no difieren sustancialmente —ni en sus características, ni en los propios agentes económicos que ejercen las posibilidades que le confieren sus posiciones dominantes de mercado— las relaciones que se establecen “aguas abajo” con los proveedores de uva y/o de vino de traslado. Se trata, en tal sentido, de un oligopsonio concentrado.

¹⁰ Incluso, Peñaflor compró las más prestigiosas marcas de vinos de mesa del grupo Catena (Casa de Troya, Algarves, Crespi y Facundo).

¹¹ Como la adquisición de las Bodegas Santa Ana por parte de Peñaflor que, también pasó a controlar la mayoría del capital de Bodegas Michel Torino-La Rosa (al respecto ver el Anexo N° 3).

¹² Cabe destacar que, a pesar de que sigue en el mercado, se excluye a Covisan dentro de las grandes firmas debido a que durante el presente año se presentó en convocatoria de acreedores y fue pedida su quiebra por parte de algunos de sus grandes acreedores. La deuda de la cooperativa asciende a 52 millones de pesos y entre sus acreedores se encuentran firmas locales, sanjuaninas y del Este mendocino, además de bancos y empresas internacionales. Esta situación afecta a más de 1.500 productores y a los 292 empleados que aún trabajan en la cooperativa. Por otra parte, la quiebra de esta empresa también pone en cuestión la sustentabilidad de Bodegas Suter SA. Finalmente, según trascendidos recientes, ambas empresas (Covisan y Bodegas Suter) habrían sido adquiridas por un fondo de inversión local (CoInvest).

Por último, el mercado ampliado de los vinos finos (en todos sus muy diferenciados segmentos de precios y franjas de demanda) emerge, seguramente, como el que registró transformaciones más difundidas y radicales en términos de estructuras de propiedad de las 40/50 bodegas que operan en el mismo. Si bien este último tema será abordado en la próxima sección, cabe resaltar que tales cambios no alteraron, en lo sustantivo, los rasgos que definen la estructura de este submercado vinícola como de competencia oligopólica, con una intensa diferenciación de precios y productos, y ciertos –muchas veces, muy claros– liderazgos según el segmento de precio de que se trate.

En este submercado, por las propias características de la elaboración de vinos de calidad superior en cuanto al tipo de variedades de uva demandada, la integración vertical a viñedos propios cumple un papel decisivo, sobre todo en términos de asegurar la calidad de los productos de exportación. De allí que, en general, la mayor parte de las bodegas trate de asegurarse un porcentaje de uvas propias no inferior al 30% de sus necesidades de provisión. El resto es adquirido a viñateros semi-cautivos o habituales (también, bajo difusas e informales relaciones institucionales) que cuentan con un muy escaso poder de mercado en términos de negociación de precios, condiciones y formas de pago. En realidad, su condición de tomadores de precios se contraponen al papel que desempeñan, en este submercado, el grupo Catena y las Bodegas Chandon que, a favor de su posicionamiento en el mismo, resultan ser quienes –prácticamente– determinan los precios “de mercado”, hacia los que tienden a alinearse las restantes compras de las bodegas elaboradoras de vinos finos, en sus distintas franjas de calidades y precios.

III.2. La inversión en la vitivinicultura: fusiones, adquisiciones y transnacionalización del sector

En correspondencia con las profundas mutaciones registradas en la economía argentina, la década de los noventa emerge, sin duda, como una de las más dinámicas en términos de transformaciones estructurales en la trama vitivinícola local. Ello, naturalmente, también se ha visto reflejado en el particular dinamismo que presentan las inversiones en el sector que, según estimaciones del Centro de Estudios para la Producción (CEP) de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería superaron los 500 millones de dólares durante los años noventa; al tiempo que se han identificado nuevos proyectos de inversión que comprometen montos superiores a los 100 millones de dólares.

Si bien una proporción mayoritaria de tales inversiones se ha canalizado a la adquisición de empresas preexistentes, también se ha registrado un activo proceso de ampliaciones de capacidades productivas (tanto en bodegas como en la producción primaria, en buena medida integrada a aquéllas), como en la instalación de nuevas plantas productivas (también, en la mayoría de los casos, con un importante –en especial, en lo cualitativo– porcentaje de integración vertical a viñedos propios).

La irrupción de nuevos capitales en el sector (de origen extranjero, pertenecientes a algunos grandes grupos económicos locales, de fondos de inversión, etc.), el consiguiente repliegue de buena parte de las familias tradicionales que operaban en el mismo, la intensidad que ha venido asumiendo el proceso de adquisiciones de bodegas y viñedos, así como de fincas e incluso de tierras aptas para la implantación de vides, la emergencia de diversos tipos de *joint-venture* (entre nuevos y viejos actores), la incorporación de nuevas tecnologías no sólo en el plano industrial sino también en la producción primaria y en la propia comercialización, el incipiente aprovechamiento de nichos de mercado inexplorados en el país y la creciente segmentación de la oferta local, el difundido interés por mejorar el posicionamiento externo -y, concurrentemente la calidad- de la producción vinícola local, la búsqueda de nuevas formas de comercialización –tanto en el ámbito doméstico

como en el internacional–, la recurrencia y la adopción de nuevas y distintas formas de alianzas estratégicas son, entre otros, algunos de los rasgos más generales que caracterizan la reconfiguración de la estructura sectorial durante la década pasada.

En ese marco, la incorporación de nuevos capitales emerge con uno de los hechos más destacables del decenio (ver el Cuadro Anexo N° 3). Así, por ejemplo, resulta por demás significativa la creciente presencia de empresas extranjeras que, en buena parte de los casos, se han radicado en el país a partir de la adquisición de las tenencias accionarias de bodegas y viñedos preexistentes, con la intención de implementar programas de modernización tecnológica compatibles con el objetivo estratégico de canalizar parte sustantiva de la producción local –en especial, de vinos finos– hacia los mercados internacionales¹³. De la revisión de esta inserción de capitales extranjeros se desprenden las siguientes características:

1. la generalizada adopción de la compra de empresas preexistentes como estrategia de radicación de sus capitales;
2. la también generalizada irrupción en el segmento de vinos finos –esencialmente, *premium* y *ultrapremium*– y de *champagne*;
3. la integración vertical con viñedos propios para el aprovisionamiento de las uvas de mayor –críticas, en tal sentido– calidad enológica;
4. la reconversión y/o modernización tecnológica tanto en la producción industrial como en la primaria; y,
5. la orientación claramente exportadora (en algunos casos, con el objetivo de complementar las variedades de vinos finos comercializados en el escenario internacional –como es el caso de Concha y Toro y, en parte, de Santa Carolina–; en otros, en procura de acceder a demandas crecientes y/o específicas de determinados mercados –de los países de origen de las inversiones y/o de terceros–).

De todas maneras, los emprendimientos mencionados (así como las estrategias que los sustentan) vinculados con la creciente irrupción de capitales extranjeros en el sector, no se agotan allí. En efecto, cabe identificar otra serie de inversiones extranjeras que difieren de aquéllas en, esencialmente, las formas de radicación de los mismos. Así, por ejemplo, son también muy significativas las inversiones extranjeras en el sector que optaron por la construcción de nuevas plantas y/o la implantación de nuevos viñedos¹⁴.

En general, estos emprendimientos muestran una serie de puntos en común con los señalados precedentemente, más allá de las diferencias que subyacen en cuanto a la forma de radicación de los capitales externos. La elaboración de vinos finos, a partir de la integración vertical sobre la base de la incorporación de modernas tecnologías –en el ámbito industrial y en el de la producción primaria–, y la orientación esencialmente exportadora en el segmento de vinos finos –en particular, en este último caso, en el campo de los *premium*–, emergen como denominadores comunes de todas esas inversiones externas.

Por último, siempre en el ámbito de las inversiones extranjeras en el complejo vitivinícola, cabe hacer mención a aquéllas asociadas a empresas transnacionales ya radicadas en el país que han

¹³ Al respecto, cabe hacer mención a algunos de los principales emprendimientos de empresas extranjeras radicadas en el país a partir de la adquisición de activos preexistentes, como son los casos de Concha y Toro, Santa Carolina, Agrícola Comercial Lourdes (las tres de Chile), Marqués de Grignon, ARCO Bodegas Unidas, Allied Domecq (Reino Unido), Pernod Ricard, Bernard Taillan Vins, Extrême (estas tres últimas de Francia), Sogrape Vinhos (Portugal), Gernot Swarovsky (Austria), CINBA (del grupo inglés Guinness-UDV), Marubeni Corporation (Japón).

¹⁴ Dentro de esta estrategia se destacan los casos de: Codorníu (España), Lurton y Comaine Vistalba (ambas de Francia), Kendall-Jackson (California, EE.UU.), y Salentein (Holanda).

encarado importantes programas de inversión que suponen incrementos de consideración en la capacidad instalada en el país¹⁵.

Otra importante fuente de radicación de capitales en el complejo vitivinícola proviene de fondos de inversión, algunos de ellos con presencia de grupos económicos de capital nacional. La irrupción de tales fondos de inversión, enmarcados en una estrategia de diversificación de su portafolio de colocaciones, emerge como un fenómeno de particular significación en términos sectoriales, en tanto denota el interés que despiertan las potencialidades de desarrollo de la vitivinicultura local, aun para capitales esencialmente financieros¹⁶.

En estos últimos casos, si bien se trata de colocaciones eminentemente financieras, la irrupción de los fondos de inversión en el sector ha conllevado cambios importantes en las estrategias empresarias donde se conjuga, por ejemplo, la adopción de una agresiva política de consolidación de determinados liderazgos, con un fuerte componente de integración horizontal y vertical (como en el caso de DL&J y, en menor medida, del Exxel Group); o la generalizada intención de ampliar la oferta exportable de vinos finos.

Los intereses de los principales conglomerados empresarios nacionales en el complejo vitivinícola no se circunscriben a la presencia de algunos de ellos en los señalados fondos de inversión (como serían los ejemplos de Macri o Soldati), ni tampoco quedan limitados a aquellos grupos económicos que, tradicionalmente, han encontrado en la vitivinicultura uno de los senderos de diversificación de sus actividades (como Pescarmona, Cartellone o Pulenta). Las profundas transformaciones en la estructura del capital de las empresas vitivinícolas durante la década de los años noventa también los tienen como partícipes y actores de las mismas¹⁷.

Asimismo, cabe señalar que muchos de los actores tradicionales del sector han orientado sus estrategias a la reinversión en esta actividad. Dicha permanencia, reconocen muy distintos matices, tanto por las modalidades que adoptan (con, también, un alto nivel de recurrencia a las fusiones y adquisiciones de empresas existentes), como por su trascendencia en cuanto al perfil estructural de la trama en su conjunto.

Así, muy estilizadamente, y a partir de la identificación y revisión analítica de las inversiones realizadas en el complejo durante los últimos años por tales actores, podrían reconocerse tres grandes subconjuntos de tipologías de interés que no son, necesariamente, excluyentes entre sí.

La primera tipología está conformada por aquellas inversiones de empresas del sector que, a partir de la adquisición y absorción de firmas competidoras procuran mejorar su posicionamiento en los mismos segmentos de mercado en los que operan¹⁸.

¹⁵ Se trata, fundamentalmente, de Bodegas Chandon de Francia que ha encarado un muy importante programa de inversión (del orden de los 50 millones de dólares), destinado a la ampliación de la capacidad productiva en su bodega en la localidad de Agrelo (Mendoza), a la compra de nuevos viñedos y nuevas implantaciones de vid de calidad y a la incorporación de nuevas bodegas (como Terrazas de los Andes).

¹⁶ En ese marco se inscriben, por ejemplo, las inversiones de: Donaldson, Lufkin & Jenrette (DL&J), fondo de inversión estadounidense; de Galicia Advent Socma Private Equity Fund, fondo de inversión con sede en Boston, EE.UU. pero con una presencia protagónica del Banco Galicia y el grupo económico Socma (Macri); del Exxel Group; de Sabores Argentinos (empresa de un fondo de inversión en el que participa el grupo local Soldati).

¹⁷ En ese plano se inscribe, por ejemplo, la presencia del grupo AGEA/Clarín que, junto a La Nación, adquirió el llamado Grupo Los Andes (a través de CIMECO) y, con ello, la vitivinícola Martelen. De todas maneras, por la significación económica que conlleva, el ejemplo más importante lo brinda el grupo Pérez Companc, que asumió el control accionario de la tradicional Bodega Nieto y Senetiner y sus viñedos, para luego pasar a controlar el total de las acciones a través del Mercosur Private Equity Fund (fondo de inversión que Pérez Companc controla junto al banco brasileño Bozano Simonsen).

¹⁸ Tales serían los casos de, por ejemplo, Llorente Hnos. que compró las bodegas Toso (y modernizó la planta elaboradora) para fortalecer su posición en el mercado de *champagne*, junto a su tradicional marca Federico de Alvear; o la del grupo Catena, que adquirió las bodegas Escorihuela y La Rural (vinos Felipe Rutini y Colección Rutini, dos de las principales marcas en el segmento de los *ultrapremium*, Pequeña Vasija y San Felipe). Asimismo, pasó a controlar el capital de Del Plata Food (propietaria, entre otras actividades, de la marca Duc de Saint Remy).

Una segunda tipología, remite a la constitución de las llamadas bodegas *boutiques*. Las mismas adquieren una particular significación en términos de, por un lado, la inserción de capitales locales en un nicho de mercado que, como la demuestra la experiencia internacional, cuenta con amplias potenciales de desarrollo¹⁹ y, por otro, la reinversión en el complejo vitivinícola de parte de los recursos derivados de la venta de tenencias accionarias o empresas del sector²⁰. En un caso, a partir del reciclaje de una vieja bodega reequipada con tecnología de nueva generación, y en el otro, en la construcción de una nueva bodega.

Se trata, en la generalidad de los casos, de inversiones para la elaboración de vinos *premium* y *ultrapremium* en un volumen inferior al millón de botellas al año, con una fuerte integración vertical a viñedos propios y/o proveedores cautivos de uvas de alta calidad enológica, orientados a la exportación (preponderante) y a la comercialización doméstica en vinotecas, restaurantes exclusivos e, incluso clientes especiales (fuera de los canales de súper e hipermercados, en tanto las condiciones financieras que suelen imponer estos últimos resultan inviables para estas pequeñas y selectas bodegas.

Finalmente, una tercera tipología de inversiones en el sector es la que está asociada a determinadas reorientaciones estratégicas por parte de algunas de las más importantes empresas vitivinícolas, más específicamente de aquellas que son líderes en el segmento de los vinos de mesa. Se trata, por ejemplo, de Fecovita y Peñaflores (líderes indiscutidos en dicho segmento). En el marco de la persistente contracción del consumo de vinos comunes, ambas empresas han decidido incursionar en el segmento de los vinos finos, fundamentalmente, a partir de la adquisición o absorción de prestigiosas bodegas²¹.

Las consideraciones precedentes ofrecen una imagen acabada de los principales rasgos que caracterizan al muy dinámico proceso de inversiones en el complejo vitivinícola durante los años noventa –en particular durante la segunda mitad del decenio–. Las mismas ponen claramente de manifiesto una serie de especificidades (predominio de las fusiones y adquisiciones, presencia decisiva del capital extranjero, marcada preocupación por la calidad de la producción –en especial, de la primaria, vinculada a la elaboración de vinos finos– y por la consiguiente integración vertical –bajo muy diversas formas–, reconversión tecnológica, fuerte inserción exportadora, reorientaciones estratégicas tendientes a consolidar o profundizar determinados liderazgos, etc.) y, en particular, un muy activo interés (local e internacional) por la producción vitivinícola argentina.

A partir de esas mismas fenomenologías sustantivas, en la próxima sección se intenta brindar una visión complementaria de aquélla, ahora desde la perspectiva que surge de identificar

¹⁹ Ello se ve reafirmado, incluso a nivel local, por la radicación de empresas como Domaine Vistalba (de Francia), o Salentein (de Holanda), en ese peculiar nicho de mercado.

²⁰ Al respecto, basta considerar los ejemplos que ofrecen Senetiner que, después de vender la bodega Nieto y Senetiner al grupo Pérez Companc, reinvertió parte de los fondos obtenidos en una nueva bodega (Viniterria), orientada a elaborar vinos de calidad superior para la exportación y, en menor medida (exporta más del 60% de la producción), para vinotecas, restaurantes de nivel y clientes especiales. Por su parte, Carlos Basso, ex-presidente de Bodegas y Viñedos Santa Ana, también destinó parte de los recursos obtenidos por la transferencia de dicha empresa a Santa Carolina de Chile, a la adquisición de una pequeña bodega (La Amalia), y alrededor de 200 has. para la implantación de uvas de alta calidad enológica (que se suman a las de las fincas propias). Otro emprendimiento similar es el de Finca La Anita, que también apunta a la elaboración de vinos *premium*, con una marcada orientación exportadora; al igual que Achával-Ferrer (asociación de capitales argentino e italianos) que, con una producción anual no superior a las 300 mil botellas, destinarán el 75% a la exportación. Asimismo, dos integrantes de la familia Pulenta, vendedores de sus tenencias accionarias en Peñaflores y Trapiche en 1997, reinvertieron parte de los recursos obtenidos en el ámbito de las llamadas bodegas *boutique*.

²¹ Así, por ejemplo, en el caso de Peñaflores se conjuga la adquisición de las Bodegas Santa Ana (líder indiscutido en el ámbito de los llamados vinos “finitos” o selección), con la compra del 60% de las tenencias accionarias de Michel Torino-Bodegas La Rosa (formando una nueva sociedad, Bodegas y Viñedos Andinos, en las que el 40% corresponde a la familia Lávaque, ex-propietaria de la bodega), que también tiene una fuerte presencia en el segmento de los vinos finos selección. En ese marco, Peñaflores quedó posicionada como la principal empresa del complejo, al incorporar a sus líneas tradicionales de vino de mesa, una serie de marcas afamadas en el segmento de los vinos selección. A la vez, en el marco de esa misma estrategia de mejorar la inserción del grupo en el segmento de los vinos finos, la firma Trapiche (parte integrante del mismo complejo empresarial) encaró un programa de inversión de dos millones de dólares para ampliar su bodega y su capacidad de elaboración de vinos de alta calidad (junto a la reconversión de 350 has. de nuevos viñedos en Mendoza), destinados a consolidar el perfil exportador de Peñaflores-Trapiche.

las principales transformaciones tecno-productivas que tales inversiones conllevan tanto en el plano industrial como, fundamentalmente, en la producción primaria (considerada, desde muy diversos ámbitos y/o planos analíticos, como la principal restricción –tanto en el campo productivo como, incluso, en el social– que debe superar el complejo vitivinícola).

III. 3. Inversión y cambio técnico en la producción vitivinícola

A pesar de las restricciones que impone la inexistencia de información abarcativa y confiable sobre el perfil y la composición de las inversiones realizadas en el complejo vitivinícola en los años recientes, de las entrevistas realizadas a empresarios, funcionarios públicos y técnicos del sector –sumadas a los escasos aportes que surgen de la bibliografía y/o de publicaciones especializadas sobre la vitivinicultura argentina–, se ha podido extraer una serie de elementos de juicio que permiten captar la incorporación de progreso técnico, tanto en la fase industrial de la cadena como, también, en la producción primaria.

En realidad, desde la perspectiva tecnológica y circunscribiéndose al ámbito de la elaboración de vinos, no son más de 40/50 bodegas las han revelado un sustantivo avance en materia de incorporación de tecnologías que, incluso, le ha permitido a muchas de ellas ubicarse a nivel de los mejores estándares internacionales (en especial, en lo relativo a la elaboración de vinos finos, en bajas y medias escalas). Incluso, esa reconversión tecno-productiva de un número acotado –pero importante– de bodegas ha operado como disparador de buena parte del cambio técnico incorporado en la producción primaria, muy particularmente en la implantación, las tareas culturales y el manejo de los viñedos de las variedades y la calidad enológica requeridas para la elaboración de vinos finos.

En general, la mayor parte de las bodegas que encararon su reconversión tecnológica lo hizo a partir de la renovación de casi la totalidad del equipamiento involucrado en las distintas fases de elaboración del vino (al margen de algunos pocos casos puntuales en que sólo se reemplazaron determinados equipos). En ese marco, en términos agregados, la incorporación de modernos sistemas de enfriamiento fue, quizá, el adelanto más importante de los últimos años. De todas maneras, la incorporación de modernas moledoras centrífugas, prensas neumáticas, bombas, equipos de frío, vasijas de acero inoxidable, barricas de roble, filtros, y equipos de fraccionamiento y embotellado emerge como un denominador más o menos común a la casi totalidad de esos procesos de reconversión sectorial.

Al respecto, pueden reconocerse dos grandes tipos de estrategias en cuanto a las formas de incorporación de progreso técnico. La primera de ellas remite a la decisión empresaria de seleccionar los proveedores –nacionales e internacionales– que, a su juicio, podrían proporcionarles los mejores equipos para cada una de las distintas fases de la elaboración de vinos. La posterior adquisición e instalación de los mismos derivó, generalmente, en inconvenientes insalvables que, en muchos casos, terminaron por afectar sensiblemente el nivel de productividad de las plantas. De allí que, hasta los recientes cambios en el contexto macroeconómico, haya tendido a consolidarse un segundo tipo de estrategia en materia de reconversión: la contratación a un único proveedor (generalmente extranjero que, por otro lado, ofrecía condiciones muy ventajosas de financiamiento) que se responsabiliza por el funcionamiento del conjunto del equipamiento instalado, aun de aquél adquirido –con su consentimiento y aceptación– a un proveedor distinto. En ese marco, la casi totalidad del equipamiento instalado en los últimos años es de origen externo, con la consiguiente cuasi-desaparición de la industria local proveedora de equipos para la viticultura.

También en materia de tecnologías blandas se ha avanzado sustancialmente (siempre acotado a ese número relativamente reducido de bodegas) en el reordenamiento de los procesos productivos, en la consiguiente gestión técnica, en las tecnologías de diferenciación de producto, así como también en todo lo concerniente a procedimientos y gerenciamiento.

Tan o más importante que la reconversión tecnológica de las bodegas es el concomitante cambio técnico en la producción primaria del complejo vitivinícola. En efecto, durante los últimos años se registró una serie de incorporaciones tecnológicas en la producción primaria que impulsaron una sensible mejora en la calidad de la materia prima (aun cuando persiste, todavía, un cierto retraso en el manejo de los viñedos, respecto a los estándares internacionales). Algunos de esos principales avances son:

➤ *Riego por goteo*

Es quizá la innovación más relevante de las últimas décadas porque permite racionalizar el uso del agua (recurso vital y escaso) e incorporar tierras muy aptas donde la producción era imposible debido a las dificultades para irrigar con los métodos tradicionales (se trata, especialmente, de las zonas con mucha pendiente). Ello permite un manejo mucho más ajustado a las necesidades de agua que requieren los viñedos que el obtenido mediante el riego por acequia, con la consiguiente mejora en la calidad de la materia prima. Incluso, este nuevo sistema de riego sirve para neutralizar los efectos de las heladas modificando la orientación del goteo (al humedecerse el racimo y entrar en contacto con la helada, éste se cubre de hielo y no se daña la uva), pero acarrea el peligro de que se desprenda el racimo por el peso adicional del hielo que lo cubre.

El riego por goteo se está difundiendo rápidamente pero su uso no agota las posibilidades del sistema ya que en la actualidad, en la mayoría de los casos, no funciona de una manera automatizada sino que se gradúa sobre la base del control visual. Los sensores que se ubican en puntos estratégicos de los parrales se utilizan para recopilar información y evaluar el manejo. Se trata de una innovación que tuvo un costo relativamente significativo para los pequeños y medianos productores (entre 4/5 mil dólares por ha.).

➤ *Introducción de nuevas variedades*

Otro de los cambios relevantes durante la última década es la introducción de nuevas variedades importadas de países europeos. Las grandes bodegas integradas trajeron, especialmente, clones de variedades tintas como Cabernet Sauvignon, Chenin, etc., pero cambiando los criterios tradicionales basados en la alta productividad (volumen) por otros sustentados en la calidad de la materia prima. Cabe señalar que en los años recientes se instalaron en el país viveros en los cuales se están generando dichas variedades.

➤ *Malla antigranizo*

Se trata de otra de las innovaciones recientes que se está difundiendo con rapidez. De todas maneras, cabe resaltar que algunos de los mayores bodegueros integrados no han incorporado esta innovación en sus viñedos sino que están realizando investigaciones de campo tendientes a evaluar los cambios del microclima por debajo de las mallas. Las mismas están orientadas a confirmar que la utilización de la malla antigranizo no trae aparejada una pérdida en la calidad enológica de la materia prima.

➤ *Cosecha mecánica.*

Es otra de las innovaciones de los últimos años y tiene la peculiaridad de haber integrado a nuevos actores participantes en el proceso de trabajo en los viñedos. Con escasas excepciones, la cosecha mecánica es realizada por empresas que actúan mediante contrato y están especializadas en esta tarea.

Esta innovación tiene, a juicio de algunos bodegueros integrados verticalmente a viñedos propios, una serie de ventajas pero también de desventajas. Entre las primeras se cuenta la rapidez (lo que permite iniciar la cosecha en el momento justo), la continuidad del proceso de la cosecha durante el día y la noche y, con ello, la posibilidad de enviar a la bodega los camiones sucesivamente a lo largo de la cosecha (con un mejor aprovechamiento del equipo en los establecimientos productivos). En contraposición, la principal desventaja radica en que la cosechadora mecánica no diferencia entre el racimo maduro y el verde sino que recoge la materia prima de toda la línea de parrales. Sin embargo, es frecuente que los parrales presenten diferencias en el grado de maduración, aspecto que se toma muy en cuenta en la cosecha manual. De hecho, en el caso de la uva de alta calidad, el paso previo a la cosecha es señalar los parrales que tienen los racimos más atrasados en su desarrollo para recoger la uva posteriormente, cuando se encuentre en el momento óptimo de maduración. De todas maneras, más allá de sus ventajas y desventajas, la cosecha de la uva más fina destinada a elaborar los vinos de mayor calidad se sigue realizando en forma manual.

➤ *Mejoramiento de las tareas culturales*

La creciente inserción exportadora de la producción vitivinícola trajo aparejada, durante la década de los noventa, una renovada preocupación por mejorar e introducir nuevas tareas culturales que incrementen la calidad de la materia prima. Por cierto, este nuevo enfoque que privilegia la calidad sobre el volumen está centrado en los productores líderes y, especialmente, en las principales bodegas que tienen una significativa integración vertical, destinando buena parte de su materia prima a la elaboración de vinos finos de alta calidad para los mercados externos y/o los sectores domésticos de más altos ingresos.

En este sentido, un primer indicador del creciente interés por avanzar en la calidad del producto es que las principales bodegas integradas realizan frecuentes consultorías con expertos internacionales en la producción primaria e industrial, para evaluar el nivel tecnológico de sus procesos y conocer los nuevos adelantos desarrollados en los principales países productores. Cabe señalar que el efecto de dichos asesoramientos tiene un impacto directo e indirecto. El primero se refiere a la incorporación de nuevas tareas culturales en las fincas de las bodegas líderes que, de por sí, es significativo en términos de extensión, tratándose, generalmente, de uva fina de alta calidad enológica. El efecto indirecto cobra forma a partir de la transferencia de conocimientos que realizan las bodegas integradas verticalmente respecto al resto de sus proveedores (semi-cautivos) de materia prima, a quienes se les presta permanente asesoramiento en materia de tareas y tratamientos a implementar en sus viñedos.

La segunda expresión del avance experimentado en las tareas relacionadas con la producción primaria es la amplia difusión en el uso de los servicios de los ingenieros agrónomos que se registra en los distintos estratos de productores bajo distintas formas de vinculación (personal estable en el caso de las grandes bodegas integradas verticalmente, y asesoramiento específico –y, en muchos casos, puntual– en el de los productores con menores extensiones).

Cabe señalar además que, al menos incipientemente, la concepción y la práctica de los técnicos vinculados a la producción vitivinícola se encaminan hacia una perspectiva mucho más integral, lo cual implica cambios en un doble sentido. Por un lado, en el paulatino abandono de la concepción exclusivamente “productivista” para jerarquizar la sustentabilidad de la calidad, no sólo en la producción de uva fina sino, incluso, en las variedades destinadas a la elaboración de *commodities*. Por otra parte, en romper con los compartimentos estancos entre la producción primaria y la elaboración vinica.

Otra de las vías de acción destinada a mejorar la calidad mediante la introducción de nuevas variedades y un mejoramiento del manejo de los viñedos, se origina en las actividades que

desarrolla la Estación Experimental del INTA de Luján de Cuyo (Mendoza). En los últimos años, en parte como derivación de sus restricciones presupuestarias, sus desarrollos están casi exclusivamente vinculados a las necesidades de los grandes productores y a los requerimientos de calidad de las grandes bodegas, cuyos representantes participan en el Consejo Asesor²². Esta orientación del trabajo realizado por el INTA se sustenta en el supuesto de que las prácticas culturales y las innovaciones que incorporan los grandes productores y las bodegas integradas tienen una importante difusión en el resto de los productores. La otra vía de difusión radica en la tarea que realizan los ingenieros agrónomos que mantienen entre sí, y con dicha institución, un contacto fluido que se ha consolidado debido a la puesta en marcha, junto con la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cuyo, de una maestría que tiene estrechos vínculos con la Universidad de Montpellier, Francia.

III.4. Segmentación del mercado vinícola y estrategias empresarias

Los diferentes segmentos que conforman la oferta de productos vínicos constituyen un elemento determinante en la definición de las estrategias desplegadas por los agentes productivos con mayor incidencia en esta trama agroindustrial.

La estrecha relación que se establece entre los segmentos de mercado y los rasgos básicos que presentan las estrategias empresarias es la que permite que estas últimas puedan ser analizadas a partir de los tres grandes submercados que conforman la oferta de vinos: comunes (o de mesa), selección (denominados también “*finitos*”), y los finos propiamente dichos.

➤ *Las estrategias empresarias en los vinos comunes o de mesa*

Como se mencionó, el mercado de los vinos de mesa es aún el de mayor importancia económica pero, paulatinamente, ha ido perdiendo parte de su predominio debido a la rápida expansión de los distintos tipos de vinos finos que se producen en el país.

Asimismo, este tipo de vino se caracteriza por exhibir tanto un precio como un margen bruto relativamente reducido en cada una de las etapas que conforman este complejo agroindustrial. Sin duda, la baja rentabilidad relativa unitaria es la que define que en este mercado sea de vital importancia asegurarse una elevada escala de producción, lo cual ha traído aparejada una elevada concentración sectorial que avanza mediante la compra, fusión y desaparición de empresas.

En la actualidad, este segmento de la oferta vínica representa prácticamente las dos terceras partes de la producción física y cerca del 50% de la facturación total del mercado. Se trata de una actividad que está controlada, fundamentalmente, por cinco grandes bodegas que conforman un típico oligopolio cuasi indiferenciado: Peñaflor, Fecovita, Resero, Baggio, y Garbin.

Las grandes bodegas elaboradoras de vino común de mesa presentan distintas estrategias en términos de la producción de vino y de su integración vertical con la producción primaria. Por un lado, Peñaflor, Resero y, especialmente, Fecovita producen un porcentaje significativo tanto del vino como de la materia prima que procesan. En el otro extremo, se encuentran Garbin y Baggio, que no producen el vino que comercializan ni, por supuesto, están integradas verticalmente hacia la producción primaria. Su estrategia esta basada en adquirirle el vino a las bodegas trasladistas y constituir *stocks* en bodegas propias o de terceros.

²² Tal situación se agravó al interrumpirse las tareas de extensión orientadas a la transferencia de conocimientos a los pequeños y medianos vitivinicultores que se canalizaban a través del Programa de Cambio Rural.

Para todas estas empresas líderes, cualquiera sea el grado de integración vertical y de elaboración propia que las caracteriza, es vital el papel que cumplen las bodegas que comercializan vino de mesa a granel que elaboran con uva propia o de terceros; es decir, las bodegas trasladistas. Estas últimas le proveen el vino común a las grandes bodegas bajo una amplia gama de modalidades de venta que dependen de su capacidad de negociación coyuntural. Las mismas no tienen ni la escala ni la capacidad financiera como para encarar sus propias actividades de distribución y comercialización.

Sin embargo, durante los últimos años estos agentes económicos han encarado dos procesos para romper con su especialización de proveedores de vino de mesa a granel. En primer término, algunas de ellas iniciaron la reconversión de sus bodegas y viñedos para poder incorporarse al segmento de los varietales, tanto para el mercado interno como el externo. En segundo lugar, otras están incursionando como proveedores de los grandes supermercados a partir del lanzamiento de las denominadas “*marcas blancas*” e, incluso, de las “*marcas exclusivas*”.

Debido a la importancia que adquieren en la estructura de costos tanto el transporte como la distribución, una línea estratégica en las grandes bodegas líderes en este segmento consiste en la diversificación horizontal en el rubro de bebidas. En efecto, algunas de ellas, el caso típico es Peñaflor, devinieron como fabricantes y comercializadoras de otras bebidas en las cuales la distribución es igualmente trascendente, como es el caso del agua mineral, los jugos, los amargos, etc.. Dentro de esta línea de diversificación de actividades se encuentra la participación de algunas de las grandes bodegas productoras de vinos comunes en el segmento de los vinos selección y finos propiamente dicho, mediante marcas específicas e, incluso, a partir de bodegas que sólo participan en ese segmento.

Si bien en este mercado no actúa la diferenciación del producto vía el cepaje, la denominación de origen o el reconocimiento a la trayectoria de una bodega, la misma existe y opera mediante la identificación de las marcas y los precios. En efecto, en términos generales, la estrategia de las grandes firmas de esta actividad consiste en mantener una marca líder que se ubica con el precio más elevado del mercado y es la que, en general, opera en el mercado externo conformado, principalmente, por los países limítrofes, especialmente Paraguay, Uruguay y Chile. La primera marca es acompañada por otras, segundas y terceras marcas, que actúan a precios inferiores en las franjas del mercado que se conforma a partir de la población de menores ingresos.

➤ *Las estrategias empresarias en los vinos “selección”*

El mercado del primer segmento de vinos finos, que se denomina comercialmente como Selección, es el segundo en importancia y presenta, a diferencia del vino común, un significativo dinamismo porque absorbe una parte importante de los consumidores que dejan de demandar vino común. En este segmento, la competencia es acentuada y basada en calidad y escala de elaboración debido a que rigen precios relativamente bajos respecto a los vinos finos propiamente dichos.

En este mercado actúan varias de las bodegas líderes en la elaboración de vino común, tales como Peñaflor, Fecovita y Resero. Compitiendo con ellas, se encuentra una serie de bodegas que actúan sólo en este segmento junto a otras que además están presentes en la elaboración de los restantes vinos finos, como son: Santa Ana, Finca Flichman, Bodegas y Viñedos López, La Agrícola, Toso, Escorihuela y Titarelli. Las evidencias disponibles, que no son concluyentes, indican que las dominantes en este mercado son las empresas líderes en la elaboración de vino común y algunas de las que actúan, también, en el mercado de vinos finos.

Las diferentes bodegas que operan en este segmento se caracterizan por presentar una integración vertical significativa pero acotada a sus necesidades de garantizar, especialmente, la demanda externa de sus productos. Estas firmas han venido desplegando distintas estrategias para penetrar, consolidar y expandir su presencia en el mercado. Por supuesto, las líneas de acción que se

mencionarán a continuación no son excluyentes entre sí sino que, generalmente, se combinan en distintas proporciones como diferentes formas de garantizar un crecimiento en su participación en el mercado.

Una de estas alternativas es la de ofrecer la mayor calidad en relación con el precio del producto garantizando un sabor que lo distinga de las otras marcas. Otra, es conferirle al producto una identidad propia mediante el tipo de envase y la etiqueta. Asimismo, una tercera línea de acción consiste en imponer una marca buscando generar una relación de “lealtad” en el consumidor. En este caso, resultan fundamentales las campañas de promoción y difusión del producto ofrecido.

Adicionalmente, cabe mencionar que se trata del segmento de vinos finos que reconoce una mayor inserción exportadora, tanto en términos de volumen como de monto de facturación. Las principales formas de venta al mercado externo en este segmento consisten en la venta del producto a un intermediario que es el que distribuye el producto en diferentes lugares del mundo, o a un operador en el mercado de destino (importador, consignatario o supermercado).

La primera de las estrategias mencionadas tiene la ventaja para los productores de no implicar costos adicionales, de allí que adoptada también por pequeñas y medianas empresas trasladistas que implantaron uvas finas y tecnificaron sus bodegas para producir vinos varietales de precio relativamente reducido.

La segunda de las formas de vender al exterior involucra erogaciones adicionales para el productor tanto en términos de costos fijos, ya que la bodega requiere un departamento interno específico para esos fines, y participa de los gastos de *marketing* y distribución en el país de destino, como de los costos variables, debido a los seguros y a los costos de transporte y de transacción que involucra esta operatoria. Los factores mencionados hacen que esta modalidad sea adoptada por bodegas consolidadas, como es el caso de Peñaflo.

➤ *La estrategia empresarial en los vinos finos de alto precio*

En términos generales, este segmento del mercado está compuesto por los vinos finos propiamente dichos, en los cuales el nombre de la bodega y las variedades utilizadas en su elaboración, que generalmente figuran en la etiqueta, constituyen elementos importantes para garantizar su inserción en el mercado. Las principales variedades utilizadas son: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Syrah, Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noire, Sangiovese, etc.. Por otra parte, si bien no existen evidencias estadísticas fehacientes, los testimonios de diferentes agentes económicos coinciden en señalar que en este segmento es donde la integración vertical hacia la producción primaria adquiere mayor entidad. Asimismo, en este segmento del mercado actúa un conjunto de bodegas pequeñas y medianas cuyo número se ha ido expandiendo considerablemente a lo largo de los últimos años.

Las bodegas que actúan en este segmento constituyen el núcleo de lo que se denomina el “turismo vitivinícola” o “enoturismo” basado en recorridos que incluyen lugares históricos o de interés y visitas a las bodegas y viñedos, donde los turistas pueden adquirir los productos elaborados. Se trata de una iniciativa en la que están presentes no sólo las grandes bodegas sino también las pequeñas y medianas, y cuenta con la activa participación de los municipios y del gobierno provincial.

Sin embargo, dentro del mercado de los vinos finos pueden distinguirse dos grandes categorías: los varietales, que son los vinos de menor precio relativo, y los *premium-ultrapremium* (lo de mayores precios). En todos los casos, se trata de vinos en los que se aplican sistemas de control de calidad tanto en la producción de la uva como en la elaboración del producto, pero que tienen diferencias entre sí, tanto en la forma de producción como en la comercialización. Asimismo, otra diferencia ilustrativa de sus diferencias radica en las formas de elaboración, ya que en los varietales la zona de producción de la uva no es un elemento decisivo, siempre que las

características típicas de la variedad estén garantizadas, mientras que en el segmento de los *premium* sí lo es. Tanto es así que dicha exigencia es la que ha impulsado la creación de las Denominaciones de Origen Controladas como medio de institucionalización de la calidad del producto.

En principio, podría afirmarse que la mayor competencia en los vinos finos propiamente dichos se focaliza donde se encuentran, entre otros, los varietales de precio superior y en los *premium* y *ultrapremium* de menor precio, y que una de las estrategias más importantes adoptadas por las bodegas radica en una intensa diferenciación de producto que se expresa en la relativamente elevada cantidad promedio de marcas por bodega.

Las opciones estratégicas adoptadas por estas bodegas cubren, prácticamente, toda la gama de alternativas posibles, en tanto algunas de ellas optan por la especialización mientras que otras operan con la mayor diversificación posible. Entre ambas situaciones extremas, se encuentra un numeroso conjunto de firmas, incluso más nutrido que los anteriores, que exhiben una baja o mediana diversificación de productos/marcas²³.

➤ *La integración vertical en las grandes bodegas productoras de vinos finos*

Una de las características que presentan las bodegas (en especial, las productoras de vinos finos) es, como se mencionó, la de contar con un apreciable grado de integración vertical de sus actividades. A partir de las entrevistas realizadas se puede identificar un conjunto de factores que impulsan la integración vertical de la producción pero que, al mismo tiempo, la acotan a determinados niveles que históricamente, y para el conjunto de la producción, ronda en torno a un tercio de las compras de materia prima.

El primero de estos factores está relacionado con la creciente importancia que asume la elaboración de vinos finos de alta calidad destinados a la exportación y al consumo interno vinculado a la demanda de los sectores de altos ingresos. En efecto, uno de los motivos fundamentales por los cuales las grandes bodegas se integran verticalmente es la necesidad de asegurarse una materia prima de alta calidad enológica destinada a la elaboración de vinos *premium* y *ultrapremium*, que les permita enfrentar ese tipo de demanda que consideran de una importancia estratégica para el desarrollo de la empresa.

Otra de las razones que impulsan la integración vertical (parcial) radica en que las grandes bodegas productoras de uva fina mediante la producción propia están en condiciones de determinar muy detalladamente la estructura y la evolución de los costos, elemento que resulta decisivo para determinar (dado el ejercicio de su poder oligopsónico en el mercado) el precio al que adquieren el resto de la materia prima requerida a los productores primarios, de forma que la rentabilidad de los mismos no sea negativa pero que tampoco exceda un determinado margen que consideran razonable. Adicionalmente, influye en las decisiones de las grandes bodegas para integrarse verticalmente la necesidad de consolidar una imagen institucional que las coloque como portadoras tanto de las tradiciones como de las innovaciones en términos de la producción primaria

²³ Dentro de las bodegas que adoptan una baja diversificación de producto se encuentran firmas de reconocida trayectoria en el mercado local como Graffigna, Goyenechea, Lagarde y Catena. La mayor parte de estas empresas actúa en los dos segmentos principales a nivel agregado, el de los vinos finos de menor precio y el de los *premium* con precio más reducido, ya sea porque todos sus vinos finos se encuadran dentro de ellos, o porque combinan uno de ellos con alguno de los restantes. Este último es el caso de Goyenechea que actúa en los dos tramos de menores precios o, en la situación opuesta, de Catena y Lagarde que operan en los dos estratos de precios de los vinos *premium/ultrapremium*. Las bodegas que exhiben un nivel medio de diversificación también son numerosas, y muchas de ellas son tradicionales en el mercado de los vinos finos. La gran mayoría tiene sus marcas ubicadas en los tres tramos de precios más elevados, siendo la excepción la bodega Humberto Canale que tiene marcas en los varietales de bajo precio y no actúa en los *premium* de mayor precio. Finalmente, se encuentran las bodegas de mayor diversificación en tanto están presentes en todos los estratos de precio. La mayoría de ellas tiene marcas reconocidas en el mercado de los vinos finos, e incluso selección, siendo casos excepcionales los de Echart, que tiene la mayor proporción de sus marcas en los vinos finos de menor precio relativo, y La Rural, que tiene una mayor concentración de las mismas en los *ultrapremium*.

vitivinícola. Si bien todos estos factores impulsan el desarrollo de la integración vertical, al mismo tiempo la acotan, circunscribiéndola a un porcentaje de las compras totales de materia prima que impide el avance hacia una autonomía completa del aprovisionamiento de la misma²⁴.

Aun cuando dichos factores de por sí justifican una integración vertical acotada, todo parece indicar que hay otros elementos sumamente importantes que influyen decisivamente para que ello ocurra. El primero de ellos es que la opción de una autonomía completa en la producción de la materia prima implica enfrentar una notable complejidad organizativa y un elevado coeficiente de riesgo dada la importancia de los fenómenos climáticos que afecta a la producción de uva. El segundo es que la propiedad de la tierra, así como los costos que conlleva la renovación de las plantaciones y las tareas culturales acarrear una elevada inmovilización de capital cuando la tasa de interés viene siendo, en los últimos años, uno de los precios de mayor nivel relativo (incluso, algunas grandes bodegas que cuentan con la posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento externo, a tasas de interés mucho más bajas que las locales, no están dispuestas a endeudarse para encarar desarrollos en la producción primaria). Finalmente, otro factor muy relevante que conspira contra la integración vertical completa consiste en la existencia de una estructura de oferta diversificada y atomizada que le permite a las grandes bodegas transferir a los productores primarios una parte significativa de los riesgos climáticos, económicos y financieros que caracterizan la evolución de esta actividad.

Dada la importancia que asume este último factor, es preciso analizar la relación entre las grandes bodegas y sus “productores cautivos” de materia prima. Al respecto, cabe señalar que si bien existen varias modalidades de compra, el grueso de la materia prima adquirida por las grandes bodegas proviene de un nutrido conjunto de productores que tienen, generalmente, viñedos antiguos que se encuentran en la plenitud de su ciclo productivo, y sobre los cuales se realiza un seguimiento y se los asesora mediante ingenieros agrónomos en términos tecnológicos a través de visitas periódicas. Como parte de esta relación entre las grandes bodegas y sus “productores cautivos” (en general, sin la existencia de contratos de corto o mediano plazo), se ha podido detectar que una práctica difundida consiste en que la firma elaboradora les provea a los productores algunos de los productos fitosanitarios que requieren para el tratamiento de sus plantaciones, cuyo costo, en algunos casos, queda a cargo de la bodega y, en otros, se descuenta en el momento en que se paga la materia prima. Lo mismo ocurre con el combustible e, incluso, aunque menos asiduamente, con el financiamiento para la adquisición de la tela antigranizo que el productor paga a lo largo de varios años, siempre descontándose del pago de la materia prima.

Se trata de una relación que no está mediada por compromisos escritos y formales sino que está basada en el conocimiento mutuo a lo largo de varios años. Cabe destacar que, aun cuando informales, estos acuerdos tienen un alto grado de cumplimiento. Esta modalidad contractual *sui generis* también se expresa en la determinación de los precios de la uva adquirida ya que, en la generalidad de los casos, los mismos se determinan -al igual que las condiciones de financiamiento- con posterioridad a la entrega de la materia prima por parte del productor, en función de la situación imperante en el mercado interno y externo. Se trata de productores primarios integrados “cautivos”, que operan en un mercado oligopsónico, donde igualmente las bodegas tienden a garantizarles márgenes de rentabilidad acordes con la reproducción de sus capitales y con su no exclusión de una dinámica de mercado que, como señalara uno de los entrevistados: “*le conviene a todos*”.

²⁴ Sin embargo, en este contexto es preciso señalar que, tanto en la elaboración de vino fino como de vino común, hay casos excepcionales de bodegas totalmente integradas verticalmente que son el resultado de peculiares formas societarias. Este es el caso, por ejemplo, de la bodega Lagarde, que se dedica a la elaboración de vino fino *premium* y *ultrapremium*, y es propiedad de la familia Pescarmona, en tanto un porcentaje mayoritario de su materia prima es provista por las fincas que pertenecen a sus propios accionistas, los cuales comercializan la uva fina excedente con otras bodegas mendocinas. La empresa Fecovita, es otro ejemplo de integración vertical completa, pero en términos, principalmente, de la elaboración de vino común, ya que su materia prima es provista por los tres mil productores asociados a dicha federación de cooperativas.

➤ *Los primeros pasos hacia la búsqueda de la calidad*

Estrechamente vinculado con los cambios estructurales, durante la última década se ha verificado un cambio progresivo en algunas de las estrategias o criterios centrales que guiaron el funcionamiento del complejo vitivinícola local. Así, la manifestación más clara de esta transformación se pone de manifiesto en la elaboración de los vinos finos, que contrasta con la concepción tradicional que parece seguir rigiendo el comportamiento de, por ejemplo, los elaboradores de mosto y buena parte de los de vino de mesa.

Por otra parte, al considerar los diferentes agentes económicos es, quizá, en los productores primarios donde se pueden percibir los mayores atrasos a este respecto. En estos últimos parece haberse consolidado una serie de concepciones acerca de la priorizar la calidad por sobre la cantidad²⁵.

Si bien estas concepciones parecen estar relativamente arraigadas en los productores primarios, las mismas tienden a verse alteradas en consonancia con los criterios prevalentes en el escenario internacional y en los sectores de más altos ingresos, donde tiende a priorizarse la problemática de la calidad.

Al respecto, es importante señalar que una de las expresiones más contundentes de estos cambios en el exterior se ve reflejada en la orientación de las reformulaciones que se registraron en la Política Agraria Común (PAC) de los países de la Unión Europea. Específicamente, el artículo 39 de los Tratados de Roma firmados en 1957 es la base para la política común en términos de la producción agropecuaria.

La implementación de la PAC trajo aparejada la aplicación de diversos mecanismos de intervención sobre los precios para asegurar tanto el nivel de ingresos de los productores primarios como el adecuado abasto de la población. Por medio de las barreras arancelarias y paraarancelarias se resguardó la producción interna de la competencia extranjera y, al mismo tiempo, se impulsó la exportación de bienes primarios mediante subsidios específicos a los productores.

A partir de los años ochenta, la Unión Europea comienza a reformular la PAC (si bien continúa el sistema de subsidios) al atemperar los subsidios y priorizar objetivos en la búsqueda de la “calidad”. Los nuevos enfoques se concretan en el documento presentado a la Comisión de la Comunidad Económica Europea en 1991, que es conocido como la “Reforma MacSharry”²⁶.

Así como la Unión Europea debió plantearse la revisión de su política agraria original, la Argentina se encuentra, durante los últimos años, ante la necesidad de transformar el funcionamiento de su producción agropecuaria y agroindustrial.

²⁵ Las mismas podrían sintetizarse en: la búsqueda de calidad provoca un incremento de los costos fijos y variables de la explotación, afectando negativamente el nivel de la rentabilidad; la adopción de procesos productivos (cambio en la función de producción) encaminados a priorizar la calidad afecta negativamente la productividad de los factores, acarreado una pérdida de competitividad; un adecuado manejo de la etapa final de la producción es suficiente para asegurar la calidad del producto; si el comprador (industrial, distribuidor o consumidor final) no demanda mayor calidad es inútil producir con ese parámetro u objetivo.

²⁶ Dicho nombre se debe a que Ray MacSharry era el responsable de esa Comisión en el área de las políticas agropecuarias. De los cambios que involucra la reforma de la PAC, interesa destacar los relativos al fomento de las “políticas de calidad”. Al respecto, cabe destacar que a fines de los años ochenta, la Comunidad Europea decide impulsar una “política de marcas” a través de la implementación de *distintivos*, definidos como: “Un distintivo (label) de calidad es una marca colectiva que atestigua que un producto alimentario, o un producto agrícola no alimentario, posee unas cualidades específicas distintivas y unas características previamente determinadas y establecidas conforme con un nivel de calidad. El producto debe distinguirse de otros similares o de la misma naturaleza, presentes normalmente en el mercado, por sus condiciones particulares de producción o elaboración y a veces por su origen”. Es así que, con el objetivo de que los pequeños productores rurales y agroindustriales lograsen diversificar su oferta mediante la calidad, se norma el *label* más relevante: la Denominación de Origen Controlada (DOC). La misma se define como: “El nombre de una región, un lugar específico o, en casos excepcionales, un país, utilizado en la designación de un producto agrícola o alimentario cuya calidad u otras características son esencial o exclusivamente debidas a ese medio geográfico, incluyendo en él los factores humanos y los factores naturales”. Un aspecto relevante de la normativa comunitaria es que todos los aspectos que comprometen la calidad del producto ofrecido y consumido quedan bajo el control estatal. Tanto es así que se impulsa la confluencia de las diferentes legislaciones nacionales a los efectos de clarificar el funcionamiento de los mercados y brindar seguridad respecto a la calidad. Al respecto, consultar: Lazo Sanz, C. (1991).

En este contexto, es preciso señalar que las mencionadas transformaciones se expresan en la producción vitivinícola, no sólo por el replanteo de los objetivos y los criterios que van adoptando los productores, orientándose a obtener mejoras sustanciales en la calidad de los productos, sino también porque durante la última década se pusieron en marcha Denominaciones de Origen Controladas que ya cuentan con un marco legal instituido mediante una Ley provincial²⁷. Estando en funcionamiento estas iniciativas, el Congreso mendocino aprobó, en marzo de 1993, la Ley N° 5.999 estableciendo un régimen para las Denominaciones de Origen Controladas exclusivamente destinado a la vitivinicultura²⁸.

En la misma dirección, merecen mencionarse otras iniciativas que se pusieron en marcha recientemente y están orientadas hacia el mejoramiento de la calidad, en las cuales convergen instituciones del sector público nacional y provincial junto con distintas empresas privadas del sector vitivinícola, entre las que se encuentran algunas de las bodegas que participan en las Denominaciones de Origen Controladas.

III.5 Comercialización del vino. La gran distribución, las exportaciones y las estrategias empresarias

Las profundas transformaciones a las que asistió el complejo vitivinícola durante el decenio de los años noventa involucran, también, al campo de la distribución y la comercialización del vino, en sus distintos tipos y envases, tanto en el ámbito doméstico como en el internacional. Estas últimas se derivan, en la generalidad de los casos, de la convergencia y la contemporaneidad de factores endógenos y exógenos al propio sector.

Entre los primeros, bastaría con señalar los muy diversos impactos generados –directa e indirectamente– por, entre otros, la readaptación a las modificaciones en el perfil del consumo doméstico –pérdida de participación de la damajuana y avance del *tetra-brik*, en el campo de los vinos de mesa; fuerte caída de la demanda de estos últimos y expansión diferenciada (en cuanto a su intensidad relativa) en el ámbito de los vinos finos–; la mayor orientación exportadora del sector; los cambios en la estructura de propiedad de buena parte de las empresas vitivinícolas, etc.. Así, la

²⁷ El primera antecedente se remonta a 1987 cuando se conforma en Luján de Cuyo una Denominación de Origen Controlada en cuyo Consejo participaban diez bodegas. Durante los primeros años esta iniciativa, aun cuando era patrocinada por la O.I.V. (Office International Du Vin), funcionó sin ninguna norma legal que la institucionalizara y recién en 1990 se estableció una primera reglamentación por medio del Decreto Provincial 3086/90. En la actualidad participan de esta iniciativa las bodegas: Leoncio Arizu, Cabrini, Arnaldo Etchart, Lagarde, Viña de Santa Isabel, Norton, Pérez Cuesta, Chandon, Robino, y Cavas de Weinert. También en 1990, se constituye la Denominación de Origen Controlada de San Rafael, participando en la actualidad de la misma once bodegas, a saber: Bebalco, Bianchi, Club Privado, Goyenechea, Lascar, Resero, Santa Silvia, Simonassi Lyon, Suter, Viejo Argentino y Viña Andina. En este marco, en 1992 esta DOC pone en marcha una Escuela Permanente de Degustación, en la cual se dictan cursos en tres niveles, comenzando el primer nivel con la Iniciación de la Degustación otorgándose al finalizar el mismo título de Degustador Iniciado. En el curso de segundo nivel se tratan las Técnicas Avanzadas de degustación otorgando al final del mismo el título de Degustador Primario. Por último, en el curso de tercer nivel, eminentemente práctico, se tratan temas relacionados a degustaciones de vinos de diferentes cepajes y zonas de producción y se realiza un viaje de estudio a las zonas de producción.

²⁸ La misma contiene una serie de precisiones que son interesantes de mencionar. En primer término, cabe destacar que la norma mencionada entiende por Denominación de Origen, “*el nombre geográfico conocido de una región, departamento, distrito o localidad de la provincia, dentro de sus límites actuales o históricos, utilizada para distinguir un producto vitivinícola originario. A los fines de la presente Ley, producto vitivinícola originario es aquel cuyos atributos cualitativos se deben esencialmente al medio geográfico, comprendiendo en ella a los factores naturales (ecología y variedades) y los humanos (cultivos y elaboración)*”. En segundo lugar, en el cuarto artículo de la norma se establece que “*la organización y control de las Denominaciones de Origen se instrumentará a través de un Consejo Provincial de Denominaciones de Origen Controladas (CPDOC) y de los Consejos de Denominación de Origen actuales y futuros*”. Dicho Consejo Provincial se integra por un presidente y un secretario designados por el propio CPDOC, un representante del Ministerio de Economía que debe tener título de enólogo, y vocales titulares y suplentes que son designados por cada uno de los Consejos de la DOC. Asimismo, se establece que estos últimos “*surgirán de la integración voluntaria de los productores vitícolas y vinícolas que deseen participar de este sistema, ya sea en forma individual o mediante sus respectivas asociaciones gremiales empresarias. Tendrán carácter de entidades civiles abiertas y sin fines de lucro y se manejarán con los recursos establecidos por sus estatutos*”.

emergencia de nuevas estrategias empresarias comprende, naturalmente, la fase de distribución y comercialización doméstica y externa de la producción.

Por otro lado, el principal elemento exógeno lo brinda el notable y sistemático avance de las cadenas de súper e hipermercados en las ventas de alimentos y bebidas, en general, y en la comercialización minorista de vinos, en particular.

Si bien en el primer caso se trata de transformaciones en las formas de comercialización de los distintos tipos de vinos vinculadas a la reorganización industrial de los años noventa, no es menos cierto que muchas de ellas se han visto fuertemente inducidas –en el marco de estrategias de carácter “defensivo”– por la creciente consolidación de las cadenas de súper e hipermercados, como principal canal de comercialización minorista. En esa dirección, el despliegue de nuevas prácticas en materia de distribución y comercialización interna del vino no está disociado de la necesidad de enfrentar –cuando no, eludir– el creciente poder de negociación de las grandes cadenas de súper e hipermercados.

Por su parte, también en lo relativo a la (expansiva) comercialización externa del vino han surgido nuevas y distintas formas de inserción en el escenario internacional estructuradas, en todos los casos, sobre mejoras sustantivas en la calidad del producto ofrecido, acompañadas por el desarrollo de políticas específicas –no sólo en materia de *marketing* sino, fundamentalmente, en el plano productivo– tendientes a fortalecer el posicionamiento de los vinos argentinos en los mercados mundiales.

➤ *El avance del “supermercadismo” y la comercialización final del vino*

Un fenómeno que adquirió particular intensidad en la Argentina durante los años noventa fue el persistente avance de los súper e hipermercados, en detrimento de los canales tradicionales del comercio minorista de alimentos y bebidas e, incluso, de la distribución mayorista. Si bien se trata de una tendencia mundial, uno de los rasgos distintivos locales radica en la celeridad que asumió esa creciente gravitación comercial del “supermercadismo”, con su lógico correlato en el desplazamiento de las tradicionales redes mayorista-minorista. De todas maneras, este fenómeno tiende a desacelerarse en tanto, muy difícilmente, tales cadenas se localicen en ciudades de menos de 60/80.000 habitantes, donde el comercio tradicional continuaría asumiendo un papel protagónico. Al respecto, es pertinente recordar que en el consumo de vinos de mesa, las ciudades y pueblos pequeños del interior del país tienen un peso relativo significativo, superior al que le corresponde en términos agregados en las compras globales de alimentos y bebidas.

El análisis del fenómeno del “supermercadismo” en la Argentina excede los objetivos del presente estudio y, por otro lado, ha sido objeto de reflexión de una muy variada gama de estudios²⁹. De allí que sólo interese resaltar algunos –pocos– de sus rasgos vinculados con la comercialización de productos vinícolas y que, en ese marco, conlleva una serie de transformaciones en las condiciones logísticas, comerciales y, fundamentalmente, de poder de negociación en el mercado.

Un primer aspecto a remarcar es que las habituales referencias al avance del “supermercadismo” en el comercio minorista de alimentos y bebidas se ven enmarcadas en una problemática mucho más abarcativa como es de la creciente significación macroeconómica de esas cadenas de súper e hipermercados que, concomitantemente, han pasado a constituirse en componentes muy activos del acelerado proceso de concentración y centralización del capital en la Argentina.

²⁹ Ver, entre otros, Artana, D. (1997); Bin, G. y otros (1996); Devoto, R. y Posada, M. (1998); Gorenstein, S. (1998); Green, R. y otros (1992); Gutman, G. (1993 y 1997)

Un segundo tema a resaltar son los cambios registrados en el comercio minorista de bebidas, en términos de la relación entre los autoservicios y los almacenes tradicionales. En términos generales, y al margen de toda consideración sobre la pérdida de participación de los vinos en el “mercado ampliado” de las bebidas, cabe señalar que el vino representa, en los últimos años, alrededor del 20% del volumen comercializado de bebidas, y cerca del 30% del correspondiente valor. Al igual que en lo relativo al comercio minorista de alimentos y bebidas, la creciente participación en las ventas de bebidas de las unidades de autoselección es un fenómeno que se remonta a fines de los años setenta y que adquirió particular intensidad durante los noventa. Es más, el desplazamiento de los canales tradicionales se reproduce frente a los autoservicios, los kioscos y los minimercados que, también, incrementan sostenidamente su participación en las ventas de bebidas en desmedro, pura y exclusivamente, del comercio tradicional.

Una primera visión del fenómeno del “supermercadismo” o “gran distribución” vinculada a la comercialización de vinos surge, por un lado, del peso relativo de las ventas de vinos en la facturación total de bebidas de los supermercados y, por otro, de la importancia que este canal asume en el comercio minorista de los distintos tipos de vinos. En esa dirección, a pesar del deterioro relativo que registra el consumo de los vinos de mesa respecto al de vinos finos, las ventas de los primeros siguen siendo los de mayor monto de facturación.

En contraposición, tales bocas de expendio resultan ser mucho más gravitantes en la comercialización de vinos finos que en las de vinos de mesa donde las unidades tradicionales de comercio minorista ocupan un papel preponderante (en especial, en el interior del país, en el vino envasado en damajuana, en la atención de los sectores de menores ingresos, etc.).

Esos contrastes en los respectivos niveles de participación cruzada en las ventas imprimen ciertos sesgos en la estructuración de las relaciones entre las industrias vitivinícolas y las cadenas “supermercadistas”, y en los consiguientes poderes relativos de negociación.

Al respecto, en términos generales, de acuerdo a entrevistas realizadas con informantes calificados en el campo de la “gran distribución”, los espacios físicos ocupados por los vinos de mesa (en torno al 5% de los correspondientes al conjunto de las bebidas) resultan casi marginales respecto a los demandados por la oferta “supermercadista” de vinos finos (alrededor del 30%). Ello se ve mediatizado, desde la perspectiva de los “supermercadistas”, por los muy diferenciales ritmos de rotación y de reposición y, también, en sentido opuesto, por los respectivos márgenes de rentabilidad unitaria. De resultas de la articulación de esa multifactorialidad, muy probablemente, la rentabilidad de las cadenas de súper e hipermercados por metro cuadrado de exposición no difiera sustancialmente entre los distintos tipos de vinos; naturalmente, como resultado del ejercicio pleno –y diferencial según submercados vinícolas– de su respectivo poder de mercado y negociación.

Tales inferencias se ven reforzadas si se considera la morfología de la oferta de los vinos de mesa y de los finos. En el primer caso, apenas cuatro empresas vitivinícolas explican casi el 90% de la facturación “supermercadista”, mientras que las ventas de vinos finos muestran una pronunciada atomización en términos de firmas proveedoras y, más aún, de marcas. De allí que, en forma por demás estilizada, una primera caracterización de ambos submercados indicaría que, en el primer caso (el de los vinos de mesa) se trata de un oligopolio bilateral no equilibrado, en cuanto a poderes relativos de mercado y, en el segundo, de un oligopsonio donde el poder de negociación del “supermercadismo” resulta determinante.

En el ámbito de las relaciones entre el “supermercadismo” y las –pocas– grandes empresas proveedoras de vinos de mesa (el “oligopolio bilateral no equilibrado”) se conjuga una muy diversa gama de factores que mediatizan los respectivos poderes de mercado³⁰.

³⁰ Bastaría con señalar, entre otros, la necesidad de las grandes cadenas minoristas de contar en sus góndolas con las marcas líderes y, viceversa, la de las grandes industrias vitivinícolas de mantener su presencia en las principales bocas de expendio de alimentos y bebidas; el propio grado de concentración de la oferta local de vinos de mesa y la generalizada integración vertical “aguas arriba” –distribución

No sucede lo propio en los diversos segmentos de vinos finos. En este caso, la muy atomizada oferta de bodegas, marcas, precios y calidades se conjuga con muy concentradas cadenas de comercialización minorista. Los muy diferenciales poderes de mercado se ven agravados, incluso, por la necesaria recurrencia por parte de las bodegas –en general, pequeñas y medianas– a las vitrinas de exposición de sus productos que significan las góndolas “supermercadistas”. Si bien podrían reconocerse ciertos matices diferenciados según se trate de los llamados vinos “finitos” o de los finos propiamente dichos, el poder de compra de los supermercados, sumado a las muy acotadas opciones en materia de canales alternativos de comercialización minorista, tienden a profundizar los rasgos oligopsónicos de este submercado.

En ese marco, asentado sobre su poder de compra y, en última instancia, de mercado, las cadenas de súper e hipermercados han venido desarrollando una muy prolífica gama de prácticas comerciales que, en muchos casos, lindan con la deslealtad, sino es que no correspondería caracterizarlas como anticompetitivas³¹.

➤ *Distribución y comercialización del vino: nuevas tendencias*

Circunscribiéndose al ámbito del mercado interno y al igual que en otros diversos planos de estudio, la identificación y el análisis de esas distintas líneas estratégicas y de acción comercial remiten, en primer lugar, a la necesaria diferenciación de –por lo menos– dos submercados o segmentos de mercado: el de los vinos de mesa y el de los finos.

* *El mercado interno de vinos de mesa*

Como se analizó en los capítulos precedentes, el segmento de vinos de mesa se caracteriza por, entre otros, un muy elevado –y creciente– grado de concentración de la oferta local. En ese marco, mientras las firmas líderes comercializan sus vinos en casi todo el país, tanto en los canales de autoservicio como en los comercios tradicionales, las restantes empresas atienden demandas de carácter regional (mayoritariamente, en sus respectivos ámbitos geográficos), en general en poblaciones de menos de 80.000 habitantes y a través, en la mayoría de los casos, de bocas de expendio tradicionales. Estas pequeñas y medianas bodegas, algunas de ellas ex-trasladistas, prácticamente no cuentan con posibilidades económicas ni financieras para ampliar sus escalas (en especial, en lo que a la distribución se refiere) e, incluso, en muchos casos, transfieren su producción a granel a algunas de las grandes firmas del segmento. Es también en este subconjunto de pequeñas y medianas bodegas elaboradoras de vinos de mesa donde puede reconocerse parte del incipiente desarrollo de las “marcas blancas” para –o “marcas propias” de– algunas de las principales cadenas “supermercadistas”.

Bajo similares condiciones de entorno, muy distinta resulta ser la situación que presentan las grandes empresas del submercado, tanto en lo relativo a sus posibles opciones estratégicas (no sólo en general, sino también en el campo específico de la distribución y la comercialización de

propia– de las más importantes bodegas elaboradoras y/o fraccionadoras; los relativamente bajos niveles de precios y márgenes de rentabilidad unitarios para ambas “fuerzas de mercado”; el desarrollo, por parte del “supermercado” de “marcas blancas” en procura de erosionar (o amenazar con hacerlo) el poder relativo de esa concentrada oferta de vinos de mesa. En ese marco, si bien el poder de compra de las cadenas de súper e hipermercados asume un papel decisivo, su entrecruzamiento con –y sus interdependencias respecto a– los intereses de una oferta vinícola muy concentrada deviene en una peculiar estructura de mercado.

³¹ La imposición de precios y condiciones de pago, de modalidades y frecuencia de aprovisionamiento –agravadas, en los últimos años, a partir de la difusión de los centros de abastecimiento en las distintas cadenas supermercadistas y de la adopción de nuevas tecnologías informáticas que tienden a hacer recaer sobre los proveedores la minimización de sus costos financieros–, de bonificaciones especiales de precios –ante, por ejemplo, el lanzamiento unilateral de ofertas especiales, o el “día” o la “semana” del vino–, la obligación de pago por la utilización de las góndolas (así como la de responsabilizarse por la reposición de las mismas), el creciente avance de las “marcas blancas” o “marcas propias” (en especial en el segmento de vinos de mesa y en los llamados “finitos” o selección) son, entre otras, algunas de las usuales prácticas “supermercadistas” en su relación con los proveedores de los distintos tipos de vinos. Las mismas adquieren, en general, una muy superior intensidad –en correspondencia con los respectivos poderes de mercado– en el segmento de los vinos finos y, obviamente, sobre las pequeñas y medianas empresas vitivinícolas proveedoras de las cadenas de súper e hipermercados.

vinos de mesa), como a su poder de negociación frente a los canales minoristas – “supermercadistas”, o no–.

Así, por ejemplo, Peñaflores no sólo ha consolidado su liderazgo (comprando algunas marcas tradicionales) en este submercado (donde concentra más del 20% de las ventas totales) sino que crecientemente incursiona en el segmento de los vinos finos. A ello se le suma su creciente inserción en el “mercado ampliado” de las bebidas, donde se conjuga su presencia en los jugos naturales (Cepita, Cepita *Premium*, Cicolleti, Carioca y Saric –de conjunto, más del 25% del mercado nacional–), en las bebidas gaseosas (Crush, Gini y Schweppes), en las aguas minerales (Villa del Sur, donde Peñaflores está asociada con el grupo francés Danone, concentra más del 25% del mercado interno), y en las cervezas (comercializa Bieckert). Sin duda, su liderazgo en el campo de los vinos de mesa y, en general, su privilegiado posicionamiento en el “mercado ampliado” de las bebidas redonda en un fuerte y consolidado poder de negociación, incluso frente a las grandes cadenas de súper e hiper mercados. Más aún cuando su asociación con Baesa (embotelladora y distribuidora de Pepsicola en el país) le permite contar con una muy importante logística de distribución en casi todo el país.

En una –relativamente– menor escala agregada de negocios, con una inferior –aunque igualmente relevante– participación en el mercado de los vinos de mesa, y con ligeros matices en cuanto al grado y las formas de diversificación, otras dos bodegas líderes del submercado (Resero y Baggio) despliegan una estrategia asimilable a la de Peñaflores. En ambos casos, la diversificación en el campo de los vinos (incluyendo a los finos), de las bebidas en su sentido amplio, y, en el caso del grupo Cartellone (Resero), en el ámbito agroalimentario en general, reconoce diversas especificidades tendientes, en todos los casos, a mejorar su posicionamiento de mercado frente a las cadenas de súper e hipermercados y, a la vez, a potenciar –vía diversificación– sus respectivos canales de distribución y comercialización. Todas ellas cuentan con centros de distribución en las principales provincias del país y, en el caso del vino de mesa, canalizan buena parte de sus marcas hacia el circuito “supermercadista”.

Por su parte, Garbin presenta marcadas discrepancias respecto a las anteriores, no sólo en términos de su grado de integración con la producción primaria y/o respecto a su estrategia productiva y de marcas, sino también con relación a sus políticas de diversificación y, fundamentalmente, en lo relativo a los canales de distribución y comercialización. En efecto, el vino de mesa constituye su única oferta, orientada mayoritariamente a la atención del comercio minorista tradicional (los almacenes), a partir de una flota de utilitarios (cerca de cuatrocientos) que prácticamente le permite a la empresa independizarse –claro que con sus costos– de los canales “supermercadistas”.

En el caso de Fecovita (poco más del 10% del mercado), buena parte de su estrategia comercial se asienta en el prestigio de su principal marca de vino de mesa (Toro). Si bien, también ha incursionado en el segmento de vinos finos (Cancellor), el prestigio de aquella sumado a la infraestructura logística heredada de la adquisición de las ex-bodegas Giol, le permiten mantener una distribución y comercialización de sus productos donde predomina, nítidamente, el comercio minorista tradicional de casi todo el país, con una muy escasa incidencia –no más del 20% de sus ventas– de las cadenas de súper e hipermercados.

En suma, un creciente grado de concentración de la oferta local, una inserción en el segmento de vinos finos, una diversificación en el campo de las bebidas, en particular, y/o en el agroalimentario, en general, el establecimiento de alianzas estratégicas de muy diversa índole, y de agresivas y heterogéneas políticas de distribución y comercialización de sus productos, y la consolidación de un oligopolio bilateral –aunque no equilibrado– frente al poder de mercado de las cadenas “supermercadistas” son, entre otros, algunos de los principales mecanismos bajo los que las empresas líderes del submercado de vinos de mesa han logrado superar –o, por lo menos paliar– las rigideces de contexto impuestas por la pronunciada –y sistemática– contracción del consumo

doméstico de vinos de mesa, agravada –desde la perspectiva vitivinícola– por el creciente poder de mercado de las cadenas de súper e hipermercados.

** El mercado interno de vinos finos*

En el segmento de los vinos finos podría reconocerse una multiplicidad de estrategias empresarias en materia de distribución y comercialización local de la producción.

Con, tal vez, las únicas excepciones de Bodegas Chandon, las bodegas del grupo Catena (Escorihuela, Bodegas Esmeralda y La Rural Bodegas y Viñedos) y, a otro nivel, Bodegas y Viñedos López y Valentín Bianchi, las restantes bodegas (mayoritariamente pequeñas y medianas) elaboradoras de vinos finos se encuentran inmersas en una relación acentuadamente asimétrica –prácticamente de carácter oligopsónica– con las cadenas de súper e hipermercados (Jumbo y Supermercados Norte son las que han desarrollado una muy activa política en materia de oferta minorista de vinos finos) que, en la generalidad de los casos, las impulsa a la búsqueda de canales alternativos de comercialización final (desde las vinotecas, los restaurantes, clientes exclusivos, y/o las ventas *on-line*, hasta las exportaciones o la comercialización directa vinculada a la incipiente y creciente difusión del turismo enológico).

La formas de distribución y comercialización y la propia logística en la materia resultan, en general, por demás heterogéneas según sea el canal de destino, el tamaño relativo de las bodegas, el prestigio de la marca y el tramo de precios finales. En la medida en que las escalas –en volumen– son relativamente reducidas, la distribución suele realizarse a través de centros de distribución ubicados en las principales ciudades del país (es el caso de algunas bodegas medianas y líderes en determinados segmentos) a partir de fletos independientes, con una multiplicidad de combinaciones acordes al destino final de los vinos (supermercados, vinotecas, restaurantes).

Un párrafo aparte merecen las llamadas bodegas *boutique* que, en la mayoría de los casos, no comercializan sus vinos –*premium* y *ultrapremium*– a través de canales de autoservicio (incluso, directamente, algunas de sus marcas no se comercializan en el mercado interno) sino que circunscriben su ámbito de acción a determinados distribuidores especializados regionales, vinotecas, los llamados “*club de vinos*”, restaurantes selectos e, incluso, clientes especiales; en síntesis, la atención de nichos pequeños y exclusivos. Para estas bodegas la elusión de las cadenas supermercadistas es considerada –casi– como un imperativo, muy particularmente por las desventajosas condiciones financieras que éstas suelen imponer a sus proveedores. De todas maneras, se trata de poco más de una decena de bodegas artesanales, con una fuerte y creciente presencia en los mercados internacionales (buena parte de ellas ya han superado los 500 mil dólares de exportaciones anuales, con precios medios por unidad y márgenes unitarios de ganancia que superan holgadamente los obtenidos por las restantes bodegas exportadoras de vinos finos), que han logrado prácticamente eludir la comercialización de sus productos a través de las grandes cadenas de súper e hipermercados.

** El mercado internacional*

Al igual que en el ámbito doméstico, y con una dinámica no menos intensa, las formas de comercialización de los vinos argentinos en el exterior han sufrido profundas mutaciones durante los años noventa. Se trata, sin duda, de una relación interactiva entre, por un lado, el creciente interés de determinados mercados mundiales por los vinos argentinos y, por otro, un cambio de actitud de muchas bodegas frente a las potencialidades que ofrece el escenario internacional; ambos mediatizados por la irrupción local de un importante número de empresas transnacionales que cuentan con sólidos y consolidados canales de comercialización a escala mundial.

Muchas bodegas locales, incluso pequeñas y medianas, han comenzado a desarrollar una muy activa política de *marketing* en algunos mercados externos y/o a partir de su vinculación con grandes operadores internacionales, en especial cadenas mayoristas especializadas en la comercialización de vinos finos. En esa dirección, varias las bodegas están elaborando vinos finos

en un tramo de precios relativamente bajos, con marcas específicas para algunos de esos comercios especializados y adaptados al paladar de los consumidores de los distintos países (especialmente, de Inglaterra).

Asimismo, donde queda claramente en evidencia el creciente interés de muchas bodegas locales por incrementar sus exportaciones es, sin duda, en la participación activa de las mismas en las principales ferias y exposiciones internacionales de vinos donde, incluso, han obtenido un gran número de importantes premios (los mismos operan como “pasaporte” para el ingreso a los principales operadores internacionales en el comercio de vinos finos).

De todas maneras, sin pretender cubrir todas las posibilidades ni opciones estratégicas que se han venido desplegando, desde la segunda mitad de los años noventa, podrían delimitarse ciertos senderos diferenciados en cuanto a las formas y las características que adopta la comercialización en el exterior de los vinos argentinos.

Así, un primer núcleo, muy importante en cuanto a su peso en las exportaciones agregadas, lo brinda el comercio intrafirma de las empresas extranjeras radicadas en el país, tanto de las tradicionales (como Bodegas Chandon que, en el marco de la estrategia internacional de la empresa, comercializa sus vinos y *champagnes* en casi todo el mercado latinoamericano y, en los últimos años, en los EE.UU.), como de las que ingresaron en los últimos años. En este último caso se trata, mayoritariamente, de firmas y/o grupos empresarios vitivinícolas que cuentan con una larga tradición en el comercio mundial y que, incluso, han ingresado al país en procura de diversificar su oferta internacional de vinos³².

Otro importante número de bodegas locales, en su mayoría prestigiosas en el campo de los vinos finos, ha establecido alianzas estratégicas y acuerdos de largo plazo para la comercialización de sus productos en los mercados internacionales, con algunos de los grandes grupos o cadenas de distribución mayorista en los principales mercados mundiales³³.

Otra habitual forma de inserción en los mercados internacionales es a partir de acuerdos puntuales con operadores foráneos (en general, cadenas mayoristas internacionales, o sólidamente establecidas en algunos países centrales) para exportar determinadas partidas o marcas. Un elemento a destacar en este tipo de acuerdos que, también, bajo otras formas, está presente en las alianzas estratégicas de más largo plazo, es que los importadores o responsables de la comercialización internacional cuentan con estrictas normas en cuanto al control de calidad de los productos que comercializan. En general, desarrollan un exhaustivo proceso de selección de los vinos que adquieren para su comercialización, tarea a cargo de un “*master wines*” de la firma compradora e, incluso, realizan frecuentes controles de calidad sobre el producto en las propias bodegas elaboradoras.

Por otro lado, con ciertas similitudes con los anteriores, otro importante subconjunto de bodegas locales (tanto de gran tamaño –como podrían ser Peñaflor o Resero–, como pequeñas y

³² Tales son los casos de, por ejemplo, Concha y Toro, Kendall-Jackson, Allied Domecq (ex Hiram Walker), Pernord Ricard, Norton (a través de sus acuerdos con Marqués de Grignon ha exportado, en 1999, más de seis millones de dólares), CINBA (Navarro Correas), y Bodegas Hispano Argentinas.

³³ Un claro ejemplo de ello lo brindan las Bodegas San Telmo, Valentín Bianchi, y Bodegas y Cavas de Weinert (con sus líneas Weinert y Carrascal), en tanto la comercialización internacional de sus vinos las realiza Seagram, que por otro lado también comercializa los *champagnes* Mumm, Monitor y Crillon, y otra serie de bebidas alcohólicas.

artesanales bodegas *boutiques* –como Viniterra– realizan acuerdos con distribuidores –en general, cadenas mayoristas especializadas en vinos– en los principales mercados internacionales, a través de los cuales atienden sus demandas. Incluso, ello se conjuga, en algunos casos (como en el de Resero), con la presencia directa a partir de oficinas regionales propias (como las localizadas en Perú, Chile, Costa Rica, Brasil).

CUADRO ANEXO N° 3
COMPLEJO VITIVINÍCOLA ARGENTINO
PRINCIPALES TRANSFERENCIAS DE CAPITAL ENTRE EMPRESAS, 1992-2002

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
1992	Bodegas Norton	S/D	Gernot Swarovsky (Austria)	S/D	Venta del 100%	
1992	Bodegas Etchart	Bodegas Etchart	Cusenier (Pernod Ricard) (Francia)	5,0	Venta del 50%	
1992	Domaine Vistalba (Francia)	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	Produce las marcas "Fabre-Montmayou" e "Infinitus".
1992	Bodegas Balbi	Bodegas Balbi	The Hiram Walker	S/D	Venta del control accionario	
1994	Duc de Saint Remi	Flias. Carbó y Maglione	Bridge	S/D	Venta del control accionario	Bridge es una empresa que pertenece a un grupo de inversores extranjeros.
1994	Bodegas La Rural	S/D	Marcó del Pont (Grupo Catena)	S/D	Venta del 54%	La Rural es propietaria de los vinos "San Felipe" y "Felipe Rutini".
1995	Bodegas Norte	S/D	Marqués de Grignon (España)	22,0	Venta del 100%	
1996	Bodegas Hispano Argentinas	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una asociación entre Norton, que tiene el 49% del paquete accionario, y la española ARCO Bodegas Unidas (propietaria, entre otras, de Bodegas Berberana), que posee el 51% restante.
1996	Bodegas Navarro Correas y Rodas	Xemprel	CINBA	15,0	Venta del 100%	
1996	Bodegas Vaschetti y Rossi	S/D	Agrícola Comercial Lourdes (Chile)	S/D		
1996	Bodegas Premier	S/D	Concha y Toro (Chile)	1,0		La firma chilena también instaló la empresa Viña Patagónica.
1996	Viñedos y Bodegas Santa Ana	Carlos Basso y otros	Santa Carolina (Chile)	22,0	Venta del 65%	Se trata de una de las cuatro bodegas más grandes del país.

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
1996	Kendall Jackson (EE.UU.)	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	Se trata de una firma estadounidense que ya se encontraba operando en el mercado chileno (producirá la marca "Tapiz"). La nueva empresa se denomina Viñas de Tupungato.
1996	Bodegas Etchart	Bodegas Etchart	Cusenier (Pernod Ricard) (Francia)	S/D	Venta del 50%	Con esta operación Cusenier accede al 100% de Etchart.
1997	Bodega Navarro Correas	CINBA	Grand Metropolitan (Gran Bretaña)	15,0	Venta de la marca y acuerdo de explotación de fincas	Incluye la producción de vinos y <i>champagne</i> .
1997	Bodegas Martins	S/D	ARCO Bodegas Unidas (España)	2,0	Venta del control accionario	
1997	Bodegas y Viñedos Peñaflor y Trapiche	Varios miembros de la familia Pulenta	Luis Alfredo Pulenta	250,0	Venta del 64%	
1997	Bodega Martelen	Grupo Los Andes	CIMECO (integrada por Area/Clarín y SA La Nación)	S/D	-	Se vende el 87% del grupo, una de cuyas empresas es la vitivinícola Martelen.
1997	Finca Flichman	Fia. Werthein	Sogrape Vinhos (Portugal)	12,0	Venta del 60%	Werthein mantiene el <i>management</i> de Flichman.
1998	Bodegas y Viñedos Peñaflor y Trapiche	Fia. Pulenta	DLJ Merchant Banking Partners II	40,0	Venta del 33%	DLJ es un fondo de inversión del exterior.
1998	Cavas de Santa María	S/D	Bernard Taillan Vins (Francia)	S/D	Venta del 50%	Cavas de Santa María es propietaria de la marca "Suc. Abel Michel Torino".
1998	Casa Nieto y Senetiner	Adriano Senetiner y Rosa María Nieto	Grupo Pérez Companc	30,0	Venta del 45%	La firma tiene dos bodegas y viñedos, y elabora los vinos "Santa Isabel", "Nieto y Senetiner" y "Club del Vino". El 55% restante está en manos de la familia Nieto Carbó. Luego de la operación, Senetiner creó una empresa denominada Viniterra (propietaria de las marcas "Terra", "Viniterra" y "Omnium").
1998	Marcó del Pont (Bodegas Escorihuela, La Rural y Esmeralda)	Marcó del Pont (Grupo Catena)	Bodegas y Viñedos Peñaflor	S/D	Venta de las marcas "Casa de Troya", "Algarves", "Crespi" y "Facundo"	

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
1998	Bodegas Tittarelli	Flia. Tittarelli	Sabores Argentinos	S/D	Venta del 70% (se transfieren bodegas y 550 hectáreas en Mendoza)	Sabores Argentinos es un fondo de inversión en el que participa el grupo Soldati (Tittarelli retuvo el 30%).
1998	Casa Nieto y Senetiner	Flia. Nieto	Mercosur Private Equity Fund	S/D	Venta del 55%	Mercosur Private Equity Fund es un fondo de inversión de Perez Companc y el banco brasileño Bozano Simonsen (Pérez Companc había comprado un 45% de la bodega).
1998	Bodegas Hispano Argentinas	Bodegas Norton	ARCO Bodegas Unidas	S/D	Venta del 49%	Con esta operación, la española ARCO pasó a controlar el 100% de Bodegas Hispano Argentinas.
1998	Del Plata Food	S/D	Grupo Moyano/Catena (Argentina)	S/D	Venta del control accionario	Del Plata Food es la propietaria de la marca Duc de Saint Remy. El <i>holding</i> ya controla varias bodegas: Escorihuela (Carcassone, Pont L'Eveque) y La Rural (San Felipe y Felipe Ruttini) y además está asociado con la fancesa Bernard Taillan Vins en Cavas de Santa María (Sucesión Abel Michel Torino).
1998	Henri Piper	Sava-Gancia	Bodegas López	S/D	Venta del 40%	La operación incluye la compra de las marcas "Extreme" y "P. Rigaud".
1998	Quirós	S/D	Juan Ramos Taboada y otros inversores	3,5	Venta de la bodega	Quirós controla cerca del 10% del mercado local de <i>champagne</i> y espumantes.
1999	Michel Rolland	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	Comenzó a realizar sus elaboraciones en la provincia, a partir de la adquisición de tierras en Mendoza, en asociación con el banco Rothschild.
1999	Lurton (Francia)	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	Comenzó a realizar sus elaboraciones en la provincia de Mendoza, a partir de la adquisición de tierras y la iniciación de la construcción de una bodega.

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
1999	Santa Silvia y Graffigna	S/D	Galicia Advent Socma Private Equity Fund (integrado por el banco Galicia y el grupo Macri)	S/D	Venta del control accionario	
1999	Salentein	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una firma que pertenece a Pon Holding (de Holanda). El <i>holding</i> había adquirido previamente una gran cantidad de hectáreas en distintas regiones del interior del país (Mendoza, Noroeste, Mesopotamia y parte de la Pampa Húmeda). La nueva firma se denomina Bodegas Salentein. Además de la producción de vinos, Salentein se dedica, en la Argentina, a la actividad agropecuaria y ganadera, a la elaboración y comercialización de frutos, y al turismo.
1999	Bodegas y Viñedos López	S/D	The Exxel Group	15,0	Venta del 33%	Bodegas y Viñedos López elabora las marcas "Montchenot", "Chateau Vieux", "Rincón Famoso" y "López".
1999	Codorniu (España)	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	la provincia de Mendoza para comenzar a producir vino en la Argentina, a través de la bodega Séptima.
1999	Bodegas Rodas	CINBA (Chile)	Bodegas Esmeralda	2,0	Venta del 50%	
1999	Viña San Pedro (Chile)	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	La empresa chilena comenzará a producir, distribuir y comercializar vinos en la Argentina.
1999	Michel Torino-Bodegas La Rosa	Familia Lavaqué	Bodegas y Viñedos Peñaflor	40,0	Venta del 60%	Bodegas y Viñedos Andino es propiedad de Peñaflor (60%) y de la familia Lavaqué (40%).
2000	Cooperativa Vitivinícola San Carlos Sud (Argentina)- New World Wine (Francia)	-	-	-	Conformación de un <i>joint venture</i>	La firma francesa adquiere una partida de 200 mil litros de vino para comercializarlos en el mercado inglés.
2000	Bodegas y Viñedos Santa Ana	Santa Carolina (Chile)	Bodegas y Viñedos Peñaflor	73,0	Venta del 100%	

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
2000	Chateau Lafite (Francia)	-	-	-	Inicio de operaciones en el país	Se trata de una bodega francesa propiedad de Eric de Rothschild, que comenzará a producir localmente en asociación con el bodeguero argentino Nicolás Catena.
2000	Cooperativa Vitivinícola San Carlos Sud-La Consulta	-	-	-	Ambas compañías se fusionaron	La Consulta es una empresa vinculada a la producción vitivinifrutícola.
2000	Lagarde-Viñas de Medrano	-	-	-	Ambas firmas establecieron un acuerdo de distribución.	
2000	Pacheco Preda-Bodegas Hispano Argentinas	-	-	-	Ambas firmas establecieron un acuerdo de distribución.	
2000	Bodega Achával-Ferrer	-	-	-	Creación de una nueva empresa	La nueva firma está formada por los argentinos Santiago Achával Becu y Manuel Ferrer Minetti y por los italianos Roberto Cipresso y Tiziano Siviero.
2000	Viñas Argentinas (ex Resero)	José Cartellone	Marubeni (Japón)	16,0	Venta del 40%	Viñas Argentinas es propietaria de las siguientes marcas: "Viñas Argentinas", "Finca Santa María", "Alto Agrelo", "Andes Sur", "Guaymaré", y "Araujo".
2000	Bodegas Suter	Familia Suter	Compañía Vitivinícola San Rafael (Covisan)	15,0	Venta del 90%	Suter es propietaria de las marcas "Etiqueta Marrón", "Coto de Caza", "Rojo", y del <i>champagne</i> "Blanc de Noir". El 10% restante permanece en manos de miembros de la familia Suter.
2001	Vitiflor	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una empresa formada por diversos accionistas franceses (liderados por Michel Rolland) que se dedicará a la producción de vino fino (fundamentalmente para exportación) en la provincia de Mendoza, a partir de la construcción de pequeñas bodegas.

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
2001	Bodegas Catena Zapata	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una empresa que surge de la escisión de Bodegas Esmeralda (propiedad de la familia Catena Zapata). La misma se dedicará a la elaboración de vinos finos de alto precio, con perfil de exportación (Esmeralda se quedará con los vinos que se venden en el mercado interno en el segmento de los precios medios).
2001	Bodegas Graffigna y Santa Silvia	Galicia Advent Private Equity Fund	Allied Domecq (Gran Bretaña)	43,0 (37,5 en efectivo y el resto son pasivos absorbidos)	Venta del 100%	Allied Domecq es propietaria a nivel local de la firma Bodegas Balbi.
2001	Finca Eugenio Bustos	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una nueva empresa que es propiedad de la chilena Compañía Cerveceras Unidas (integrante del grupo Luksic). El objetivo de la firma será la exportación de vinos de calidad.
2001	Bacchus	-	-	-	Creación de una nueva empresa	La nueva empresa es propiedad de Jacques Louis de Montalembert (del grupo Bemberg) y Jean Pierre Thibaud (del grupo Loma Negra). Se focalizará en la franja más alta de precios.
2001	Bodegas Mayol	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una bodega propiedad de Pedro Mayol, un accionista minoritario de Bodegas Lagarde (en la cual está asociado con la familia Pescarmona).

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
2001	Seagram (Canadá)	Seagram	Diageo (Gran Bretaña) y Pernod Ricard (Francia)	S/D	Venta internacional	Diageo (que en el país opera a través de Cinba) adquirió el 61% de Seagram y Pernaud Ricard el 39% restante. En la Argentina, Digeo es la dueña de las marcas de whisky Johnnie Walker y JB, el Cinzano, el Gancia, y la línea Navarro Correas. Como producto de la operación incorporará marcas de vino como San Telmo y Cuesta del Madero. Pernaud Ricard, por su parte, era dueño de la bodega Etchart y de Cusenier, Minerva, Havana Club y Hameson. Como producto de la operación pasará a controlar las marcas Chivas Regal, Martell, Seagram's Gin, Black Jack y Blender's.
2001	Bodega O. Fournier	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una bodega propiedad de la familia Ortega Gil-Fournier (son capitales de origen español).
2001	Pincolini	-	Flia. Spadone	2,0	Venta del 100%	La familia Spadone adquirió esta empresa, situada en Luján de Cuyo (Mendoza), en un remate judicial.
2001	Finca Don Doménico	-	-	-	Creación de una nueva empresa	Se trata de una bodega ubicada en la provincia de San Juan que es controlada por la empresa Starfrut (sus dueños son los propietarios de Diasa, que hasta 1999 fabricaba modelos de auto para Fiat).
2002	Bodega Valentín Bianchi	-	Cinba (filial local de la inglesa Diageo)	-	Toma del 15% de las acciones	Esa participación correspondía a Seagram (Canadá) que en 2001 fue adquirida a nivel internacional por Diageo y la francesa Pernod Ricard. El control accionario de la bodega permanece en manos de la familia Bianchi.

Año	Empresa	Vendedor	Comprador	Monto (millones U\$S)	Operación	Observaciones
2002	- Bodegas Peñaflor - Bodegas Trapiche	Luis Alfredo Pulenta	Vinos del Sur (controlada por el fondo de inversiones Donaldson, Lufkin & Jenrette Merchant Banking –DLJ– y por otros inversores del exterior)	S/D	Venta del 60%	Como producto de la operación la composición del holding (que también es propietario de las Bodegas y Viñedos Andinos, que comercializa las marcas “Michel Torino” y “Santa Ana”) es la siguiente: DLJ (93%) y Liliana Pulenta (7%).
2002	Covisan/Suter	Compañía Vitivinícola San Rafael (Covisan)	Colinvest	S/D	Venta del control accionario	Colinvest es una empresa propiedad de ex directivos de Telefónica de Argentina, el CEI Citicorp Holdings y The Exxel Group.
2002	Bodega Valentín Bianchi	Diageo (Gran Bretaña)	Familia Bianchi	S/D	Venta del 15%	Como producto de la operación, la familia Bianchi vuelve a controlar el 100% de la bodega (Diageo se había convertido en accionista minoritario en 2002 cuando concretó la compra a nivel mundial de Seagram).
S/D	Pribocar	-	-	-	Creación de una nueva empresa	La nueva firma se especializa en la elaboración de vino y otros productos para consumir en celebridades religiosas de la colectividad judía.
S/D	Bodega Toso	S/D	Llorente Hermanos	S/D	Venta del control accionario	
S/D	Don Antonio	-	-	-	Creación de una nueva empresa	La nueva firma es propiedad de Carlos y Edardo Pulenta (ex propietarios, entre otros accionistas, de Bodegas y Viñedos Peñaflor).
S/D	Finca La Amalia	Familia Pionetti	Carlos Basso	S/D	Venta del control accionario	Carlos Basso fue el propietario de Bodegas Santa Ana.
S/D	Finca La Anita	-	-	-	Creación de una nueva empresa	La nueva firma es propiedad de la familia Mas Robles, y es dueña de, entre otras, las siguientes marcas: “Finca La Anita”, “Luna” y “Cuarto de Milla”.

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Area de Economía y Tecnología de la FLACSO.

IV. Marco regulatorio sectorial

IV.1. Antecedentes

El desenvolvimiento del complejo vitivinícola se ha visto, históricamente, influido significativamente por una amplia y heterogénea gama de regulaciones, de muy diversa índole, que han ido delimitando el entorno operativo en todas y cada una de las fases de la cadena. Así, desde una perspectiva de largo plazo, se conjugó el fomento –muchas veces implícito o indirecto, al margen prácticamente de las políticas específicas hacia el sector– a la implantación de vides –incluso, de baja calidad enológica– con, por ejemplo, la cupificación de la producción primaria, cuando no, la erradicación de viñedos. A ello se le sumó, entre otros, la regulación de precios mínimos para el vino de traslado y de precios máximos al consumidor, la fijación de precios sostén, bloqueos de *stocks* de vinos, los llamados prorrateos (autorizar la vinificación de sólo una proporción de la producción de uva), así como otras limitaciones a la comercialización del vino de traslado, y del vino en general, el uso obligatorio de uvas y vinos, la presencia decisiva de empresas públicas (como en los casos de Giol y de Cavic) en el papel de reguladoras del mercado vitivinícola en casi todas sus fases. Se trata de algunos de los mecanismos que, directa e indirectamente, han ido condicionando y/o delimitando el sendero evolutivo del complejo vitivinícola al cabo de varias décadas y que, como tales, le han ido imprimiendo una serie de sesgos y rasgos estructurales distintivos –en muchos casos, desequilibrados y desequilibrantes– que, con matices, aún permanecen vigentes.

No se trata únicamente de la regulación ejercida por los Estados provinciales de las provincias productoras sino que la formulación e implementación de muy diversas políticas públicas nacionales han ejercido una influencia decisiva en los patrones evolutivos del complejo vitivinícola. Incluso, hasta podría afirmarse que parte decisiva de los actuales rasgos estructurales del mismo no son más que la resultante de políticas y medidas que incidieron sobre el perfil del desenvolvimiento sectorial aun cuando, en muchos casos, no se tratara de acciones orientadas específicamente al desarrollo del complejo vitivinícola.

En efecto, como resultado de diversos factores y especificidades regionales/sectoriales, buena parte de los principales impactos regulatorios sobre el desempeño de la actividad sectorial se derivan de políticas tendientes a la consecución de objetivos ajenos a la vitivinicultura que, sin embargo, por las formas que adoptaron, han conllevado una serie de impactos estructurales sobre el perfil constitutivo y el sendero evolutivo del complejo vitivinícola.

En este contexto, cabe destacar que el funcionamiento actual de la trama vitivinícola se encuentra fuertemente influido por el proceso de desregulación que constituyó uno de los pilares de la estrategia económica de la administración gubernamental que asumió a fines de los años ochenta, en plena crisis hiperinflacionaria. En ese proceso se inscriben algunas de las principales políticas implementadas en los primeros años de su gestión. Tal el caso de la eliminación del régimen de control de precios, la supresión de regulaciones específicas para las inversiones extranjeras, la liberalización del mercado de cambios y de los flujos internacionales de divisas, etc..

Esas acciones tomaron nuevas formas, mucho más orgánicas y funcionales respecto al plan de estabilización, con la sanción del Decreto de Desregulación, N° 2.284 del 31 de octubre de 1991. El mismo inaugura una nueva fase en el campo de las políticas públicas, en tanto el programa de desregulación pasa a asumir un papel protagónico dentro de las estrategias económicas e institucionales de corto y largo plazo.

Al respecto, el decreto de referencia conllevó la remoción de diversas regulaciones y disposiciones que incidían sobre el patrón de desenvolvimiento de distintos sectores de la actividad

económica (entre ellos, el vitivinícola). Así, por ejemplo, en el ámbito del mercado interno, se eliminaron diversas restricciones a la oferta de bienes y servicios, intervenciones sobre la formación de precios, limitaciones al ingreso a los mercados, se modificó la Ley de Defensa de la Competencia y se suspendió la Ley de Abastecimiento, etc.. Por su parte, en lo referido al comercio exterior, se removieron las restricciones cuantitativas y cualitativas así como la intervención del Estado en materia de exportaciones, se suprimieron ciertas restricciones y requisitos a las importaciones de bienes y servicios, se agilizaron los trámites aduaneros, etc..

Por otro lado, las medidas contempladas en el decreto desregulatorio comprendían una diversidad de aspectos, como la disolución de los respectivos entes³⁴ –en el caso de ciertos productos agrícolas regionales– con la consiguiente supresión de gravámenes específicos, la derogación de regulaciones al comercio –interior y exterior– de productos agropecuarios tradicionales, la eliminación de derechos de exportación y de algunos de los regímenes de promoción (como el vinculado a la recuperación de zonas áridas)³⁵, así como de los márgenes de preferencia derivados de la legislación del "compre nacional", etc.. Se trata, en última instancia, de un amplio espectro de disposiciones que incidían sobre el comportamiento de numerosas actividades y bajo formas muy heterogéneas. Si bien, por un lado, la desregulación suprimió ciertas regulaciones excesivas, superfluas o espurias, en otros casos indujo la transferencia del poder regulatorio de determinados mercados a quienes podían ejercer con plenitud posiciones oligopólicas u oligopsónicas en los mismos (sin duda, el ejemplo que brinda el complejo vitivinícola se encuadra plenamente en este último campo).

En tal sentido, contrastando con las experiencias del período sustitutivo, la confianza en la capacidad autoregulatoria de los mercados –con todo lo que ello implica dadas las imperfecciones de los mismos–, pasó a constituirse en uno de los ejes de buena parte de las políticas públicas que, por un lado, han derivado en el desplazamiento o minimización del poder regulatorio del Estado y, por otro, han tendido a fortalecer y/o consolidar posiciones oligopólicas u oligopsónicas de mercado.

Más allá de su impacto sobre el comportamiento de los distintos sub-mercados estas desregulaciones conllevaron, en el ámbito estricto del complejo vitivinícola, una alteración profunda del contexto operativo en el que había evolucionado el sector durante largos años. Así, en la propia fundamentación del Decreto de referencia se señala *“que la legislación regulatoria de la vitivinicultura estimuló desequilibrios en los mercados de vino, mosto y uva en fresco, alentando o desalentando el cultivo de acuerdo a distintas y contradictorias políticas, mediante cupificaciones, bloqueos, usos obligatorios de las uvas y vinos, e incluso de erradicación de viñedos”*. A partir de esa caracterización general de las políticas y las acciones que, directa e indirectamente, incidieron sobre el perfil de comportamiento del complejo, en esa misma fundamentación se argumenta que *“por todo ello se torna necesaria la desregulación total y liberación de plantación, reimplantación o modificación de viñedos, como así también la venta y despacho de vino, siendo consecuente la redefinición de las funciones del Instituto Nacional de Vitivinicultura y la limitación de las mismas al control de la genuinidad de los productos vitivinícolas”*. Asimismo, por su relación con el desarrollo histórico de la viticultura, también cabe destacar que en esa misma fundamentación de los objetivos del Decreto se considera que *“corresponde dejar sin efecto la desgravación impositiva de las tierras de baja productividad, prevista por la Ley N° 22.211, en el marco de la política general del Gobierno nacional tendiente a suprimir beneficios fiscales y franquicias de cualquier género”*.

³⁴ El caso del Instituto Nacional de Vitivinicultura (I.N.V.) es relativamente atípico, como se analizará más adelante, en tanto la decisión oficial al respecto sufrió diversas “idas y venidas”.

³⁵ Cabe destacar que este régimen desregulatorio presenta ciertas inconsistencias respecto de los objetivos explicitados en el propio decreto de instrumentación. En tal sentido, una de las más notorias la brinda la no inclusión de los regímenes de promoción regional (La Rioja, Catamarca, San Luis, y San Juan); sin duda la legislación promocional que indujo mayores distorsiones sobre el perfil de la industria manufacturera, en general, y la del complejo vitivinícola, en particular (en especial, en el caso del régimen instituido por la Ley N° 22.973, para la provincia de San Juan).

En consonancia con tales criterios, cuatro son los artículos del Decreto de desregulación de las actividades económicas que trajeron aparejado un cambio radical en el entorno operativo y regulatorio del complejo; tres de ellos, directamente relacionados con la industria vitivinícola, mientras que el restante, sólo se vincula indirectamente, a partir de su impacto sobre las inversiones orientadas a la incorporación de nuevas tierras al ciclo productivo del complejo. Se trata de los siguientes:

- artículo 52: *“A partir de la vigencia del presente, queda liberada la plantación, implantación, reimplantación y/o modificación de viñedos en todo el territorio de la Nación, así como la cosecha de uva y su destino para la industria, consumo en fresco y para otros usos, incluyendo la fabricación de alcohol”;*
- artículo 53: *“Libéranse la producción y comercialización de vino en todo el territorio nacional y eliminase toda modalidad de cupificación y bloqueo. Libérase la fecha de despacho al consumo interno de vinos de mesa nuevos que sean enológicamente estables, una vez finalizada la cosecha”;*
- artículo 54: *“Limitanse las facultades conferidas al Instituto Nacional de Vitivinicultura exclusivamente a la fiscalización de la genuinidad de los productos vitivinícolas. Bajo ningún concepto el mencionado ente podrá interferir, regular o modificar el funcionamiento del mercado libre. Las autoridades del mencionado ente serán un Presidente y un vicepresidente, quedando suprimido el Consejo Directivo. El Instituto Nacional de Vitivinicultura deberá dentro de los sesenta (60) días del presente proceder a la reestructuración integral de su dotación de acuerdo a la limitación de las atribuciones del organismo”;* y, por su impacto indirecto, mediatizado por la implantación de vides en tierras áridas”.¹
- artículo 68: *“Déjase sin efecto la desgravación impositiva de tierras de baja productividad, prevista en la Ley N° 22.211”.*

Bajo este nuevo contexto normativo, se fue instrumentando, entre fines de 1991 y principios de 1992, una serie de Resoluciones del Ministerio de Economía y del propio Instituto Nacional de Vitivinicultura, tal es el caso de la liberalización plena de los distintos mercados vitivinícolas, así como de la libre circulación de los distintos productos del sector. Ello trajo aparejada, en buena medida, una cierta transferencia de la capacidad regulatoria sobre los distintos mercados a aquellos agentes económicos con posibilidades ciertas de ejercer prácticas de mercado sustentadas en las propias imperfecciones de los mismos en detrimento, en especial, de los pequeños y atomizados viñateros. Más aún cuando las actividades del I.N.V. quedaron circunscriptas al simple control de la “genuinidad” de los productos vitivinícolas.

Sobre este último tema cabe incorporar algunos breves comentarios respecto a los vaivenes y discontinuidades de las políticas públicas nacionales relacionadas con la propia institucionalidad del organismo. Así, a fines del mes de junio de 1996, en el marco de las disposiciones del Decreto N° 2.284/91, el artículo 39 del Decreto N° 660 dispuso la disolución del organismo y la transferencia de sus misiones y funciones al SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria). Al respecto, el artículo de referencia establece taxativamente: *“Disuélvese el Instituto Nacional de Vitivinicultura, creado por Ley N° 14.878, y transfírense sus competencias, dotación, unidades organizativas, bienes, y créditos presupuestarios vigentes al Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA)”.* Pocos meses después (en setiembre del mismo año), en la fundamentación del Decreto N° 1.084, se señala que *“las reuniones realizadas entre los gobernadores de las provincias productoras de vinos y funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional ..., como así también de las manifestaciones vertidas por los representantes de los sectores vinculados al quehacer vitivinícola, surge la necesidad y conveniencia de mantener vigentes las funciones y operatividad del I.N.V....”.* De allí que se dispone la derogación del artículo 39 del Decreto N° 660/96, y mantener al I.N.V. como organismo competente para el contralor

técnico de la producción, la industria y el comercio vitivinícola. Se establece, asimismo, su condición de organismo descentralizado dependiente de la Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos; conducido por un Director Nacional; al tiempo que se crea un Consejo Consultivo Interprovincial de asesoramiento al Director Nacional (equiparable, en buena medida, al ex-Consejo Directivo de la institución, aunque con muchas menos funciones), integrado por siete representantes de los sectores productivos vitivinícolas elegidos por el Secretario de Agricultura, Pesca y Alimentación. Finalmente, en diciembre de 1996, el Decreto N° 1.565 aprobó la estructura organizativa del I.N.V., al tiempo que establece los objetivos del mismo³⁶.

IV.2 La regulación específica actualmente vigente

Si bien, en el campo de las políticas públicas nacionales, la desregulación total de las distintas fases de la cadena vitivinícola emerge como el principal rasgo distintivo de los años noventa, en los principales ámbitos provinciales vinculados con el complejo, han ido irrumpiendo algunas políticas y acciones regulatorias tendientes, en principio, a alentar la reconversión productiva del sector, a promover el consumo y, fundamentalmente, la exportación de los distintos productos vitivinícolas.

Un claro ejemplo de ello lo brinda el Tratado celebrado entre las Provincias de Mendoza y San Juan en el mes de noviembre de 1994 (ya en el mes de junio de dicho año, habían suscripto un Acta por la que se proponían realizar esfuerzos comunes en el ordenamiento de la industria vitivinícola), luego convertido en leyes provinciales por ambas cámaras legislativas. Los considerandos del Tratado son suficientemente ilustrativos de los objetivos perseguidos. En los mismos se señala que *“la defensa de la industria exige un fuerte estímulo de la diversificación vitivinícola con miras a la promovida comercialización de productos vínicos en los mercados internacionales, para lo cual es misión ineludible de los Estados provinciales brindar los instrumentos para que los propios operadores interesados se encarguen de equilibrar el mercado frente a la existencia de excedentes y asegurar la legítima rentabilidad”*. En ese marco, el acuerdo entre ambas provincias considera *“que la elaboración de mostos constituye la natural vía de equilibrar los stocks vínicos y de promover las exportaciones”*.

Este acuerdo interprovincial es, en realidad, la resultante de la fuerte presión ejercida por casi todos los agentes económicos que operan en el sector (desde los viñateros hasta las fraccionadoras de vinos), en procura de su ordenamiento, frente a la nueva crisis de sobreproducción vínica del año 1994, y a sus consiguientes efectos sobre los precios del vño (por ejemplo, en 1995, el precio del vino de traslado se contrajo un 45%). En tal sentido, a juicio de muchos ellos, la liberalización plena de los mercados no garantizaba la consecución de aquellos objetivos sobre los que, en principio, existe un claro consenso: la necesaria reconversión productiva y el desarrollo armónico de las distintas fases de la cadena.

En esa dirección, en la Provincia de Mendoza la Legislatura provincial ratificó dicho Tratado mediante la Ley N° 6.216 sancionada el 7 de diciembre de 1994. En dicha norma se establece la constitución de un “Fondo Vitivinícola” en la provincia, destinado a promover la vitivinicultura y sus exportaciones³⁷. A ese fin, la citada norma compromete recursos que se

³⁶ En la actualidad, la sede central del I.N.V. se halla localizada en la ciudad de Mendoza, cuenta con quince Delegaciones distribuidas en los principales centros de producción y de consumo del país, y dispone de una infraestructura de diez laboratorios ubicados en distintas provincias del país, equipados con un instrumental analítico de avanzada y una dotación de técnicos especializados para cumplir con sus –ahora, muy recortados– objetivos.

³⁷ Cabe señalar que, hasta este momento, las autoridades provinciales de San Juan no pusieron en funcionamiento en su jurisdicción el denominado “Fondo Vitivinícola”.

obtendrán a través de dos líneas complementarias. Por un lado, una contribución obligatoria a los establecimientos vitivinícolas de \$ 0,01 por cada kilogramo de uva que se vinifique, a partir de la cosecha de 1995³⁸. Por otra parte, el Estado mendocino se compromete a aportar un monto equivalente a la contribución obligatoria efectivamente recaudada con cargo a los reintegros y contribuciones que gravan a la industria vitivinícola en su jurisdicción³⁹.

Asimismo, la citada norma dispuso que quedaban eximidos de esa contribución obligatoria todos aquellas plantas que elaboraran mosto con un porcentaje mínimo del total de uva ingresada a los mismos (no menor al 20%), el cual será fijado anualmente⁴⁰. Complementariamente, en el artículo cuarto, establece que los recursos que se recauden por contribuciones de variedades de uva fina se deberán destinar a la promoción de las exportaciones de vinos finos, mientras que en el artículo doce se derogan todos aquellos subsidios o promociones que no tengan como objeto directo la eliminación de excedentes vínicos del mercado interno o la comercialización externa de productos vitivinícolas.

Por su parte, en cuanto al destino de los recursos recaudados a partir de esa contribución obligatoria y de los aportados por los propios Estados provinciales, las respectivas leyes fijan que los mismos se destinarán a incentivar las exportaciones de vinos, mostos, mistelas, uvas en fresco y desecadas, y todo otro producto derivado del vino o de la uva, así como también a promocionar el consumo doméstico de los productos vitivinícolas. Se dispone, asimismo, en el caso de Mendoza, que la provincia intensificará la eliminación de excedentes que pudieran superar los cuatro meses de despacho sobre el volumen total.

En los últimos años, muy particularmente en el caso del “Fondo Vitivinícola Mendoza”, se ha desarrollado una muy activa promoción institucional del vino, tanto en el ámbito nacional como en el internacional (participación en diversos congresos y exposiciones, promoción de degustaciones y campañas publicitarias, financiamiento de estudios sobre la problemática sectorial, etc.) y, recientemente, el patrocinio del Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) donde convergen las diferentes expresiones institucionales de los sectores vinculados a la trama vitivinícola.

En este contexto, resulta claro que la eximición del pago del gravamen contributivo procura que las empresas diversifiquen el destino de la uva de forma de inducir una reducción del porcentaje agregado de la producción que se destina a su vinificación, con su consiguiente efecto sobre los volúmenes elaborados de vino (quienes cumplan con la pauta diversificadora evitan el pago de tal contribución). Sin embargo, al respecto es relevante destacar que estos criterios fueron modificados posteriormente por el Poder Ejecutivo Provincial cuando, mediante el Decreto N° 905 del 17 de marzo de 1995, reglamentó la Ley mencionada precedentemente.

En efecto, si bien la Ley N° 6.216 establece claramente que se exige la contribución cuando los establecimientos elaboren mosto con el 20%, como mínimo, de la uva ingresada a los mismos⁴¹, el Decreto reglamentario agrega que: *“Los establecimientos vitivinícolas podrán cumplimentar el porcentaje que los exige del aporte, computando el mosto elaborado por otro establecimiento*

³⁸ Al respecto en el apartado 1 del artículo 2 de la Ley N° 6.216 se establece: *“Una contribución obligatoria que las provincias signatarias imponen a los establecimientos vitivinícolas inscriptos en el INV ubicados en su territorio, de un centavo (\$0,01) por cada kilogramo de uva que vinifique, a partir de la cosecha 1995. El pago se hará en cuatro cuotas bimestrales con vencimiento la primera del día diez (10) de septiembre de cada año”*.

³⁹ El apartado 2 del artículo 2 de la mencionada norma provincial establece: *“Un aporte estatal en concepto de reintegro global por cargas y contribuciones que gravan a la industria a cargo de las provincias signatarias, equivalente al monto efectivamente recaudado de la contribución impuesta en el apartado anterior en cada jurisdicción”*.

⁴⁰ En el primer año de vigencia de tales leyes, en la Provincia de Mendoza, por Decreto N° 305/95, se estableció que dicho porcentual sería del 30% del total de la uva ingresada a las bodegas.

⁴¹ Textualmente, esta norma en su artículo tres establece que: *“se exige de la contribución establecida en el apartado 1 del artículo precedente a los establecimientos gravados que elaboren mosto con el veinte por ciento (20%) como mínimo del total de uva ingresada al mismo”*.

radicado en la Provincia, siempre que este no haya imputado para sí o para un tercer establecimiento”.

Esta modificación a la Ley fue seguida por otra, no menos trascendente, a partir de una disposición del propio Fondo Vitivinícola de Mendoza que adiciona otro mecanismo para eximir a los establecimientos del pago establecido por el citado artículo tres de la Ley N° 6.216. Mediante dicha disposición, que rige a partir de la campaña 2000, quedan eximidos los establecimientos que destinen el porcentaje establecido anualmente a la elaboración de vinos que sean comercializados en el mercado externo. Para ello, la disposición establece que un litro de vino es equivalente a un litro de mosto. En otras palabras, el requisito establecido por la Ley original puede cumplirse exportando vino por el porcentaje fijado anualmente.

El énfasis puesto en el seguimiento de las modificaciones introducidas al texto original por el Decreto del Ejecutivo Provincial en 1995 y la disposición del Fondo Vitivinícola de Mendoza en 2000 obedece a que las mismas dieron lugar a prácticas elusivas que derivaron en la conformación de un mercado secundario de mosto y de vino exportado, lo cual afectó seriamente los dos objetivos básicos de todo este cuerpo normativo: disponer de recursos para la promoción de las exportaciones de vinos e impedir, o al menos mitigar, las bruscas oscilaciones del precio de la materia prima⁴².

En términos de las prácticas elusivas y evasivas al régimen analizado, se pueden distinguir dos *modus operandi* básicos. El primero de ellos, predominante en el mercado del mosto pero también presente en las transferencias de exportación de vinos, consiste en la realización de operaciones de compra/venta entre un establecimiento que no elabora mosto ni exporta, o lo hace por debajo del porcentaje fijado por el Fondo Vitivinícola, y otro que produce por encima del mismo. Estas operaciones no involucran movimiento alguno del producto transado ya que al concretarse la compra inicial se efectúa, al mismo tiempo, la operación de venta inversa entre ambos establecimientos. Una variante frecuente en este tipo de transacciones es que participe una tercera bodega que pertenece al vendedor de mosto inicial.

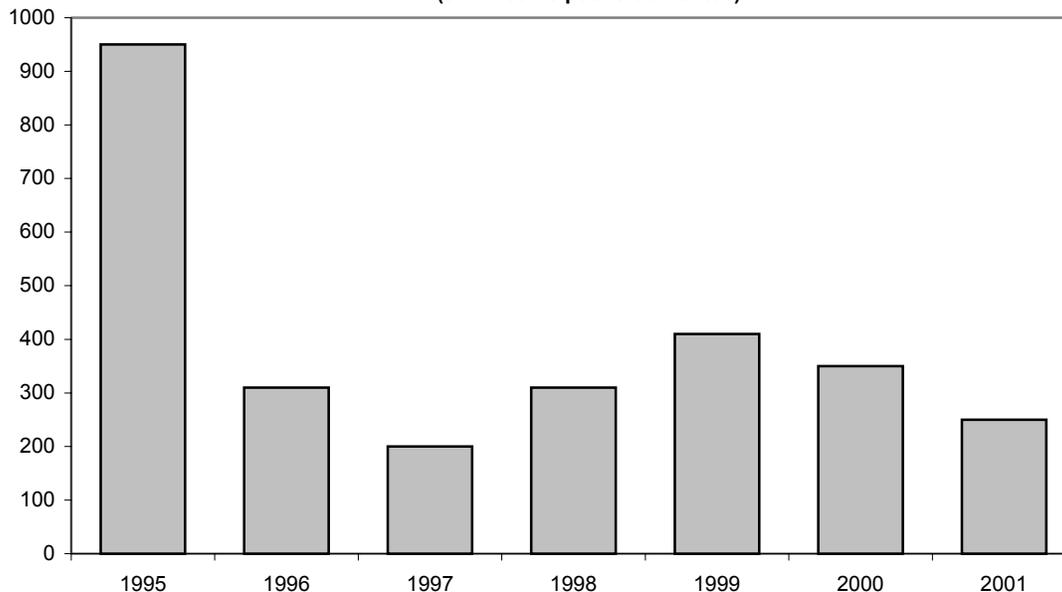
El segundo tipo de operatoria esta vinculada a las compras/ventas entre establecimientos que pertenecen a un mismo grupo económico, es decir a los mismos propietarios. Esta operatoria es similar a la anteriormente descrita pero se concreta entre bodegas vinculadas a través de la propiedad. Esta modalidad predomina en las transferencias de cupos exportados, por la importancia que los grupos de bodegas tienen en las ventas externas, pero también se verifica ocasionalmente en la compra/venta de mosto.

Estas prácticas afectaron claramente la recaudación del Fondo Vitivinícola, proceso que se puede percibir al analizar la evolución de la misma desde 1995 en adelante. En efecto, las evidencias disponibles indican que en el primer año de vigencia del régimen los establecimientos que elaboraron mosto por debajo del 30%, porcentaje mínimo establecido para el año 1995, pagaron efectivamente la contribución ya que la recaudación de ese año alcanzó a 950 mil pesos. A partir de allí, se ponen en marcha diversas prácticas elutorias y la recaudación disminuyó drásticamente, alcanzando un máximo de 360 mil pesos en 1999, para decaer por debajo de los 300 mil pesos en el último año⁴³.

⁴² Una evaluación minuciosa de estas consecuencias puede consultarse en: Aciar, A. (2002).

⁴³ Un análisis detallado de este proceso puede consultarse en el trabajo de Aciar, A. (2002).

GRÁFICO N° 2
EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN DEL FONDO VITIVINÍCOLA DE MENDOZA, 1995-2001
(en miles de pesos corrientes)



FUENTE: Elaboración propia en base a Aciar, A. (2002).

Obviamente, este comportamiento también afecta el otro objetivo de este cuerpo normativo, tan o más importante que los recursos disponibles para la promoción de las exportaciones, que consiste en aminorar las fluctuaciones de los precios de las materias primas en un mercado donde estructuralmente las bodegas tienen una posición dominante respecto a los productores de uvas, debido no sólo a la atomización de estos últimos sino también a la relevante integración vertical de los primeros. En otras palabras, teniendo en cuenta que entre los productores y las bodegas media una estructura oligopsónica, las mencionadas prácticas elutorias impiden que funcionen mecanismos que aminoren los efectos depresivos de esta imperfección del mercado, lo cual afecta severamente la sustentabilidad de los productores primarios.

Finalmente, cabe mencionar que durante la presente campaña se registraron dos nuevas modificaciones en el régimen, que están encaminadas a morigerar las prácticas elusivas y a lograr una mayor eficiencia en la recaudación y el cobro de las deudas por parte del organismo analizado. En efecto, por un lado, se estableció que sólo están eximidos del pago correspondiente los establecimientos que efectivamente exporten, pero reconociéndose una equivalencia entre el vino y el mosto muy superior a la vigente ya que ahora un litro de vino pasa a ser equivalente a 2,5 litros de mosto, cuando anteriormente un litro de vino exportado era igual a un litro de mosto. Por otra parte, mediante el Decreto N° 1.458 de octubre del 2002 se realizaron modificaciones normativas orientadas a mejorar el funcionamiento del Fondo Vitivinícola. La principal modificación introducida por el poder ejecutivo provincial consiste en el traspaso de la responsabilidad del cobro de las multas a los establecimientos vitivinícolas de la Dirección General de Rentas al *Fondo de Financiamiento de Inversiones Privadas para la Transformación y el Crecimiento Socioeconómico de la Provincia de Mendoza* (en adelante, Fondo para la Transformación y el Crecimiento)⁴⁴.

⁴⁴ Instituto de Desarrollo Rural (2002).

Casualmente, la otra innovación regulatoria es la creación del mencionado Fondo para la Transformación y el Crecimiento. Su origen está vinculado a la regularización de la deuda que mantenía la Nación con la provincia de Mendoza por las regalías derivadas de la explotación de hidrocarburos, y se puso en marcha para impulsar las distintas actividades económicas que se desarrollan en el ámbito provincial. Específicamente, este organismo se constituyó, mediante la Ley N° 6.071 aprobada por la legislatura provincial el 31 de octubre de 1993, como un ente autárquico con personería jurídica propia con dependencia directa del gobernador provincial.

Si bien sus objetivos generales son sumamente amplios en tanto abarca la mayoría de los aspectos socioeconómicos provinciales (crecimiento económico, capacitación de recursos humanos, etc.)⁴⁵, se destaca entre ellos el financiamiento de proyectos de inversión privada con diversos tipos de garantías. Este último objetivo, junto con los ingresos provenientes de la administración del fondo inicial, tiende a asegurarle la continuidad temporal de la nueva institución⁴⁶, para lo cual la mencionada Ley establece las posibles sanciones a los adjudicatarios privados que hayan accedido al financiamiento otorgado por este Fondo para la Transformación y el Crecimiento⁴⁷.

Con respecto a la sustentabilidad del nuevo ente, el análisis de los ingresos y egresos desde sus inicios hasta agosto de 2002 permite confirmar la importancia que asumen los recursos corrientes percibidos, así como la incidencia de los créditos otorgados al sector privado. Dichos aspectos se cuantifican en el Cuadro N° 9 y permiten verificar que los ingresos percibidos en el período ascienden a 233 millones de dólares, que representan el 41,1% de los ingresos totales, mientras que el 58,9% corresponde a los fondos líquidos iniciales (335 millones de dólares, aproximadamente). Respecto a estos últimos, cabe señalar que están compuestos por fondos líquidos (51,9 millones de dólares), títulos públicos (27,1 millones de dólares) y acciones de YPF (255,8 millones de dólares). Por otra parte, se puede apreciar que el 75,2% (423,4 millones de dólares) de los egresos totales fue utilizado por el sector público y el 24,8% restante (139,5 millones de dólares) resultó afectado a los créditos otorgados al sector privado.

Sobre estas bases económicas, legales e institucionales, el Fondo para la Transformación y el Crecimiento comenzó a otorgar financiamiento para proyectos productivos en 1994, otorgando hasta la actualidad 3.945 créditos de distinta modalidad e importancia. Básicamente se trata de dos grandes tipos de financiamiento. El primero de ellos está constituido por las líneas tradicionales de crédito, que alcanzan a 841 proyectos aprobados, que generalmente están orientados a la realización de inversiones que implican la incorporación de nuevas tecnologías tanto en la producción primaria como industrial. Las otras, son las nuevas modalidades de financiamiento puestas en marcha en el

⁴⁵ Al respecto, el artículo 1 de la citada norma establece que: “*Crease el Fondo de Financiamiento de Inversiones Privadas para la Transformación y el Crecimiento Socioeconómico de la Provincia de Mendoza, el que tendrá los siguientes objetivos generales: A) Desarrollo socioeconómico integral de la Provincia que tienda a un crecimiento autosostenido y continuo; B) Proyectos privados de desarrollo y uso de energía no contaminante, C) Capacitación del recurso humano para la generación de unidades productivas estables para incorporarse igualitariamente a la nueva estructura económica productiva; D) Capacitación del recurso humano y mejoramiento de la calidad de la educación de la Provincia de Mendoza*” (texto según Ley N° 6.623, art. 5). La autoridad de aplicación de la Ley N° 6.071 podrá aceptar como garantía en los proyectos de inversión privada, fianzas y/o garantías constituidas conforme a la Ley N° 24.467 e inscriptas en el Registro Público de Comercio (texto según artículo 1 de la Ley N° 6.673).

⁴⁶ En relación con los recursos del nuevo ente, el artículo 2 de la mencionada Ley consigna que: “*El Fondo de Financiamiento de Inversiones Privadas se constituirá con los siguientes recursos: A) Los que establece la Ley de utilización de bonos hidrocarburiíferos; B) Los fondos que se reintegren por el financiamiento de proyectos de inversión privada, sus intereses y el producido por la aplicación de los dispuesto en el art. 19 de la presente Ley, C) Los recursos que se obtengan a través de la administración financiera del mismo, mediante su inversión temporaria o definitiva, D) Otros recursos que el Poder Ejecutivo decida afectar para su integración*” (texto según art. 5 Ley N° 6.623).

⁴⁷ Las posibles sanciones constan en el artículo 19 de esta norma. El mismo establece que: “*Las empresas, personas físicas o jurídicas privadas, que resulten directa o indirectamente adjudicatarias de los beneficios dispuestos en la presente Ley, que no cumplan con lo establecido en la norma, sus reglamentaciones y/o contratos de financiamiento de proyectos privados podrán ser sancionados con las siguientes penas: A) Multa principal o accesoria de hasta el diez por ciento (10%) del monto total de financiamiento asignado al proyecto; B) Reintegro total o parcial de los fondos en las condiciones de financiamiento asignadas; C) Rescisión en los contratos de participación con las empresas que se constituyan (artículo 5 del inc.C); D) Eliminación del agente financiero, en caso de responsabilidad imputable al mismo, del sistema de inversiones privadas haciendo efectiva la garantía que asegure la devolución de los fondos asignados con más los intereses vigentes en la plaza*” (texto según art. 5 Ley N° 6.623).

año 2000 que concentran un número mayoritario de proyectos (3.104) en tanto se trata de montos significativamente más reducidos ya que se orientan al financiamiento de capital de trabajo tanto en la producción primaria como industrial. Respecto a la evolución histórica, en el Cuadro N° 10, se puede observar la evolución seguida por los proyectos aprobados según las modalidades mencionadas precedentemente. Al respecto, cabe señalar el severo impacto que produjo en el funcionamiento de este ente, el drástico cambio de las condiciones macroeconómicas del presente año, ya que detuvieron el otorgamiento de los créditos tradicionales y redujeron a su mínima expresión a los restantes.

CUADRO N° 9
INGRESOS Y EGRESOS DEL FONDO PARA LA TRANSFORMACIÓN Y EL CRECIMIENTO AL 31/8/2002
(miles de dólares y porcentajes)

	Miles de pesos	%
<i>1. Ingresos Totales</i>	568.268	100,0
1.1. Fondos Líquidos Iniciales	334.881	58,9
1.2. Ingresos percibidos	233.387	41,1
<i>2. Egresos Totales</i>	562.932	100,0
2.1. Sector Público	423.445	75,2
2.2. Créditos al Sector Privado*	139.487	24,8
<i>3. Saldo (1-2)</i>	5.336	-

* Estimación propia sobre la base de los ingresos desagregados

FUENTE: Estimación propia en base a información del Fondo para la Transformación y el Crecimiento.

CUADRO N° 10
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PROYECTOS APROBADOS POR EL FONDO PARA LA TRANSFORMACIÓN Y EL CRECIMIENTO, 1994-2002
(cantidad de proyectos)

	Total	Líneas de Crédito Tradicionales	Cosecha, acarreo y otros
1994	5	5	0
1995	31	31	0
1996	96	96	0
1997	104	104	0
1998	147	147	0
1999	130	130	0
2000	400	201	199
2001	2.745	127	2.618
2002*	287	0	287
Total	3.945	841	3.104

*Primer semestre

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Fondo para la Transformación y el Crecimiento.

Dado que el financiamiento otorgado por este Fondo a los proyectos presentados por el sector privado reconoce una amplia gama de modalidades, es relevante analizar la importancia relativa de cada una de ellas. Al respecto, en el Cuadro N° 11 se cuantifican, sobre la base de la información del ente, los montos canalizados por tipo de préstamo, diferenciando los efectivamente otorgados de los que aún no se han desembolsado. Los resultados obtenidos indican que los créditos más relevantes son aquellos que tienen garantía hipotecaria, tanto en los presentados (59,2% del total respectivo) como en lo que ya se concretó el financiamiento acordado (55% del total respectivo). Le siguen en orden de importancia los de fianza bancaria, que concentran el 24,3% del monto de los proyectos presentados, y luego los de cosecha y acarreo con el 10,1 % del total de los mismos.

CUADRO N° 11
ESTADO Y COMPOSICIÓN DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS AL SECTOR PRIVADO POR EL FONDO
DE TRANSFORMACIÓN Y CRECIMIENTO AL 30/8/2002
(millones de dólares y porcentajes)

Tipo de crédito según la garantía ofrecida	Aprobados		En análisis		Total presentados		Desembolsados		A desembolsar	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Fianza bancaria	34,3	25,9	1,6	10,5	35,9	24,3	33,1	27,2	2,8	10,9
Hipoteca	74,9	56,6	12,4	81,6	87,3	59,2	67	55,0	20,3	79,0
Ley N° 6.803 *	1,7	1,3	0	0,0	1,7	1,2	1,2	1,0	0,5	1,9
Ley N° 6.903 *	5,1	3,9	1,2	7,9	6,3	4,3	4,2	3,4	2,1	8,2
Cosecha y acarreo	14,9	11,3	0	0,0	14,9	10,1	14,9	12,2	0	0,0
Otras modalidades	1,4	1,1	0	0,0	1,4	0,9	1,4	1,1	0	0,0
Total	132,3	100,0	15,2	100,0	147,5	100,0	121,8	100,0	25,7	100,0

* Destinada a pequeños productores.

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Fondo para la Transformación y el Crecimiento.

Por último, teniendo en cuenta que el financiamiento otorgado por el Fondo para la Transformación y el Crecimiento cubre todas las actividades económicas que se desarrollan en la jurisdicción provincial, es insoslayable realizar una estimación acerca de la importancia relativa que asumen las actividades que conforman el complejo vitivinícola en el total del financiamiento provisto por el ente al sector privado.

Este es el objetivo del Cuadro N° 12, en el que se compara el financiamiento aprobado total con el destinado a las distintas etapas de la cadena vitivinícola. Esta estimación permite comprobar que la vitivinicultura concentra una proporción mayoritaria del financiamiento aprobado por el mencionado ente, ya que al mismo se destinó casi el 53% del mismo, estando los montos más importantes vinculados a la incorporación de malla antigranizo en diversas zonas de la provincia, y a la cosecha y el acarreo en las vendimias 2001 y 2002.

Asimismo, como una temática relevante en lo atinente a la problemática actual del complejo vitivinícola y como contexto a las regulaciones vigentes en el ámbito internacional, cabe incorporar una breve consideración sobre la situación que exhiben los gravámenes y reintegros al comercio exterior de los productos vitivinícolas. Tal como se verifica en el Cuadro N° 13, a partir de la modificación de la convertibilidad y la acentuada devaluación del signo monetario que se llevaron a cabo a principios del corriente año, se introduce un derecho del 5% a las exportaciones que neutraliza parcialmente el reintegro del 12% a las mismas vigente desde el 2000, para luego descender al 6%. En términos de las importaciones, se registra un descenso del Arancel Externo Común del MERCOSUR y con mayor intensidad de los Derechos de Importación Extrazona, lo que determina que ambos alcancen al 21,5% a partir de mayo del presente año.

CUADRO N° 12
INCIDENCIA DE LA VITIVINICULTURA EN LOS CRÉDITOS APROBADOS POR EL FONDO PARA LA TRANSFORMACIÓN Y EL CRECIMIENTO
(miles de dólares y porcentajes)

Tipo de crédito según la garantía ofrecida	Total Aprobados	Vitivinícolas aprobados	Vitivinícolas / Total (%)
1. Fianza bancaria *	34.312,5	14.717,9	42,9
2. Hipoteca	74.917,6	40.124,1	53,6
Malla Antigranizo San Rafael	9.854,8	3.897,8	39,6
Malla Antigranizo General Alvear	372,5	60,0	16,1
Malla Antigranizo Resto de la Provincia	21.506,1	16.303,9	75,8
Microemprendimientos **	6.611,6	1.656,4	25,1
Riego y Drenaje	2.908,5	2.119,4	72,9
Bodegas	5.103,6	3.903,8	76,5
Otros Empreimientos Agrícolas	13.848,6	12.182,8	88,0
3. Resto	14.711,9	-	-
4. Ley N° 6.803 ***	1.741,1	-	-
5. Ley N° 6.903 ***	5.074,4	-	-
6. Cosecha y acarreo ****	14.893,4	14.893,4	100,0
7. Otras modalidades	1.350,0	-	-
Total	132.288,9	69.735,4	52,7

* Los destinados a la vitivinicultura cubren múltiples propósitos (malla antigranizo, implantaciones, reconversión vitícola, etc.) y fueron otorgados entre 1994 y 1996. Por otra parte, dentro de esta modalidad se encuentran los proyectos superiores a 300 mil dólares otorgados con fianza bancaria al sector vitivinícola.

** Se trata de proyectos de hasta 100.000 dólares.

*** Destinada a pequeños productores.

**** Vinculados a la vendimia 2001 y 2002 (Leyes N° 6.673 y N° 6.990).

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Fondo para la Transformación y el Crecimiento.

CUADRO N° 13
EVOLUCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL EXTERNA VINCULADOS A LOS PRODUCTOS VITIVINÍCOLAS (1), 1999-2002
(porcentajes)

	Exportaciones		Importaciones		
	Derecho	Reintegro	Arancel Externo Común (AEC)	Derecho extrazona (DIE)	Tasa de estadística
1/1/1999	-	10,0%	23,0%	23,0%	0,5%
17/04/2000(2)	-	12,0%	23,0%	23,0%	0,5%
1/01/2001(3)	-	12,0%	22,5%	22,5%	0,5%
28/03/2001(4)	-	12,0%	22,5%	35,0%	0,5%
20/06/2001(5)	-	12,0%	22,5%	28,0%	0,5%
5/03/2002 (6)	5,0%	12,0%	22,5%	28,0%	0,5%
3/05/2002 (7)	5,0%	6,0%	21,5%	21,5%	0,5%

(1) Comprende y sintetiza la situación vigente en todas las partidas arancelarias vinculadas a los productos vitivinícolas.

(2) Resolución 257/00

(3) Resolución 1088/00

(4) Por Resolución 8/01.

(5) Resolución 221/01.

(6) Resolución 11/02.

(7) Decreto 690/02.

Fuente: Elaboración propia en base a información del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos.

Finalmente, en términos internacionales se pueden identificar dos problemáticas regulatorias relevantes. Específicamente, se trata de las negociaciones que la industria local del mosto lleva a cabo en Estados Unidos y del proceso de consolidación del MERCOSUR y, en particular, lo relativo al comercio de productos vitivinícolas.

Respecto a la primera de las problemáticas planteadas, cabe recordar que, en el marco del prolongado conflicto de intereses que se despliega alrededor de la Ley de Patentes que rige en nuestro país, la administración norteamericana eliminó las ventajas arancelarias que otorga su Sistema Generalizado de Preferencias a varios productos de exportación argentinos, entre los que se encuentra el mosto. A partir de estas políticas el mosto argentino está gravado desde 1997 por un arancel (*duty*) que alcanza a 132 dólares por tonelada. En este contexto, los productores locales de mosto unieron esfuerzos con otros perjudicados por estas medidas, entre los que se encuentran los productores de cítricos (jugo de limón) de Tucumán y los de jugo de manzana de Río Negro.

En relación al MERCOSUR, es pertinente señalar que, en el marco del Subgrupo de Trabajo N° 8 –Política Agrícola del Mercosur– y en el propio ámbito privado, desde 1991 se han desarrollado diversas instancias de negociación tendientes a normar la circulación de productos vitivinícolas en el ámbito de este acuerdo subregional, tanto de los provenientes de los países miembros como de aquellos extra-zona.

Tales iniciativas tuvieron, como un primer resultado de trascendencia, el acuerdo alcanzado en octubre de 1994, en Porto Alegre, donde se elaboró un proyecto de “Norma Vitivinícola del Mercosur” (estructurado, en buena medida, a partir de la propuesta presentada por la delegación argentina⁴⁸) que procuraba armonizar las diversas legislaciones nacionales, siempre en el entendimiento de que cada país mantendría la vigencia de sus respectivas normativas. Todo lo acordado regiría, también, para los productos extra-zona que ingresaran a los países integrantes del bloque económico. En ese entonces, las principales controversias fueron las vinculadas con el volumen del envase que podría comercializarse libremente en la subregión⁴⁹, y con las operaciones de vinos y mostos a granel⁵⁰.

Un año y medio después, en mayo de 1996, quedaron superadas tales diferencias en la reunión que celebró, en Montevideo, la “Comisión Vitivinícola del Mercosur” (integrada por sectores públicos y privados de los distintos países miembro). La misma decidió elevar un Proyecto consensuado de Reglamento Vitivinícola para su aprobación por parte del Grupo Mercado Común, y su adopción como Norma Oficial para la circulación de productos vitivinícolas en el ámbito de los Estados Parte.

Por último, cabe mencionar que a partir de la sanción de la Resolución Mercosur/G.M.C./N° 45/96 fue aprobado el “Reglamento Vitivinícola del Mercosur”, vigente en toda la subregión a partir del 1° de agosto de 1996. La adopción del Reglamento Vitivinícola del Mercosur ha conllevado o, en realidad, ha contribuido a fortalecer el comercio de productos vitivinícolas en el ámbito de la subregión, donde la Argentina emerge, sin duda, como el principal país de origen de tales flujos comerciales⁵¹. No obstante ello, cíclicamente, han surgido ciertas controversias, muy

⁴⁸ Elaborada, principalmente, en el ámbito de una comisión mixta integrada por, como representantes del sector privado, la U.V.A. (Unión Vitivinícola Argentina), la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas y el Centro de Bodegueros de Mendoza y en representación del Estado, el Instituto Nacional de Vitivinicultura. Cabe resaltar, asimismo, que el I.N.V. es, en la actualidad, el representante oficial argentino en el Subgrupo de Trabajo N° 8 (Política Agrícola del MERCOSUR), así como en el Subgrupo de Trabajo N° 3 –Normas Técnicas del Mercosur–, en todo lo que se refiere a temas vitivinícolas.

⁴⁹ Uruguay se oponía a la posibilidad de comercializar envases de más de un litro, mientras que la Argentina proponía que no existiera límite alguno en cuanto a los envases en que se comercialice el vino en la subregión.

⁵⁰ Brasil consideró que sólo debía permitirse el comercio a granel ante situaciones de crisis de cosecha por motivos meteorológicos o sanitarios.

⁵¹ El extenso documento cubre una amplia gama de temas en los distintos capítulos que lo conforman:

particularmente entre Argentina y Brasil donde, por un lado, la Argentina ha elevado al Grupo Mercado Común diversas denuncias vinculadas a la “*incompleta internalización de los reglamentos técnicos*” por parte de su país vecino y, por otro, hacia fines de 2000, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación ha debido realizar una queja formal a Brasil ante la proliferación de trabas al ingreso de vinos argentinos a dicho país. Estas últimas obedecen a la adopción, por parte del Ministerio de Agricultura del Brasil, de una exigencia específica de autorización previa para la importación de vinos, cualquiera sea su origen (incluyendo a los países del Mercosur). Más aún, tales autorizaciones se exigían “partida por partida”, tornando prácticamente imposible –a juicio de los bodegueros argentinos– las exportaciones a Brasil. Finalmente, la controversia quedó superada a partir de la aceptación, por parte del país limítrofe, de no aplicar dicha normativa a las bodegas autorizadas por el I.N.V. para la exportación.

En este contexto, cabe señalar que, en la actualidad, todos los productos vitivinícolas tienen un arancel externo común que asciende al 20%. En relación con este tema, y atento a la importancia que en el campo sectorial asume la inserción de Chile en el ámbito subregional, cabe una breve digresión sobre el tratamiento acordado al respecto. La vinculación de dicho país al Mercosur conllevó, en el plano de la vitivinicultura, una prolongada negociación de aranceles que, finalmente, condujo a la fijación de un plazo máximo de quince años para que casi todo el comercio entre Chile y el bloque subregional quede libre de derechos arancelarios. La negociación quedó, mientras tanto, planteada en términos de preferencias arancelarias crecientes respecto al comercio con cada uno de los países miembro. Así, por ejemplo, en el caso de la uva de mesa, Chile recibió de Brasil una preferencia inmediata del 100% (arancel “0”), de Argentina una preferencia del 62% durante los primeros diez años (implica un arancel de 3,8%), y en el caso de Uruguay, no se acordó ningún tipo de preferencia durante los primeros diez años.

-Capítulo I. Objeto y ámbito de aplicación. Donde se definen los alcances del Reglamento, y su relación con las legislaciones específicas de cada uno de los países signatarios, “de modo de preservar su identidad vitivinícola”. Se dispone, asimismo, que los Estados Parte armonizaran sus legislaciones en consonancia con las recomendaciones emanadas de la Organización Internacional de la Vid y el Vino (O.I.V.).

-Capítulo II. Definiciones de productos. Se definen los distintos productos vitivinícolas, preservando las identidades tradicionales de cada uno de los países. Así, se incluyen las definiciones del vino –entre ellas, el límite mínimo de 7° de graduación alcohólica–, su clasificación por clase y color, además de diversas categorías, como vino de mesa, livianos, finos, espumantes, gasificados, licorosos, compuestos, mostos y otros productos.

-Capítulo III. Prácticas enológicas permitidas. Se delimitan las prácticas enológicas autorizadas, en consonancia con la normativa de la O.I.V., para vinificación, concentración y conservación de mostos, acidificación de mostos y vinos, enriquecimiento de mostos, edulcoración de vinos, alcoholización, uso de frío y calor, etc..

-Capítulo IV. Productos de uso enológico. Se definen los productos autorizados para las prácticas enológicas, las que no podrán alterar la composición original del producto.

-Capítulo V. Métodos de análisis y límite. Se establecen los parámetros y los métodos analíticos usuales, así como los métodos de referencia y la expresión de los resultados. Se designan, a la vez, los organismos designados para otorgar los respectivos Certificados de Análisis para los productos vitivinícolas que se comercialicen en el ámbito del Mercosur (por la Argentina, tal función recae en el Instituto Nacional de Vitivinicultura).

-Capítulo VI. Diferencias analíticas. Siguiendo las recomendaciones de la O.I.V. se establecen los mecanismos a adoptar en caso de discrepancia analítica de los productos comercializados en la subregión.

-Capítulo VII. Denominaciones de origen. Se establecen los conceptos de Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas de Origen de acuerdo a los criterios aplicados por la O.I.V..

-Capítulo VIII. Circulación de los productos vitivinícolas. Se establece que los productos vitivinícolas que se comercialicen en la subregión deberán circular en envases de hasta cinco litros, con la excepción del Uruguay donde, hasta el año 2010 solo podrán circular vinos importados en envases de hasta un litro de capacidad.

-Capítulo IX. Armonización del Sistema de fiscalización. Se crea un grupo de armonización de la fiscalización con el objetivo de proponer un sistema que asegure el cumplimiento de la normativa.

-Capítulo X. Rotulación y etiquetado. Se fija un sistema de menciones obligatorias y facultativas (de acuerdo a las recomendaciones de la O.I.V.) en el “etiquetado” de los productos, de forma que el consumidor reciba la mayor información posible sobre los mismos.

-Capítulo XI. Comité Vitivinícola del MERCOSUR. Se propone crear un Comité de asesoramiento a los organismos superiores del Mercosur integrado, con la excepción del Uruguay, por representantes del sector privado.

-Capítulo XII. Disposiciones transitorias.

V. El nuevo escenario macroeconómico y sus impactos sobre el desempeño de la trama vitivinícola

V.1. Los cambios en el contexto macroeconómico de principios de 2002

En el capítulo anterior se han reseñado y analizado los principales elementos que, en su articulación, tienden a definir el actual marco regulatorio específico de la trama vitivinícola, incluyendo algunos de reciente data que, a la vez, en ciertos aspectos, procuran adecuar el contexto operativo sectorial a las nuevas condiciones que definen el marco macroeconómico en el que se inserta el desempeño del complejo.

Más allá de la persistencia –y la profundización, durante el presente año– del sesgo recesivo de la economía argentina que se remonta a más de cuatro años y medio y que, como tal, condiciona el perfil evolutivo del conjunto de las actividades económicas (y, entre ellas, naturalmente, del de la vitivinícola), cabe resaltar ciertos hitos que devienen en profundas mutaciones en el escenario macroeconómico que han alterado sustancialmente el contexto operativo de la trama. La complejidad de un análisis integral de los mismos excede holgadamente los objetivos del presente estudio; sólo interesa resaltar aquellos fenómenos que, directa o indirectamente, real o potencialmente, han coadyuvado a modificar (en algunos casos, radicalmente) el sendero evolutivo de los distintos segmentos que conforman la trama.

En ese marco, estilizando sobremanera el marco de análisis, dos son los grandes hitos macroeconómicos con influencia decisiva sobre la trama: el proceso devaluatorio que se inicia con el abandono del régimen de convertibilidad sobre la base de una paridad fija (un peso = un dólar) y, por otro, el que se vincula con la “pesificación asimétrica” de las deudas y acreencias con el sistema financiero local, la cupificación de los retiros de fondos de las casas bancarias y, en términos más agregados, con la crisis del sistema financiero local y la cuasi-desaparición de las posibilidades de acceso al crédito (e, incluso, a los fondos propios depositados en entidades financieras). Mientras en el primer caso se trata de un impacto heterogéneo, pero tradicional y previsible entre las firmas o actividades vinculadas al mercado interno y las exportadoras, con una gama amplia de situaciones intermedias; en el segundo caso, más allá de ciertos denominadores comunes, las heterogeneidades (sin antecedentes y con efectos de escasa previsibilidad) reales emergen como el principal denominador común (según se trate de firmas endeudadas o no con la banca local, de aquellas que pudieron verse beneficiadas por la pesificación –y la consiguiente licuación de sus pasivos en moneda extranjera– de sus deudas con el sistema financiero doméstico, de quienes tenían sus activos financieros colocados en la banca local, tanto en pesos como en divisas, etc.). En tal sentido, el perfil del endeudamiento empresario (con la banca local o directamente en el exterior, en moneda nacional o en divisas) así como el de sus activos financieros (en el país –según sea la moneda y el tipo de operación al que se encontraban atados– o en el exterior), deviene en un cúmulo de situaciones muy dispares en cuanto a su impacto efectivo sobre las firmas. A ello se le adiciona, siempre en el ámbito financiero, la cuasi-desaparición del crédito (no sólo externo sino también del local), tanto de corto como de largo plazo. En síntesis, el impacto de la “pesificación asimétrica”⁵²; las rígidas limitaciones a extraer fondos propios depositados en el sistema financiero, y las distintas medidas adoptadas para evitar el colapso de este último, derivaron en situaciones muy heterogéneas tanto en general, como en el ámbito específico de los distintos agentes que conforman la trama vitivinícola.

⁵² Originalmente 1 peso = un dólar para los préstamos de hasta 100.000 dólares, mientras que para los que superaran dicho monto y para los depósitos reprogramados tal paridad se estableció en un dólar = 1,40 pesos; posteriormente fueron pesificadas uno a uno todas las deudas con la banca local.

Así, por ejemplo, algunas grandes empresas transnacionales con un importante nivel de endeudamiento externo –en muchos casos, con sus propias casas matrices– han logrado renegociar sus deudas con una importante quita, así como también los flujos de servicios de las mismas. En otros casos, también en el ámbito de las grandes bodegas, su mayor endeudamiento estaba concentrado en moneda extranjera pero con la banca doméstica. Las mismas se han visto beneficiadas (con muy diversos matices en cuanto a su significación real) por la licuación de parte de sus pasivos. Por su parte, siempre desde una visión muy estilizada, el endeudamiento de la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas, tanto vinícolas como vitícolas, estaba centrado en la banca local e, incluso, en varios casos, provenía de los préstamos otorgados por el Fondo para la Transformación y el Crecimiento. En tal sentido, el nuevo escenario financiero no las afectó tanto por el lado de su endeudamiento sino, fundamentalmente, por las restricciones impuestas al retiro de sus depósitos (en especial, a plazo fijo y en dólares, con la consiguiente pérdida patrimonial) y la consecuente afectación del capital de trabajo.

De todas maneras, muy probablemente, en términos agregados, el impacto potencialmente más significativo sobre la trama vitivinícola se derive del proceso devaluatorio. Inicialmente, con la sanción, a principios de enero de 2002, de la Ley de Emergencia N° 25.561, se dispuso el abandono de la paridad 1 peso = 1 dólar, estableciéndose un nuevo tipo de cambio de 1,40 pesos por dólar. La posterior adopción (principios de febrero) de un sistema de flotación del tipo de cambio con regulación del Banco Central de la República Argentina coadyuvó a acelerar el proceso maxidevaluatorio que ya se había esbozado en la segunda mitad del mes de enero de 2002.

En ese marco, dado el relativamente escaso componente importado de la trama vitivinícola⁵³ el impacto del proceso de maxidevaluación (como se verificó, esencialmente, durante el primer semestre del año) permitían avisorar un escenario casi privilegiado para el desempeño de buena parte de la trama (los exportadores, quienes podían –ante la nueva paridad cambiaria– acceder a los mercados mundiales, y los posibles efectos de “derrame” de esa –potencialmente– creciente irrupción en nuevos mercados internacionales, sumada a la consolidación en los tradicionales importadores de productos vitivinícolas.

En otro términos y más allá de los dispares y heterogéneos efectos derivados de las profundas alteraciones en materia financiera, así como de los impactos agregados sobre la profundización del sostenido proceso recesivo y regresivo en términos de la distribución del ingreso, el nuevo contexto macroeconómico que emerge a principios del año 2002 parecería, en principio, favorecer la *performance* económica de la vitivinicultura o, por lo menos, de buena parte del complejo sectorial.

Antes de analizar, bajo este nuevo contexto operativo, el desempeño reciente de las ventas vitivinícolas al exterior (en términos de volumen, valor, y los resultantes precios medios), el comportamiento de los precios domésticos de los distintos rubros elaborados en la trama durante 2002 y de los incipientes –aunque acotados a algunas pocas grandes bodegas– cambios en la relación con las cadenas de la gran distribución minorista, cabe incorporar una breve digresión que, en buena medida, será referencia obligada para muchas de esas perspectivas de análisis. Se trata de ilustrar, a título introductorio, la evolución de algunos índices de precios que adquieren relevancia para una adecuada interpretación de los resultados emergentes del desarrollo de tales perspectivas. Al respecto, en el Cuadro N° 14, se presenta el comportamiento observado, entre diciembre de 2001 y setiembre de 2002 del Índice de Precios al Consumidor (I.P.C.), del correspondiente a los Precios Internos Mayoristas (I.P.I.M.), del que registra las variaciones mayoristas en el rubro de bebidas y alcohol etílico –no estrictamente representativo de la trama pero como útil indicador *proxy* que, por lo menos, involucra a los productos similares a los de la misma–, el tipo de cambio respecto al dólar

⁵³ Esencialmente, algunos fertilizantes, plaguicidas y herbicidas, así como clones de varietales en la producción primaria; el corcho y, en particular, en el caso de algunos vinos finos, las “marquillas” y la reparación y/o repuestos de los equipos de última generación adquiridos, en general, en la segunda mitad del último lustro de los años noventa.

estadounidense y, por último, un índice de precios construido a partir de los precios medios (no ponderados) pagados por una de las principales cadenas de la gran distribución a sus proveedores vinícolas (se trata, también, de un *proxy* de los precios mayoristas del vino en su relación con los súper e hipermercados).

CUADRO N° 14
EVOLUCION DE INDICADORES SELECCIONADOS DE PRECIOS, DICIEMBRE 2001- SETIEMBRE 2002
(índices base diciembre 2001 = 100,0)

	I.P.C. *	I.P.I.M **	Alcohol etílico y bebidas	Tipo de cambio \$ / u\$s	Precio vinos en Gran Distribución ***
Diciembre 2001	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
2002					
Enero	102,30	106,37	103,99	180,00	101,99
Febrero	105,50	119,48	106,26	215,00	103,97
Marzo	109,68	134,50	125,34	285,00	106,60
Abril	121,08	161,29	138,76	297,00	114,16
Mayo	125,93	181,18	143,70	353,00	119,21
Junio	130,49	196,66	154,13	382,00	121,20
Julio	134,65	205,79	155,48	364,00	123,44
Agosto	137,81	216,16	155,44	359,00	126,60
Septiembre	139,66	221,43	156,29	368,00	127,32

* Índice de Precios al Consumidor

** Índice de Precios Internos al por Mayor

*** Índice de Precios promedio del vino pagados por una de las cuatro más importantes cadenas de distribución.

FUENTE: Elaboración propia en base a información del INDEC, del Banco Nación y de informantes calificados.

Si bien la evolución comparada de estos distintos índices de precios no es objeto de análisis en el presente documento, cabe resaltar algunos pocos rasgos por su incidencia sobre el desempeño de la trama vitivinícola, en sus distintos eslabones.

En tal sentido, el proceso de maxidevaluación de la moneda local, particularmente intenso durante el primer semestre del año es, sin duda, el primer fenómeno a remarcar. Como producto de ello, y a pesar de la estabilización (o incluso cierta revaluación de la moneda local en el tercer trimestre del año), el incremento acumulado del tipo de cambio asciende a 268,0% al cabo de los primeros nueve meses del 2002.

En orden a la importancia relativa de los incrementos de precios se destaca, también, el registrado por los mayoristas internos (121,4%) que, en buena media, y en su relación con la evolución comparada de los minoristas (39,7%) tiende a revertir la tendencia prevalente a lo largo del decenio de los años noventa⁵⁴, cuando el peso de los sostenidos incrementos en las tarifas de los servicios públicos privatizados, y en general de los no transables, contrastaba con la mayor presión que ejercían los productos importados –muchas veces a precios de *dumping*– sobre los precios mayoristas internos. Se trata, en tal sentido, de una visión por demás estilizada, donde no se incluyen otros factores también protagónicos en esa asimétrica evolución de los precios domésticos durante la vigencia plena de la Ley de Convertibilidad (como el papel de las grandes cadenas de distribución minorista y el ejercicio pleno de su posición dominante sobre el mercado, el mayor

⁵⁴ Durante la vigencia plena de la Ley de Convertibilidad (abril de 1991 a diciembre de 2001) el I.P.C. se incrementó el 56,5%, al tiempo que el I.P.I.M. lo hizo apenas el 10,9%.

peso de los altos costos financieros sobre los sectores productores de bienes transables, el papel desempeñado por la evolución del precio del petróleo y sus derivados, la distinta gravitación de los costos de la mano de obra según sea el tipo de actividad de que se trate, etc.).

Finalmente, los precios vinculados con los productos de la trama vitivinícola exhiben una trayectoria que se ubica sistemáticamente por debajo tanto del Índice de Precios Mayoristas Internos y, probablemente, aun cuando no hay evidencias empíricas específicas, del índice general de precios minoristas.

V.2. Las exportaciones vitivinícolas

Si bien las exportaciones vitivinícolas representan una proporción casi marginal en la producción de la trama, no existe duda alguna que el espectacular dinamismo que revelan desde mediados del decenio de los años noventa ha alterado significativamente el escenario sectorial, no sólo por su impacto sobre el desempeño de un grupo importante de bodegas sino también por sus repercusiones sobre las estrategias empresarias y el propio perfil tecno-productivo de la trama en su conjunto. Ello involucra, naturalmente, al acelerado –aunque inconcluso en términos agregados– proceso de reconversión de la producción primaria. Como se analizó detalladamente en el Capítulo II, la creciente inserción argentina en los mercados internacionales ha devenido en cambios estructurales de índole muy diversa: desde la fuerte atracción de capitales extranjeros que se instalan en el país para, fundamentalmente, producir para la exportación y para el mercado conformado por los sectores de altos ingresos –con distintos grados de integración vertical a viñedos propios de uva de alta calidad enológica–, hasta una activa promoción de los vinos argentinos en el exterior, tanto por parte de las propias empresas como de distintos organismos públicos creados al efecto. El rediseño organizacional de muchas firmas, la adopción de las más modernas tecnologías –tanto en la producción primaria como en la elaboración del vino–, la importación de clones de diversos varietales, la incorporación de nuevas áreas geográficas a la producción primaria a partir de privilegiar la calidad por sobre el volumen son, entre otras, partes constitutivas de este proceso de transformación de la trama que tiene en las exportaciones a uno de sus principales –sino el más importante– factores desencadenantes y/o propulsores del acelerado proceso de cambio.

En ese marco, el nuevo escenario macroeconómico al que asiste la economía argentina desde principios de 2002, muy particularmente, a partir del abandono de la paridad cambiaria fija, la consiguiente devaluación de la moneda y la liberalización del mercado de cambio permitirían prever –en principio, *ceteris paribus*– una marcada intensificación de ese dinamismo exportador, más aún cuando a cuatro meses de abandono de la convertibilidad el proceso alcanzó el carácter de maxidevaluación (200% de incremento del tipo de cambio, porcentual que al quinto mes se elevó al 250%).

Sin embargo, por diversos factores de muy diversa naturaleza, tanto endógenos como exógenos, el desempeño de las exportaciones vitivinícolas en 2002 no ha tendido a corresponderse con tales previsiones. Antes de identificar y analizar los posibles determinantes de ese comportamiento –magro, en relación con lo que podía preverse–, cabe incorporar una descripción general de la evolución reciente de las ventas al exterior, tanto de los distintos tipos de vinos como de los mostos y, a la vez, considerando los volúmenes comprometidos como el consiguiente valor de las exportaciones.

Al respecto, en los Cuadros Anexos N° 4 y 5 se presenta (en volumen y valor, respectivamente) la evolución mensual de las ventas al exterior de vinos y mostos, y su comparación con idéntico mes del año anterior. De la lectura de dicha información cabe extraer una serie de inferencias de particular significación:

- en lo relativo a los volúmenes exportados de vinos, recién en el mes de setiembre –última información disponible al momento de la realización del presente documento– se logra superar –a favor de un extraordinario crecimiento mensual interanual, que se ubica por encima del 170%– los registros correspondientes a idéntico horizonte temporal (nueve meses) del año 2001 (apenas 2,4%). Hasta allí, en los ocho primeros meses de 2002, los volúmenes acumulados de exportaciones de vinos siempre se ubicaron por debajo de los registrados en 2001. Es más, con la única excepción de mayo del corriente año, cuando los niveles exportados superaron ligeramente (1,8%) a los del mismo mes del año anterior, hasta julio, los volúmenes mensuales comercializados en el exterior se ubicaron muy por debajo de los registros en el año precedente, con caídas que incluso superan el 40% –como en febrero y julio–. De todas maneras, no puede dejar de resaltarse que en los meses de agosto y setiembre de 2002 más que se duplicaron (111,3% de crecimiento) los volúmenes exportados en igual período del año anterior, fenómeno que, tal vez, pueda ser el inicio de un período de franca expansión que revierta el sesgo prevalente en los primeros siete meses del año;
- muy distinto es el desempeño de las exportaciones de mosto concentrado que, con la única salvedad del mes de enero (cayeron el 6,8%, siempre en términos interanuales) muestran un sostenido incremento en todos los restantes meses del año 2002, respecto a idénticos períodos del año anterior (con tasas de crecimiento que en dos meses –junio y agosto– superan el 80%). De resultados de ello, las exportaciones de los nueve primeros meses de 2002 (casi 520 mil hectolitros) superan en un 44,0% a las registradas en el mismo lapso de 2001 e, incluso, se ubican por encima del volumen total comercializado en el exterior al cabo de todo el año anterior;
- si bien su significación agregada es por demás reducida, los volúmenes exportados de mosto sulfitado revelan un crecimiento espectacular (446,9%) al cabo de los nueve primeros meses, comparados con el mismo período del año anterior. Es más, el explosivo crecimiento registrado en el tercer trimestre del año (con tasas superiores al 1.000% en el mes de setiembre) hace que los niveles exportados en cualquiera de esos tres meses resulten muy superiores a los registros correspondientes a todo el año anterior;
- en suma, de considerar los volúmenes comercializados en el exterior durante los 9 primeros meses de 2002, en su relación con el mismo período del año anterior, se verifica un muy ligero incremento en los correspondientes a vinos (apenas el 2,4%), un crecimiento importante en el caso del mosto concentrado (44,0%), y un extraordinario dinamismo en el ámbito del rubro de menor significación relativa, el mosto sulfitado (446,7%);
- las ventas al exterior de vinos son las únicas que, al cabo de los nueve primeros meses del año 2002, muestran un comportamiento de signo negativo de considerar los valores comprometidos respecto a los volúmenes involucrados (Cuadro Anexo N° 5). En efecto, mientras en este último caso se verifica una ligera expansión (2,4%), el monto exportado en los tres primeros trimestres del año representa el 81,0% de los registros correspondientes a igual período del año anterior – cabe reiterar, de todas maneras, que en 2001 se alcanzó el pico máximo en materia de exportaciones de vino de la historia vitivinícola argentina–. Esa contracción se reproduce en la casi totalidad de los meses (las únicas excepciones las ofrecen los meses de abril y setiembre – 0,6% y 9,8%, respectivamente–), alcanzando sus valores extremos en julio (-45,5%), febrero (-34,1%) y agosto (-32,6%), siempre respecto a igual mes del año precedente. Al igual que en lo relativo a los volúmenes comercializados en el exterior, la recuperación evidenciada en setiembre podría ser un primer indicio de reversión de las tendencias verificadas en los ocho primeros meses. De todas maneras, para alcanzarse los niveles del año anterior, el valor de las exportaciones de vinos debería incrementarse, durante el último trimestre del corriente año en relación con idéntico período del precedente, casi un 60% (tasa de crecimiento que debería elevarse a más de 130% para alcanzar los niveles previstos en diversas estimaciones que

proyectaban un incremento de, por lo menos, el 20% en el valor de las exportaciones de vinos durante 2002);

- la *performance* de las exportaciones de mosto concentrado en el 2002 revela, en términos de valor, un ligero incremento agregado al cabo de los nueve primeros meses del año (3,0%); enmarcado en nítidas asimetrías de comportamiento durante el período, siempre respecto a idénticas fases temporales del año anterior. Así, durante los cinco primeros meses, y a pesar de que en marzo y abril se verifican ligeros incrementos en el valor de las exportaciones, la caída en el aporte de divisas de las ventas de mosto concentrado se ubica en el 15,0%. En contraposición, entre junio y setiembre de 2002 se asiste a una notable recuperación de las mismas (34,0%) que más que compensó la retracción de los primeros meses del año 2002. De allí que pueda preverse que de continuar el sesgo expansivo durante el último trimestre, a un ritmo similar al que se viene registrando desde el mes de junio, podrían superarse los valores anuales de exportación de mosto concentrado en un 16,7% con relación a los registros de 2001;
- por su parte, el valor de las ventas al exterior de mosto sulfitado denota, al igual que en términos de volumen, un crecimiento por demás significativo durante los nueve primeros meses de 2002, donde ya se exportó por más de 700 mil dólares (556,3% por encima de los montos correspondientes a idéntico período del año anterior). La espectacular expansión del último trimestre (julio-setiembre) es la que explica tal comportamiento, a punto tal que en cualquiera de esos tres meses, los montos exportados prácticamente duplican a los correspondientes a todo el año 2001;
- en síntesis, importante contracción en el monto de las exportaciones de vinos, un ligero incremento en los valores provenientes de las ventas al exterior de mosto concentrado y explosivo –aunque acotado en cuanto a su significación agregada– crecimiento de las exportaciones de mosto sulfitado emergen como los rasgos relevantes en cuanto a la inserción externa de los distintos segmentos de la vitivinicultura durante los nueve primeros meses del corriente año.

Del conjunto de las consideraciones previas se infiere que esos tres grandes rubros de las exportaciones vitivinícolas argentinas revelan un denominador común: la caída, más o menos intensa, de los precios medios de exportación. En otras palabras, ante incrementos de los volúmenes exportados se asiste a una contracción en los valores involucrados o una tasa de crecimiento inferior a la registrada en los respectivos volúmenes.

Antes de analizar los posibles factores que, en su interacción, podrían estar influyendo en ese fenómeno, cabe profundizar el análisis del desempeño de las exportaciones de los distintos tipos de vinos, siempre considerando su evolución durante los nueve primeros meses del año (comparado con igual período del anterior) tanto en términos de volumen como de valor (ver los Cuadros Anexos N° 6 y 7, respectivamente). De dicha información cabe resaltar algunos aspectos importantes que, como se señaló, contribuirán a la posible interpretación del reciente patrón de comportamiento de las exportaciones de vinos en el marco de un proceso de maxidevaluación. En ese sentido:

- los volúmenes comercializados en el exterior de vinos de mesa dejan de manifiesto dos disímiles sesgos evolutivos. Mientras en el primer y segundo trimestre de 2002 se verifican caídas sistemáticas respecto a iguales períodos del año anterior (-46,9% y -40,9%, respectivamente), la notable recuperación registrada en el tercer trimestre (86%) ha permitido compensar en exceso la contracción del primer semestre, a punto tal que al cabo de los nueve primeros meses, el volumen exportado de vinos de mesa se incrementó el 1,4%. Ello podría estar indicando que la mayor estabilidad relativa en el plano macroeconómico, en general, y cambiario, en especial, de la segunda mitad del año (respecto a, entre otras, la volatilidad de los

precios relativos y la incertidumbre generalizada que afectó a los primeros meses de 2002) parecería afectar positivamente a la dinámica exportadora de los vinos de mesa;

- similares tendencias, sólo que mucho menos acentuadas, quedan de manifiesto en la *performance* exportadora de vinos finos durante los primeros nueve meses del corriente año, respecto a similar período del precedente. En efecto, durante el primer trimestre, los volúmenes exportados de vinos finos se contrajeron el 22,8%; en el segundo trimestre, el del inicio de la recuperación, se manifiesta un incremento del 11,1%, porcentual que se eleva al 17,8% en el trimestre julio-setiembre de 2002. De resultados de esos contrastantes desempeños, al cabo de los nueve primeros meses del año, las ventas al exterior de vinos finos aumentaron el 2,8%. Nuevamente, todo parecería indicar que después de los convulsionados primeros meses del año, el comportamiento de las exportaciones de vinos finos tendería a retomar –y reafirmar– el sesgo expansivo de la segunda mitad de los noventa;
- las ventas al exterior de vinos espumantes muestran, en su evolución interanual, diferencias sustantivas respecto a los restantes tipos de vinos. En primer lugar, durante los primeros nueve meses del año 2002, se exportó un 45,2% más que en igual período del año anterior. En segundo lugar, a diferencia de los ejemplos considerados precedentemente, es en el primer semestre del año cuando se manifiesta la expansión más significativa (85,8% en el primer trimestre del año, y 55,4% en el segundo trimestre) de las exportaciones de espumantes. Por el contrario, en el tercer trimestre, cuando comienza a evidenciarse una recuperación en la comercialización externa de los restantes tipos de vino, los volúmenes comercializados en el exterior de espumantes decaen un 2,8%. De allí que, más allá de tratarse del tipo de vinos que más incrementó sus ventas al exterior, el comportamiento de las mismas guarda, en lo temporal, una correspondencia inversa respecto a los vinos de mesa y los finos; fenómeno que difícilmente pueda estar asociado a la estacionalidad de la demanda de los espumantes en los principales países de destino de los mismos (EE.UU. concentra más del 40% del total);
- en términos agregados y como consecuencia del peso determinante de los volúmenes exportados de vinos comunes y finos, el desempeño de las exportaciones en 2002 denota, en su relación con idénticos períodos del año anterior, una profunda contracción en el primer trimestre del año (-30,5%), que tiende a morigerarse en el segundo trimestre (-11,8%) para revertirse, de manera significativa, en el tercer trimestre del año, cuando los volúmenes exportados superan en un 45,5% a sus equivalentes en el año precedente;
- una primera visión global del desempeño del valor de las exportaciones de los distintos tipos de vinos en los primeros nueve meses de 2002 (Cuadro Anexo N° 7), revela, siempre respecto a igual período del año anterior, un distinto signo en las magnitudes involucradas (a punto tal que decaen un 19,0%) y senderos evolutivos que, en algunos casos, no se condicen con los correspondientes a los volúmenes exportados. El ejemplo que ofrecen los vinos de mesa es, tal vez, el más significativo, no tanto por cumplir con ambos patrones de comportamiento sino, fundamentalmente, por la intensidad que asume la contracción de las ventas al exterior (inscripta, al igual que en el caso de los volúmenes comprometidos, en una paulatina recuperación al cabo del período bajo análisis). En efecto, la caída del valor de las exportaciones de vinos comunes se eleva al 63,5% en el primer trimestre del año, al 50,9% en los segundos tres meses, y al 42,6% en el tercer trimestre. De resultados de ello, las divisas generadas por la creciente –en términos de volumen– exportación de vinos comunes decayeron en los primeros nueve meses del año 2002 el 52,0% respecto a idéntico período del año anterior (de ello podría inferirse que el precio medio de exportación decayó, en el corriente año, a menos de la mitad del vigente en 2001);
- el valor de las exportaciones de vinos finos también revela una sostenida caída en su relación con el año anterior. Sin embargo, en este caso, la sostenida recuperación que queda de manifiesto en términos de volúmenes comercializados no se ve correspondida en los valores

involucrados. Por el contrario, de considerar su desempeño interanual según trimestres, las caídas de mayor trascendencia se verifican en el primero y en el tercer trimestre del año (-23,9% y -21,2%, respectivamente), mientras que en el segundo trimestre, tal contracción es casi insignificante (-2,7%). En otras palabras, el valor de las exportaciones de vinos finos no guarda, a lo largo del año, relación directa con los volúmenes comprometidos o, dicho en otras palabras, los precios medios de exportación revelan una marcada volatilidad;

- las exportaciones de vinos espumantes medidas en valor muestran, en principio, similar patrón evolutivo que el de los correspondientes volúmenes comercializados en el exterior, sólo que con variaciones de una muy superior intensidad. Así, en el primer trimestre de 2002, el valor de las exportaciones de espumantes creció un 131,3% respecto a idéntico período del año anterior; tasa que se contrae a 25,4% en el segundo trimestre, para tornarse negativa (-39,3%) en el tercer trimestre del año. Más allá de esas profundas diferencias en la intensidad relativa de las tasas de crecimiento y de caída de las exportaciones, según se las considere en valor o en volumen, el resultado agregado durante los nueve primeros meses del año no difiere sustancialmente (37,0% y 45,2%, respectivamente);
- la incidencia decisiva de la notable contracción en el valor de las exportaciones de vinos de mesa, por un lado, y del “atípico” sendero evolutivo de las de vinos finos (en el segundo trimestre es cuando prácticamente casi se equiparan con las del año anterior) explican, en gran medida, el comportamiento agregado del valor de las exportaciones de vino en su relación con las de 2001. La caída agregada (-19,0%) al cabo de los nueve meses tiene su punto extremo en el tercer trimestre (-24,7%), nivel muy próximo al registrado en los tres primeros meses del año (-23,6%), mientras que en el segundo trimestre del año, la retracción del valor de las exportaciones de vino no alcanza al 10% (-9,6%).

Del conjunto de las consideraciones precedentes se desprende que las exportaciones de vinos revelan a lo largo de los nueve primeros meses de 2002 una expansión ligera (vinos de mesa y finos) y muy significativa (espumantes), en lo que se refiere a los volúmenes comercializados, en su relación con igual período del año anterior. Ello se conjuga con una muy profunda caída en el valor de las exportaciones de vinos de mesa, una notable reducción en el caso de los vinos finos y un importante crecimiento en el ámbito de los espumantes (igualmente, por debajo del registrado en términos de volumen).

Esos heterogéneos patrones de comportamiento remiten, naturalmente, a la consideración de los respectivos precios medios de exportación que, como puede inferirse de lo antedicho, presentan un denominador común: la baja, más o menos pronunciada, de todos ellos. Esta perspectiva de análisis, resultante de –e integrada a– las precedentes permitirá contar con suficientes elementos de juicio que, junto a las conclusiones derivadas de las entrevistas realizadas en las principales empresas exportadoras de vinos, brindará los fundamentos esenciales como para acceder a un diagnóstico de situación del desempeño de las exportaciones vinícolas frente al proceso de hiper-depreciación de la moneda local.

Al respecto la información presentada en el Cuadro N° 15 muestra la evolución mensual de los precios medios de exportación de los distintos tipos de vino durante los nueve primeros meses del bienio 2001-2002. Del mismo se desprende que (en el marco del proceso de maxidevaluación de la moneda local) al cabo del período bajo análisis, tales valores medios decayeron el 52,4% en el caso de los vinos de mesa, el 17,7% para los finos, el 6,0% en el ámbito de los espumantes y, a nivel agregado, tal retracción de precios medios se eleva al 20,6%.

En ese marco cabe destacar algunos aspectos de particular significación, emergentes tanto de la comparación mensual interanual como de la propia evolución de los precios a lo largo del año 2002, para cada uno de los distintos tipos de vinos.

Bajo la primera de tales perspectivas, se puede comprobar que salvo una pocas excepciones (los meses de mayo en el caso de los vinos de mesa; de marzo en los finos, y el primer trimestre en el campo de los espumantes), los precios medios de exportación mensual de los tres grandes segmentos de tipos de vinos se ubican por debajo –en algunos casos, no alcanzan a representar siquiera la tercera parte– de los valores promedio correspondientes a idénticos meses del año anterior. En otras palabras, al margen de esas pocas salvedades, la contracción de los precios promedio de exportación del vino (en todos sus segmentos) constituye un fenómeno casi generalizado durante todo el corriente año.

CUADRO N° 15
EVOLUCION DEL PRECIO MEDIO DE EXPORTACION SEGÚN TIPOS DE VINOS,
9 PRIMEROS MESES 2001-2002
(dólares por litro)

	Mesa		Finos		Espumosos		Otros		Total	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Enero	0,64	0,50	2,31	2,27	5,57	10,26	0,82	2,41	1,98	1,80
Febrero	1,09	0,73	2,31	2,21	5,10	5,38	0,51	1,67	1,82	2,04
Marzo	0,56	0,44	2,47	2,49	5,17	6,66	6,39	s/d	1,78	2,24
Abril	0,53	0,38	2,40	2,30	8,32	7,43	5,42	0,49	1,76	1,78
Mayo	0,58	0,60	2,39	1,86	6,97	6,73	5,42	s/d	1,68	1,62
Junio	0,65	0,50	2,20	2,02	8,41	3,49	2,87	0,82	1,41	1,52
Julio	0,62	0,40	2,64	1,81	5,84	1,74	0,99	s/d	1,56	1,46
Agosto	0,54	0,17	2,34	2,00	6,10	4,76	0,96	0,79	1,72	0,81
Setiembre	0,59	0,16	2,33	1,35	5,25	3,07	6,40	0,74	1,86	0,75
Prom. 9 meses	0,63	0,30	2,37	1,95	6,13	5,76	0,74	0,71	1,70	1,35

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Otra perspectiva de análisis que permite extraer importantes inferencias en cuanto al comportamiento de los valores medios de exportación es la que se vincula con la evolución mensual de los mismos durante 2002. En general, y con particular intensidad en el caso de los vinos de mesa, queda de manifiesto un claro sesgo decreciente que tiende a acentuarse en los últimos meses bajo análisis, en paralelo con la relativa estabilización del tipo de cambio. Al respecto, como un indicador por demás ilustrativo, basta comparar los precios medios registrados en los meses extremos de la serie. En el caso de los vinos de mesa, la caída se eleva al 68,0%, en el campo de los vinos finos es del 40,5%; porcentual que se eleva al 70,2% de considerar los espumantes. Como resultado de ello, a nivel agregado, la reducción de los precios medios de exportación de los vinos asciende a 58,3%. En contraposición a lo observado en lo concerniente a los volúmenes de exportación que, en general, denotan una marcada recuperación durante el tercer trimestre del año, tal comportamiento tiende a corresponderse con una marcada baja en los respectivos precios medios de tales ventas al exterior.

Por otro lado, en el plano agregado se manifiesta un fenómeno por demás significativo: la persistente y sistemática caída del precio medio de exportación del total de vinos a partir del mes de abril; en otras palabras, durante el último semestre bajo análisis se asiste a una sostenida contracción de los precios promedio de las ventas externas de vinos.

En síntesis, en un marco de acelerado proceso de devaluación de la moneda local durante el primer semestre del año, que a partir de julio tiende a estabilizarse (con, incluso, una ligera revaluación de la moneda local), las exportaciones de vinos (cuyo componente importado es relativamente reducido –casi ínfimo en el caso de los vinos de mesa y de mayor, aunque igualmente

escasa, gravitación en los vinos finos y espumantes, por la incidencia del costo del corcho y, en algunos casos, de las “marquillas”–), denotan un comportamiento que podría considerarse como atípico. En efecto, los volúmenes exportados durante los primeros nueve meses del año apenas superan a los registrados en idéntico período en el 2001 –fenómeno que recién se manifiesta en el mes de setiembre–, los valores involucrados decaen en forma por demás significativa (19,0%), con su lógico correlato en una notable retracción en los precios medios de exportación (20,6%).

Múltiples y de muy diversa índole son los factores que, en su interacción y con distinta intensidad, podrían estar incidiendo en la explicación de tal atipicidad. Algunos de ellos han sido remarcados por varios de los empresarios vinícolas entrevistados, al tiempo que otros son el resultado de inferencias analíticas que, incluso, en muchos casos, han sido reconocidos como posibles componentes decisivos de tal comportamiento por distintos informantes calificados vinculados directa o indirectamente a la trama vitivinícola, en su sentido amplio. Al respecto, sin pretender cubrir la totalidad de los elementos que podrían estar coadyuvando a explicar dicho fenómeno (en especial, en determinados casos específicos), cabría hacer referencia a:

- lo que se ha dado en llamar “riesgo país” pero vinculado, en este caso, al temor de los tradicionales importadores de vinos argentinos en cuanto a la posibilidad cierta que sus proveedores locales pudieran hacer frente a los compromisos de exportación que asumieran. Así, a juicio de buena parte de los empresarios vinícolas entrevistados, las imágenes que se transmitían internacionalmente sobre los convulsionados primeros meses del año conspiraron fuertemente contra la celebración de acuerdos de exportación⁵⁵. La incertidumbre de los importadores (en un contexto internacional de sobreoferta vinícola) habría jugado, así, un papel decisivo en la caída de la demanda internacional de vinos argentinos, en especial durante el primer semestre del año.
- Sin embargo, ello podría haber asumido un papel protagónico en la retracción de los volúmenes exportados durante el primer trimestre del año, pero difícilmente puede hacer lo propio con, por ejemplo, la profunda retracción de los embarques de vinos en los meses de junio (31,5%) o de julio (41,8%, en ambos casos, respecto a idénticos meses del año anterior).
- Más aún, al margen de los lógicos desfases temporales entre la decisión de exportar y su concreción efectiva, en los dos meses posteriores (agosto y setiembre), se verifica un espectacular crecimiento de los volúmenes exportados (42,6% y 171,6%, respectivamente) en un contexto político-económico y social que no difiere mayormente del de los meses anteriores sólo que, en este último caso, con una cierta certidumbre respecto a la estabilización del tipo de cambio y la drástica reducción de las expectativas acerca de que pudiera desencadenarse un proceso de hiperinflación y/o de hiperdevaluación. En otras palabras, el llamado “riesgo país” sólo podría explicar, en parte, el magro desempeño exportador vinícola de los tres primeros meses del año;
- que la mayor “competitividad” de la producción local que se derivaría del propio proceso devaluatorio se ha visto erosionada por el componente importado en la elaboración de, en particular, los vinos finos y espumantes (como se señaló, los costos de los corchos, de las “marquillas” y de algunos otros pocos componentes de los mismos) y por la “dolarización” de los precios locales de los envases (tanto de las botellas como del *tetra-brik* –en este último caso, referido a los vinos de mesa–). Más allá de la incidencia real que pudieran haber tenido ambos factores, es indudable que, en términos de dólares, los costos de la principal materia prima –la uva para vinificar– y los de mano de obra han decrecido sustancialmente, al igual que otros componentes locales de los costos operativos –determinados servicios domésticos e, incluso, los costos reales de ciertos gravámenes fiscales–. El posible intento de traslación a los costos de las

⁵⁵ En más de un caso, los entrevistados comentaron que sus tradicionales compradores se referían a la Argentina como la “Kosovo” de América Latina.

pérdidas patrimoniales en dólares –fenómeno que involucra al conjunto de las actividades–, así como de los costos financieros del endeudamiento externo –no así del local en divisas que se ha visto “pesificado”, con la consiguiente licuación de los pasivos con la banca doméstica–, podrían contribuir a morigerar el impacto de la maxidevaluación sobre la “competitividad” externa de la producción local. De todas maneras, dada su intensidad, el proceso de hiperdevaluación, muy particularmente en el primer semestre del año, conlleva un abaratamiento variable pero siempre significativo, en dólares, de la producción local. Por otro lado, la sostenida caída de los precios medios de exportación durante el último semestre bajo análisis no avalaría tal argumentación, en tanto durante el tercer trimestre del año se asiste a una relativa estabilidad –con cierto sesgo revaloratorio– de la moneda local;

- la presión de los principales importadores de la producción local sobre sus proveedores para que trasladen a sus precios finales el impacto real de la devaluación. En este plano, dado el carácter de “tomadores” de precios de la casi totalidad de los exportadores argentinos, es muy probable que dicha actitud por parte de los clientes internacionales haya ejercido una influencia importante en la contracción de los valores de las exportaciones. Sin embargo, nuevamente, ello no se condice con el desempeño exportador del tercer trimestre del año, donde se conjuga una paulatina y creciente recuperación de los volúmenes exportados con, en paralelo, una caída significativa en los precios medios de tales ventas al exterior;
- la mayor gravitación relativa de las exportaciones a granel, muy particularmente en el caso de los vinos finos, respecto a las proporciones registrados en los años precedentes, en especial en 2001. El menor valor unitario de tales exportaciones podría estar asumiendo un papel protagónico en esa contracción de los precios medios. Así, por ejemplo, en el campo de los vinos finos, en 2001, las exportaciones a granel no alcanzaron a representar el 20% del total, mientras que en los primeros nueve meses de 2002, tal proporción se ubica ligeramente por debajo del 30%. Muy difícilmente pueda reconocerse si tales exportaciones y su fraccionamiento en el exterior responde a estrategias desplegadas por las propias empresas locales exportadoras o por imposición de sus clientes en el exterior y/o por una combinación de ambas. Este factor explicativo podría estar sustentando, por lo menos en parte, esa pronunciada caída de los precios medios de exportación en un contexto de hiperdevaluación; más aun cuando es en el tercer trimestre del año 2002 donde queda de manifiesto esa creciente gravitación relativa de las exportaciones a granel, muy particularmente en el caso de los vinos finos (donde alcanzan a representar el 36,4% del total de las ventas al exterior);
- las dificultades de acceso a financiamiento, en general, y en particular al vinculado a las exportaciones. Se trata de un fenómeno de carácter generalizado al conjunto de la economía que, en especial en el caso de las bodegas de pequeño porte y alto valor unitario de sus ventas al exterior, ha desempeñado, seguramente, un efecto retractor sobre el dinamismo de sus exportaciones. De todas maneras, al igual que en muchos de los factores considerados precedentemente, ello sólo podría coadyuvar a explicar un crecimiento inferior al potencial de las ventas al exterior pero no la volatilidad de volúmenes, valores y, fundamentalmente, la pronunciada baja de los precios medios de exportación;
- las expectativas empresarias en torno a la continuidad y profundización del proceso de maxidevaluación, consistentes con muchas predicciones de diversos analistas económicos que preveían que la relación peso/dólar podría alcanzar, hacia fines de año, valores en torno a entre 8 y 10 pesos por dólar. En ese marco, para muchas empresas, la conservación de sus *stocks* exportables como reserva de valor frente a un posible escenario hiperdevaluatorio podría estar explicando el patrón evolutivo de los volúmenes de exportación (resultaría condicente con la notable recuperación de las exportaciones durante la segunda mitad del año, cuando tales predicciones comenzaron a perder sustento e, incluso, dejaron de formar parte de las previsiones de muchos de esos analistas). Es más, algunos de los entrevistados, altos

funcionarios de grandes bodegas con una importante inserción en el exterior, adujeron que parte sustantiva de los que a su juicio constituyeron errores estratégicos de las empresas en cuestión se derivan de la adopción de políticas acordes con esas previsiones que sobredimensionaron la intensidad del proceso maxidevaluatorio e hiperinflacionario; y

- la posible recurrencia a precios de transferencia que conllevaban una cierta subfacturación de los valores reales de las ventas al exterior, tanto en el caso de exportaciones intracorporativas como de ventas a las empresas vinculadas patrimonial o comercialmente. Si bien, muy difícilmente pueda comprobarse esta hipótesis, algunos de los entrevistados –no bodegueros/exportadores– le asignan a este factor un papel significativo en la explicación de, por lo menos, la atípica evolución de los precios medios de las exportaciones. Es más, la profundización de la caída de estos últimos en el tercer trimestre del año, contemporánea con la estabilización del tipo de cambio, parecería avalar el posible despliegue empresarial de tales prácticas.

Las consideraciones precedentes suponen, en realidad, un abánico de posibles factores explicativos de la *performance* exportadora de la industria elaboradora de vinos que, por un lado, no agotan la existencia probable de otros componentes que sustenten el comportamiento específico de determinadas bodegas y, por otro lado, asumen un protagonismo efectivo no asimilable, en su intensidad, al conjunto del sector. En ese marco, sin llegar a subordinar a los restantes, los dos últimos factores mencionados parecerían adquirir un papel decisivo en ese desempeño agregado de las exportaciones de los ditintos tipos de vinos, más allá de ciertas especificidades en cada uno de esos segmentos.

En lo referido a las exportaciones de mostos se verifican dos comportamientos encontrados en lo relativo a los precios medios de exportación, según se trate de concentrados o sulfitados. En este último caso, la escasa trascendencia económica de las ventas al exterior e, incluso, la discontinuidad de los embarques –en varios meses no se registran exportaciones, tanto en 2001 como en 2002–, tienden a minimizar su interés analítico, atento a los objetivos del presente estudio. De todas maneras, no puede dejar de soslayarse el espectacular crecimiento de los volúmenes exportados, de los consiguientes valores involucrados y, por último, de tratarse del único rubro en el que se verifica un incremento en los precios medios de exportación (17,7%, al cabo de los nueve primeros meses del corriente año, respecto a idéntico período de 2001).

En el caso del mosto concentrado, el de mayor significación relativa (el valor exportado en los nueve primeros meses del año supera en más de 50 veces al monto comercializado de mosto sulfitado) se reproduce, aunque con una menor volatilidad y discontinuidad temporal, el fenómeno constatable en el campo de las exportaciones de vinos: la sistemática caída de precios en todos los meses del año respecto a idénticos períodos del año anterior. Como puede comprobarse en el Cuadro N° 16, los valores promedio resultantes para el horizonte temporal bajo análisis resultan ser, en 2002, el 28,7% más bajos que los del registrados en 2001; la sistemática caída mensual interanual encuentra sus valores extremos en los meses de marzo (-17,2%) y mayo (-48,1%), comportamiento enmarcado en una relativa estabilidad en los precios medios correspondientes a los nueve primeros meses de 2002, donde varían entre un máximo de \$ 0,82 el litro en el mes de marzo, y un mínimo de \$ 0,67 en setiembre.

CUADRO N° 16
PRECIOS MEDIOS DE EXPORTACION DE MOSTOS CONCENTRADO Y SULFITADO,
9 PRIMEROS MESES 2001-2002
(dólares por litro)

	Mosto concentrado		Mosto sulfitado	
	2001	2002	2001	2002
Enero	1,04	0,79	-	-
Febrero	1,15	0,78	0,22	0,14
Marzo	0,99	0,82	-	-
Abril	0,97	0,79	-	0,15
Mayo	1,31	0,68	-	-
Junio	0,88	0,68	-	-
Julio	0,94	0,70	0,20	0,22
Agosto	0,88	0,70	0,15	0,22
Setiembre	0,84	0,67	0,14	0,21
Prom. 9 meses	1,01	0,72	0,18	0,21

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Sin duda, en este caso, la condición de tomadores de precio en el mercado internacional sumada a la muy alta concentración de las exportaciones (cerca del 60% del total) torne muy factible la presión de los importadores para obtener una reducción de precios asociada al proceso devaluatorio local. En tal sentido, en el caso de los mostos concentrados, tal presión podría estar desempeñando un papel relevante –sino decisivo– en la sostenida contracción de los precios medios de exportación. Asimismo otro lado, otro importante país importador de mosto concentrado de la Argentina es el Japón (alrededor del 15% del total) donde buena parte de las exportaciones provienen de una empresa nacional que tiene como principal socio a un gran grupo empresario japonés. En este último caso, no es descartable que la recurrencia a precios de transferencia que conlleven la subfacturación del valor de las ventas asuma, también, un papel importante en esa generalizada caída de los precios medios de exportación al cabo de los nueve primeros meses de 2002.

V.3. Los precios domésticos del vino y de la uva

En paralelo al análisis de la *performance* de las exportaciones vitivinícolas es pertinente evaluar el comportamiento reciente de los precios domésticos de los principales productos elaborados que conforman la trama: el mosto concentrado y los distintos tipos de vino en el mercado de traslado, por un lado, y el de las uvas, por otro. De esta manera, se contará con elementos de juicio decisivos en torno a la evolución de los precios relativos en el interior del complejo y, por lo tanto, de las posibles transferencias de recursos entre los distintos agentes que operan en los diferentes segmentos del mismo. Asimismo, atento a la correspondiente intensidad del proceso inflacionario y de devaluación de la moneda local, se accederá a una visión comparativa del comportamiento de los precios domésticos en términos reales y en su relación con los precios medios de exportación.

Al respecto, en el Cuadro N° 17 se presenta la evolución de los precios promedio ponderados del mosto concentrado, de los distintos tipos de vinos de mesa y de los finos, para el período 2000-2002 (hasta el mes de octubre, último dato disponible), diferenciando su respectivo comportamiento mensual entre el mes de julio de 2001 y el de octubre del corriente año. Dicha información proviene de las operaciones registradas en el Mercado de Vinos de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

CUADRO N° 17
EVOLUCION DE LOS PRECIOS MEDIOS DEL MOSTO CONCENTRADO Y DE LOS DISTINTOS TIPOS DE
VINOS, PROMEDIOS ANUALES Y MENSUAL, JULIO 2001 A OCTUBRE 2002
(pesos por hectolitro)

	Mosto concentrado*	Vinos comunes				Vinos Finos
		Tintos	Blancos	Criollo	Ponderado	
Año 2000**	105,77	30,42	16,70	18,26	20,35	S/d
Año 2001**	56,19	27,77	11,29	15,26	16,72	S/d
Año 2002 (hasta octubre)*	106,19	25,93	16,39	13,78	18,36	34,21
Jul-01	65,03	28,87	11,79	14,53	16,69	S/d
Ago-01	58,91	26,07	10,69	15,33	15,75	S/d
Sep-01	66,94	26,33	10,02	15,80	15,76	S/d
Oct-01	55,04	22,10	9,71	12,68	13,76	S/d
Nov-01	61,68	21,28	7,99	8,76	13,23	27,23
Dic-01	48,14	19,95	7,71	10,78	12,20	30,67
Ene-02	55,73	26,79	7,84	11,10	14,48	23,48
Feb-02	57,11	24,98	11,67	8,37	14,26	31,45
Mar-02	93,58	23,36	13,64	8,90	16,02	36,03
Abr-02	82,72	22,62	13,80	14,72	17,33	27,64
May-02	99,89	22,51	13,90	16,08	16,25	24,98
Jun-02	131,25	26,99	14,96	13,00	16,70	28,44
Jul-02	109,06	26,26	15,29	20,31	18,99	39,26
Ago-02	124,34	27,04	15,32	19,58	19,42	43,98
Sep-02	106,30	26,07	18,22	18,13	21,52	28,92
Oct-02	116,01	29,69	20,25	21,01	24,06	33,00

* Un hectolitro de mosto concentrado equivale a aproximadamente 3,95 hl. de mosto sulfitado. En ese sentido, los precios por hectolitro de mosto concentrado equivalen a aproximadamente el 25% de su equivalente en vinos comunes.

** Se trata de precios medios ponderados.

FUENTE: Elaboración propia en base a información de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

Como paso previo al análisis de la información del Cuadro N° 17, cabe incorporar algunas consideraciones introductorias respecto a la representatividad real de los precios en el mercado de traslado, tanto en el caso de los vinos comunes (tintos, blancos, mezcla), como de los finos y del mosto. En primer lugar, y como elemento central que, en mayor o menor medida, involucra al conjunto de dichos segmentos, cabe resaltar que se trata de un precio medio ponderado que, naturalmente, está circunscripto a una porción fluctuante de los flujos reales de vino de traslado (en tanto no involucra, entre otras, a las operaciones que se realizan a plazos pero que no son inscriptas para evitar el pago del impuesto a los sellos, a las que se efectivizan sin contrato formal alguno, ni tampoco a las transacciones con proveedores *cautivos* –o relativamente cautivos– en el marco de los muy diversos esquemas de integración vertical vigentes en el mercado). En tal sentido, su representatividad no emana tanto del flujo comercial efectivo que supone sino, fundamentalmente, del hecho de ser considerado por todos los actores del mercado, como los “precios de referencia” ineludibles de considerar en la casi totalidad de las transacciones intersectoriales (aun en el ámbito del segmento de vinos finos –esencialmente del llamado vino selección que a pesar de que es de antigua data y se trata de un mercado consolidado tiene una mucha menor significación económica que en el caso de los comunes–).

En otras palabras, más allá del volumen relativo de vino comercializado que supone las transacciones inscriptas en la Bolsa de Comercio de Mendoza, los valores medios resultantes tienden a reflejar el comportamiento efectivo de los precios del vino en su primer fase de comercialización. Idénticas consideraciones cabría realizar en cuanto a los precios del mosto concentrado donde, también, más allá de la gravitación efectiva de los respectivos flujos, se trata de

precios de referencia que tienden a reflejar la evolución efectiva del valor del mosto en el mercado interno.

En segundo lugar, otro importante elemento a considerar en el análisis de la evolución de los precios domésticos del vino es el que se refiere a la identificación de los distintos actores y agentes económicos que operan en el mercado de traslado. Así, en principio, la oferta del mercado trasladista está constituida por los bodegueros elaboradores (*trasladistas*), integrados o no a la producción primaria –procesan uva propia o de terceros–, y por los bodegueros que elaboran por su cuenta, “a maquila”, la uva de terceros (productores primarios) e incluso, por algunos agentes que sólo se dedican a la compraventa de vinos a granel (en particular, en las transacciones interprovinciales). La demanda está compuesta por los mismos bodegueros trasladistas, por aquellos que cuentan (integrados verticalmente) con plantas fraccionadoras, y por las propias plantas fraccionadoras que no cuentan con bodega propia (se limitan a comprar el vino a granel, y a fraccionarlo y envasarlo). En general, y más allá de las diversas situaciones que podrían identificarse, se trata de un oligopsonio no diferenciado, donde las grandes bodegas (en particular, las elaboradoras de vinos comunes de mesa y las principales mosteras) ejercen un poder decisivo en la determinación de los precios y de las propias condiciones de pago. Con sus consiguientes matices, dada la morfología oligopsónica del mercado de vinos finos, ellos se reproduce en el ámbito de estos últimos

Como se desprende de la información del Cuadro de referencia, en el ámbito del mercado de traslado, las variaciones registradas entre enero y octubre de 2002 suponen una caída en términos reales (sí se los compara con el I.P.I.M.), con la única salvedad de los blancos escurridos. En efecto, mientras el IPIM muestra una variación de 122,5%, en el caso del mosto concentrado los precios medios nominales se incrementaron el 108,2%, los correspondientes a los vinos tintos de mesa apenas crecieron el 10,8%, el ponderado de los vinos de mesa lo hizo el 66,2%, mientras que el de los vinos finos se incrementó el 40,5%. En contraposición, el precio medio de los blancos escurridos, el de mayor significación por su carácter de producto no diferenciable y por los volúmenes comercializados, se incrementó el 158,3%. En este último caso, no puede dejar de resaltarse que los valores correspondientes al mes de enero 2002 suponen un incremento de apenas el 1,7% respecto a los registrados en diciembre de 2001, mes en el que se verifica el precio más bajo –en términos nominales– de los últimos diez años⁵⁶.

Otro rasgo que diferencia la evolución mensual del vino blanco de traslado de los restantes es que se trata del único caso en el que se manifiesta un sostenido e ininterrumpido incremento mensual de los precios. En efecto, tanto en el caso del mosto (en abril, julio y setiembre), como en el de los tintos (de febrero a mayo, julio y setiembre), del criollo (febrero, junio, agosto y setiembre), del ponderado de los vinos de mesa (febrero y mayo), así como en el caso de los finos (abril, mayo y setiembre) se registran variaciones mensuales negativas o, en otros términos, caídas en sus precios nominales, en un contexto macroeconómico signados por un importante ritmo inflacionario (muy particularmente, en el primer semestre del año).

Asimismo, es dable destacar que los precios medios vigentes en el mercado de traslado en octubre de 2002 no difieren mayormente de los registrados en promedio en el año 2000 (9,7% el del mosto concentrado; -2,4% los tintos de mesa; 21,3% los blancos; y 18,2% de ponderar el conjunto de los vinos de mesa). Si bien, durante el año 2001, el I.P.I.M. reveló una deflación de precios, no deja de ser significativo que, a pesar del proceso inflacionario de los primeros diez meses del año 2002, los precios nominales de los vinos de traslado no difieran sustancialmente de los correspondientes a dos años atrás.

Por otro lado, como producto del incremento real de los precios medios del blanco escurrido durante el corriente año, su relación con los de sus similares tintos se ha estrechado

⁵⁶ Instituto de Desarrollo Rural (2002).

significativamente. En efecto, en el año 2000, los primeros resultaban equivalentes al 54,9 % de los tintos, en el 2001 representaban apenas el 40,7%, mientras que en octubre de 2002, equivalen al 68,2% del de los tintos de mesa; fenómeno que se conjuga con una mayor gravitación en las operaciones realizadas en el marco de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

Por último, una acotación que, aunque obvia (ver el Cuadro N° 14) no puede dejar de resaltarse la generalizada y, en algunos casos, muy profunda caída de los precios promedio del vino de traslado en términos de su valor en dólares estadounidenses. Con la salvedad del blanco escurrido y, en una inferior medida del mosto concentrado, los restantes valores medios se ubican muy por debajo de la mitad de los niveles que registraban en diciembre de 2001, antes del abandono de la convertibilidad fija respecto al dólar. Es más, en el caso de los blancos, los únicos que han logrado una ligera recuperación en términos reales respecto a la evolución del I.P.I.M., de establecerse esa relación respecto al dólar estadounidense, su decrecimiento efectivo se ubica, entre diciembre de 2001 y octubre de 2002, en torno al 40%.

Siempre teniendo como referencia las mutaciones registradas en los precios relativos entre los distintos eslabones de la trama vitivinícola y, a la vez, los sesgos prevalentes en cuanto a la redistribución interna a la trama de los recursos, cabe una última referencia a la evolución del precio de la uva en los últimos años y, en particular, durante el proceso que se desencadena a principios de 2002 con, por un lado, la devaluación de la moneda local y, por otro, la emergencia de un proceso inflacionario no ajeno a aquélla. En este plano, que refleja en última instancia la situación del productor primario en su relación con los restantes eslabones del complejo, el análisis de la evolución de los precios lleva a corroborar la creciente vulnerabilidad y la escasa sustentabilidad de la producción de uvas, aun en el campo de aquellos viñateros inmersos en procesos de reconversión de las vides acordes con el perfil de su demanda –priorización de la calidad enológica por sobre el volumen de producción–.

La información que proporciona el Cuadro N° 18, elaborado sobre la información que proporciona la propia Bolsa de Comercio de Mendoza resulta, en tal sentido, más que ilustrativa. La caída de los precios nominales de las uvas comunes alcanza una intensidad inusitada, muy particularmente si se considera la retracción de precios registrada en los primeros diez meses del año 2002, en paralelo a un incremento de precios del I.P.I.M. que, como se señaló, resultó ser de 122,5% entre enero y octubre de 2002.

CUADRO N° 18
EVOLUCIÓN DEL PRECIO CONTADO DE LA UVA, POR TIPO, 1996-2002
(pesos por qq)

	Comunes tintas	Comunes blancas	Mezcla
1996	19,27	10,21	9,89
1997	28,63	14,41	13,68
1998	33,74	16,40	15,43
1999	41,54	16,41	15,27
2000	26,20	12,65	12,07
2001	21,68	7,26	6,53
2002 (hasta octubre)	16,44	7,70	7,83

FUENTE: Elaboración propia en base a información de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

En efecto, el precio medio de la uva en las operaciones registradas en la Bolsa de Comercio de Mendoza correspondiente a los diez primeros meses de 2002 representa una retracción –siempre en términos nominales– superior al 60%, en su relación con los registros correspondientes a 1999, en el caso de las comunes tintas; del 53,1% de considerar las blancas y del 49,3% la mezcla de uvas

comunes. Incluso, de considerarse la evolución registrada a lo largo de los diez primeros meses de 2002 respecto al año precedente, en el caso de las uvas tintas se manifiesta una retracción, siempre en términos nominales, de casi el 25%, al tiempo que las blancas sólo vieron incrementar sus precios medios en apenas el 6,0%.

Este fenómeno, particularmente intenso en cuanto a la sustentabilidad real de los productores primarios, no queda circunscripto a aquellos que elaboran y comercializan uvas comunes⁵⁷. Aun en el caso de uno de los varietales privilegiados en el incipiente proceso de reconversión de la producción primaria, como es el Malbec, los precios promedio de la uva revelan un idéntico comportamiento durante los últimos años. Así, el precio de contado (siempre promedio ponderado) correspondiente al primer semestre de 2002 (41,60 pesos por quintal) implica una caída, en términos nominales, de 5,5% respecto a idéntico período del año anterior; porcentual que se eleva a 30,2% respecto al primer semestre del 2000, y a 59,3% de retracción en relación con los primeros seis meses de 1999. Tal comportamiento responde a las transacciones realizadas en efectivo. De considerarse al conjunto de las operaciones, tanto las de contado como las financiadas, esa profunda contracción de los precios nominales de las uvas malbec no difiere mayormente (-7,7%, -30,5% y -56,7%, respectivamente).

Sin duda, la *performance* del mercado de la uva en materia de precios al productor, no ajena a la propia morfología del mismo, conspira contra la posibilidades de operar como factor inductor decisivo que pudiera alentar la acelerada y generalizada reconversión de la producción primaria hacia uvas de muy superior calidad enológica y, por tanto, de mayor crecimiento potencial de la demanda interna, para la elaboración de vinos de mayor –y mejor– relación precio/calidad.

V.4. La gran distribución minorista, el nuevo contexto macroeconómico y las asimetrías en la relación con los proveedores vitivinícolas

En el Capítulo III fue analizado el papel decisivo que asumen las cadenas de súper e hipermercados en su relación con las bodegas proveedoras de vino y, a la vez, la existencia de ciertas diferencias de comportamiento, por parte de tales cadenas, con determinadas bodegas en un contexto caracterizado por el despliegue de diversas prácticas de carácter oligopsónico –algunas de ellas, lindantes con, por lo menos, la deslealtad comercial y/o el abuso de posición dominante–. La creciente gravitación de tales cadenas en la distribución minorista de vinos y, con ligeros matices, la dependencia de buena parte de la industria vinícola de tales canales de comercialización deviene en imperfecciones de mercado que a lo largo de los años noventa y principios del Siglo XXI se han ido profundizando, a punto tal que algunas bodegas han centrado su estrategia comercial en la búsqueda de alternativas de distribución elutorias de tales cadenas que concentran la gran distribución.

Sin embargo, también fue señalado que, al margen de estas últimas, con determinadas bodegas (sea por su tamaño relativo o, fundamentalmente, por el prestigio de sus marcas) el despliegue de tales prácticas oligopsónicas se veía acotado, tendiendo a configurarse una situación de oligopolio bilateral no equilibrado (no sólo en el ámbito de los vinos de mesa sino, fundamentalmente, en el de los finos, donde el poder de mercado que se desprende de determinadas marcas ha tendido a morigerar el peso efectivo de las asimetrías involucradas.)

Es en este campo donde, a juicio de algunos de los principales responsables de las cadenas de súper e hipermercados, se ha incorporado un nuevo factor que, en muchos casos, prácticamente ha coadyuvado a equilibrar el posicionamiento de mercado de determinadas bodegas/marcas. Se trata, en otras palabras, de las nuevas alternativas comerciales que emanan, a partir de la intensidad

⁵⁷ Incluso, de las entrevistas mantenidas en una de las principales empresas mosteras que exporta, esencialmente, a EE.UU. y a Japón, surgió que es de tal magnitud la caída de precios de la uva que no sólo se está utilizando uva criolla para la elaboración de mosto sino, también, de otros varietales de superior calidad enológica.

del proceso devaluatorio, de la posibilidad de acceder a los mercados internacionales. Así, al decir de uno de los entrevistados –alto funcionario de una de las principales cadenas– respecto a sus formas de relacionarse con determinadas bodegas: “se ha dado vuelta la baraja y nos están haciendo pagar el comportamiento de los últimos años”. Si bien se trata de un fenómeno acotado a determinadas bodegas que, ante la alternativa o posibilidad de exportar sus vinos, han visto potenciado su poder de negociación frente a la gran distribución, no es descartable suponer que, muy particularmente en el caso de determinados vinos finos, se vea ampliado ese escenario de oligopolio bilateral no equilibrado que ha venido caracterizando al segmento de los vinos de mesa.

De todas maneras, la profunda y sostenida recesión de la demanda interna conspira, también, contra la generalizada reformulación de las relaciones bodegas proveedoras-gran distribución minorista. La persistente contracción del consumo de vinos y la mayor intensidad del proceso de sustitución por otras bebidas –no alcohólicas o alcohólicas, como la cerveza– de menor valor unitario, incorpora un nuevo componente decisivo en esas relaciones comerciales que, en general, potencia el poder de mercado de las grandes cadenas de distribución minorista.

Ello se ve reflejado, en parte, y como indicador *proxy*, en la evolución del precio promedio (no ponderado) de las compras de vinos realizadas por una de esas cadenas a más de cuarenta bodegas (Cuadro N° 14). Del mismo se desprende que, entre diciembre de 2001 y setiembre de 2002, dicho precio medio se incrementó apenas el 27,3%, nivel que se ubica por debajo de la evolución del Índice de Precios al Consumidor (39,7%), y que es muy distante del registrado por el Índice de Precios Internos Mayoristas (121,4%). No obstante, siempre a juicio del entrevistado, y más allá de dos de las principales cadenas de súper e hipermercados –que, en principio, habrían aumentado sustancialmente sus precios para después, obligados por la propia recesión y la pérdida de mercado, abaratarlos en proporciones no lejanas a los aumentos de los primeros meses del año–, las restantes no han podido transferir tal incremento a sus precios finales, al tiempo que, en buena parte de los casos –en particular, aquellos vinculados con ese subconjunto de bodegas que por prestigio de marca y por posibilidades de comercialización externa– han debido acotar sobremanera sus plazos de pago. Incluso, en algunos de esos ejemplos, exigen la contraprestación en efectivo o a no más de quince días de plazo.

Si bien, hasta ahora, se trata de meros indicios de posibles cambios en las formas de relacionarse entre la industria vitivinícola y la gran distribución, mediatizados en la actual coyuntura por una multiplicidad de otros factores (profunda y persistente retracción del mercado interno, prolongadas y de difícil resolución dificultades en el mercado financiero, mutaciones significativas en la estructura de precios relativos, notable caída del salario real, entre otros) que subordinan, en buena medida, la probable consolidación de algunos de esos sesgos, no es descartable suponer que si las exportaciones vitivinícolas se inscriben en un más acelerado crecimiento que el que vienen registrado desde mediados de los años noventa, se asista a un reordenamiento de la morfología del mercado de distribución minorista de los distintos tipos de vinos, con una posible pérdida parcial del nivel de posición dominante que detentaron, crecientemente, desde la década de los años noventa, las cadenas de súper e hipermercados.

Al margen de estas consideraciones e hipótesis sobre las posibles mutaciones en el eslabón final de la trama vitivinícola, cabe incorporar una breve digresión sobre los distintos patrones evolutivos que revelan los precios pagados por una de esas cadenas de súper e hipermercados a sus proveedores de los distintos tipos de vinos. Al respecto, en el Cuadro N° 19 se ven reflejadas las variaciones mensuales de tales precios, según se trate de, por un lado, vinos blancos o tintos y, por otro, de mesa, de los llamados “finitos” o selección y de los finos.

CUADRO N° 19
EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS A UNA DE LAS PRINCIPALES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN
MINORISTA, SEGÚN TIPOS DE VINO Y PRINCIPALES BODEGAS PROVEEDORAS,
9 PRIMEROS MESES 2002
 (porcentaje de variación mensual)

	VINOS BLANCOS				VINOS TINTOS			
	Mesa	Finitos	Finos	Prom. simple	Mesa	Finitos	Finos	Prom. simple
Enero	4,0	0,6	0,0	1,5	3,2	-0,8	0,0	0,8
Febrero	9,5	0,0	0,0	3,2	8,7	0,0	0,0	2,9
Marzo	4,8	0,0	1,2	2,0	3,9	0,0	4,3	2,8
Abril	5,7	19,0	5,4	10,0	5,7	18,1	7,2	10,3
Mayo	0,0	3,3	2,1	1,8	0,0	3,3	1,3	1,5
Junio	3,3	-5,0	0,0	-0,6	3,3	-3,9	0,0	-0,2
Julio	4,3	0,0	1,3	1,9	3,8	0,0	1,9	1,9
Agosto	0,0	3,3	0,0	1,1	0,0	3,3	1,0	1,4
Setiembre	0,0	0,0	2,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Prom. 9 meses	35,1	20,5	12,4	22,6	31,0	17,8	16,1	21,6

FUENTE: Elaboración propia en base a información de una de las principales cuatro cadenas de Gran Distribución.

Antes de analizar la información proporcionada por el Cuadro N° 19, corresponde incluir una serie de consideraciones metodológicas. En primer lugar, que se trata de precios promedio simple (no ponderados por el respectivo volumen adquirido). En segundo lugar, que los valores considerados para el cálculo de las respectivas variaciones intermensuales son el resultado de promediar los precios pagados a las tres principales bodegas proveedoras de cada uno de los distintos tipos de vino. En otras palabras, deben considerarse como indicadores *proxy* que, vale aclarar, no difieren mayormente en su evolución de los correspondientes a las restantes bodegas proveedoras en cada uno de los segmentos.

La primer inferencia que cabe extraer de la información presentada remite a los disímiles patrones evolutivos de los vinos de mesa (blancos o tintos) respecto a los restantes, en particular los finos. Así, entre enero y setiembre de 2002, los vinos de mesa blancos acumularon un incremento del 35,1%, al tiempo que los tintos aumentaron el 31,0%. Por su parte, en el caso de los vinos “finitos” o selección, tales alzas resultan ser de 20,5% y 17,8%, respectivamente; al tiempo que los finos son los que registran un menor incremento en sus precios (12,4% en el caso de los blancos y 16,1% en el de los tintos).

Otro importante fenómeno surge de la comparación de los incrementos de precios según se trate de vinos blancos –en general, mucho más baratos que los tintos, a similar calidad media– o tintos. En general, con la única excepción de los vinos finos, son los blancos los que registraron un mayor crecimiento al cabo de los nueve primeros meses de 2002. Como resultado de ello, a nivel agregado, los precios medios de los blancos aumentaron un punto porcentual más que sus similares tintos (22,6% y 21,6%, respectivamente).

Por otro lado, también cabe resaltar un rasgo que, incluso, trasciende a las bodegas consideradas en la muestra, en tanto involucra a muchas otras con, incluso, mayor intensidad relativa que la que se ve reflejada en aquéllas. Se trata de los fuertes aumentos registrados, en general, en los meses de marzo o abril –en varias bodegas, superiores al 30%, previendo (e intentando adelantarse a) un brote inflacionario superior al finalmente registrado–, que derivaron, para esas mismas bodegas, en el posterior abaratamiento de sus vinos, en proporciones del orden del 20%, al mes siguiente o a los dos meses del fuerte aumento inicial. Ello queda también de

manifiesto en la muestra de proveedores de vino sobre la que se conformó la información proporcionada por el Cuadro N° 19. Así, por ejemplo, en el mes de abril, tanto para el conjunto de vinos blancos como de tintos, la variación de precios respecto al mes anterior se ubica en torno al 10%, mientras que en el mes de junio, en ambos casos, se verifica una caída en los precios medios (-0,8% y -0,2%, respectivamente). En los cuatro casos, los dos meses de mayor alza y baja de precios y tanto para los tintos como para los blancos, las variaciones más intensas se verifican en el ámbito de los vinos “finitos” o selección, precisamente aquellos que han venido incrementando su participación en el consumo doméstico.

Aun cuando se trata de una muestra de bodegas, proveedoras de una de las cadenas de súper e hipermercados, las tendencias evidenciadas tienden a reflejar –a juicio de los entrevistados– los perfiles estratégicos resultantes de la relación bodegas/gran distribución a nivel agregado, en el marco de la persistente contracción del consumo doméstico de vinos. El abaratamiento real, aunque heterogéneo, de los mismos no ha logrado impedir esa sostenida disminución de la demanda local de la producción vinícola.

CUADRO ANEXO N° 4
EXPORTACIONES ARGENTINAS DE VINOS Y MOSTOS, 2001- ENERO/SEPTIEMBRE 2002
(hectolitros y porcentajes)

DETALLE	TOTAL DE VINOS			MOSTO CONCENTRADO			MOSTO SULFITADO		
	2001	2002	Variación %	2001	2002	Variación %	2001	2002	Variación %
Total 9 meses	657.341,05	673.135,15	2,40	358.934,83	516.781,41	43,98	6.260,81	34.240,00	446,89
Promedio mensual	73.037,89	74.792,79	2,40	39.881,65	57.420,16	43,98	695,65	3804,44	446,89
Enero	53.510,08	44.166,46	-17,46	33.733,98	31.431,37	-6,83	-	-	-
Febrero	59.041,28	34.866,71	-40,95	38.810,39	41.098,01	5,89	920,00	1.860,00	102,17
Marzo	71.208,06	48.770,14	-31,51	36.003,94	47.575,13	32,14	-	-	-
Abril	67.857,71	67.553,84	-0,45	45.152,10	58.516,56	29,60	-	1.380,00	-
Mayo	85.110,22	86.649,55	1,81	52.095,84	73.659,37	41,39	-	-	-
Junio	97.795,17	66.979,24	-31,51	33.089,19	61.964,73	87,27	-	920,00;	-
Julio	82.726,76	48.119,10	-41,83	41.853,09	63.261,00	51,15	2.500,81	10.000,00	299,67
Agosto	80.976,41	115.470,30	42,60	38.969,98	76.122,30	95,34	1.920,00	10.800,00	462,50
Setiembre	59.115,36	160.559,81	171,60	39.226,32	63.152,94	61,00	920,00	10.200,00	1.008,70
Octubre	85.436,38			51.005,80			920,00		
Noviembre	80.560,70			55.290,66			-		
Diciembre	58.280,28			49.032,98			-		
Total Anual	881.618,41			514.264,27			7.180,81		

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

CUADRO ANEXO N° 5
EXPORTACIONES ARGENTINAS DE VINOS Y MOSTOS, 2001- ENERO/SETIEMBRE 2002
(miles de dólares y porcentajes)

DETALLE	TOTAL DE VINOS			MOSTO CONCENTRADO			MOSTO SULFITADO		
	2001	2002	Variación %	2001	2002	Variación %	2001	2002	Variación %
Total 9 meses	111.926,1	90.692,7	-19,0	36.301,7	37.399,0	3,0	111,0	728,3	556,3
Promedio mensual	12.436,2	10.077,0	-19,0	4.033,5	4.155,4	3,0	12,3	80,9	556,3
Enero	10.604,5	7.966,6	-24,9	3.515,1	2.483,3	-29,4	-	-	-
Febrero	10.760,8	7.096,1	-34,1	4.459,2	3.213,3	-27,9	20,2	27,0	33,3
Marzo	12.664,5	10.920,8	-13,8	3.571,2	3.918,1	9,7	-	-	-
Abril	11.939,1	12.009,0	0,6	4.396,9	4.648,9	5,7	-	20,4	-
Mayo	14.306,4	14.028,3	-1,9	6.817,2	4.987,7	-26,8	-	-	-
Junio	13.775,9	10.149,1	-26,3	2.904,1	4.192,2	44,4	-	9,2	-
Julio	12.930,6	7.045,9	-45,5	3.915,1	4.441,7	13,4	50,0	220,0	440,0
Agosto	13.945,2	9.393,9	-32,6	3.417,5	5.292,1	54,9	27,8	237,6	850,0
Setiembre	10.999,1	12.083,0	9,8	3.305,5	4.221,8	27,7	12,9	214,2	1563,0
Octubre	13.872,0			4.628,8			12,9		
Noviembre	13.420,4			5.161,0			-		
Diciembre	9.677,9			4.910,0			-		
Total Anual	148.896,5			51.001,5			123,9		

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura

CUADRO ANEXO N° 6
EXPORTACIONES ARGENTINAS SEGÚN DISTINTOS TIPOS DE VINOS, 2001- ENERO/SETIEMBRE 2002
(hectolitros)

DETALLE	2001					2002				
	Mesa*	Finos	Espumosos	Otros	TOTAL	Mesa*	Finos	Espumosos	Otros	TOTAL
Total 9 meses	264.720,11	381.655,36	7.202,10	3.763,48	657.341,05	268.510,22	392.577,96	10.528,85	1517,36	673.134,95
Prom. Mensual	29.413,35	42.406,15	800,23	418,16	73.037,89	29.834,47	43.619,77	1.169,87	168,60	74.792,77
Enero	11.953,14	40.510,09	833,25	213,60	53.510,08	13.288,75	30.516,12	356,19	5,40	44.166,46
Febrero	20.922,53	35.130,09	428,79	2559,87	59.041,28	6.710,50	26.910,72	1.244,59	0,90	34.866,71
Marzo	27.592,92	42.401,66	1.211,68	1,80	71.208,06	12.106,44	33.668,71	2.994,99	-	48.770,14
Abril	25.971,33	40.985,64	893,54	7,20	67.857,71	20.607,21	45.587,97	993,05	365,61	67.553,84
Mayo	36.470,49	47.342,01	1.232,92	64,80	85.110,22	23.345,98	61.539,46	1.764,11	-	86.649,55
Junio	50.605,41	47.012,96	172,34	4,46	97.795,17	22.895,85	43.258,71	815,01	9,67	66.979,24
Julio	44.073,46	37.425,97	437,83	789,50	82.726,76	11.852,30	35.869,60	397,20	-	48.119,10
Agosto	29.083,17	51.075,38	697,86	120,00	80.976,41	75.560,30	38.088,60	903,40	918,00	115.470,3
Setiembre	18.047,66	39.771,56	1.293,89	2,25	59.115,36	82.142,89	77.138,07	1.060,31	217,78	160.559,61
Octubre	38.303,45	46.303,42	829,51	-	85.436,38					
Noviembre	31.990,50	46.205,16	2.360,54	4,50	80.560,70					
Diciembre	27.010,90	30.744,26	525,12	-	58.280,28					
Total Anual	362.024,96	504.908,20	10.917,27	3.767,98	881.618,41					

* Incluye vino regional

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

CUADRO ANEXO N° 7
EXPORTACIONES ARGENTINAS SEGÚN TIPO DE VINOS, 2001- ENERO/SETIEMBRE 2002
(miles de dólares)

DETALLE	2001					2002				
	Mesa*	Finos	Espumosos	Otros	TOTAL	Mesa*	Finos	Espumosos	Otros	TOTAL
Total 9 meses	16.694,95	90.534,10	4.417,64	279,50	111.926,18	8.059,94	76.441,23	6.062,92	108,44	90.692,72
Promedio mensual	1.854,99	10.059,34	490,85	31,06	12.436,24	895,55	8.493,47	673,66	12,05	10.076,97
Enero	765,4	9.357,33	464,17	17,62	10.604,52	665,51	6.934,53	365,29	1,30	7.966,63
Febrero	2.290,56	8.122,15	218,55	129,59	10.760,85	489,83	5.936,62	669,51	0,15	7.096,11
Marzo	1.557,79	10.478,63	626,89	1,15	12.664,46	530,2	8.396,89	1.993,71	-	10.920,80
Abril	1.369,84	9.822,23	743,09	3,9	11.939,06	777,05	10.476,62	737,47	17,82	12.008,96
Mayo	2.099,71	11.312,14	859,46	35,1	14.306,41	1.393,55	11.447,91	1.186,85	-	14.028,30
Junio	3.276,28	10.353,38	145,01	1,28	13.775,94	1.140,47	8.723,28	284,56	0,79	10.149,10
Julio	2.719,49	9.877,66	255,57	77,9	12.930,62	473,85	6.482,60	69,25	-	7.045,90
Agosto	1.559,20	11.948,97	425,48	11,52	13.945,17	1.280,03	7.611,10	430,43	72,34	9.393,90
Setiembre	1.056,68	9.261,61	679,42	1,44	10.999,15	1.309,45	10.431,68	325,85	16,04	12.083,02
Octubre	2.058,40	11.335,51	478,1	-	13.872,01					
Noviembre	1.595,53	10.498,39	1.319,01	7,48	13.420,41					
Diciembre	1.638,80	7.740,37	298,76	-	9.677,93					
TOTAL	21.987,69	120.108,37	6.513,50	286,98	148.896,53					

* Incluye vino regional

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

VI. Lineamientos de políticas públicas y propuestas para el fortalecimiento institucional de la trama vitivinícola

La evaluación de los principales rasgos estructurales que caracterizan al conjunto de las actividades que conforman la trama vitivinícola indica que durante el decenio de los años noventa y principios del Siglo XXI, se contrajo el nivel de producción, al tiempo que el valor de la producción se mantuvo estable o, incluso, se expandió. Al mismo tiempo, dicho comportamiento indica, inequívocamente, la existencia de una reconversión económica, entendida como una modificación en el proceso tecno-productivo, una creciente valoración de la calidad por sobre los volúmenes – tanto en la producción primaria como en la elaboración de vinos–, así como en la importancia relativa de los distintos segmentos del mercado y de los diferentes agentes económicos que operan en los mismos.

En el marco de esa situación, e impulsados por la misma, diversas instituciones, así como determinados sectores sociales y productivos insertos en las diferentes instancias de la trama vitivinícola de las principales provincias productoras, se congregaron para consensuar en la elaboración de líneas estratégicas que permitan minimizar los costos sociales y económicos de esta transición y garantizar un sólido y consistente desarrollo del complejo. Es en ese marco donde se inserta la elaboración del llamado *Plan Estratégico de la Vitivinicultura Argentina (PEVI)* que, en su actual estado de desarrollo, ha avanzado sustancialmente en la formulación de los lineamientos de largo plazo (hasta el año 2020) para la trama bajo análisis⁵⁸.

Sin embargo, de por sí, este tipo de planes o propuestas de largo plazo corren el riesgo de fracasar si no se ven convalidados en el corto y mediano plazo, especialmente cuando se transitan etapas críticas en la economía nacional, y en el interior del propio complejo productivo (muy particularmente en algunos de los segmentos que lo conforman)⁵⁹. En efecto, el convulsionado contexto macroeconómico al que se ha venido asistiendo en el último año y, en especial, el que se deriva de las medidas sancionadas en enero y los meses posteriores con las consiguientes –y sustantivas– alteraciones de las principales variables macroeconómicas (desde la propia paridad cambiaria, hasta la moneda que se utilizará como unidad de cuenta, la “pesificación” asimétrica pasando por una profunda crisis del sector financiero, las presiones para establecer un “seguro de cambio” para quienes se encuentran endeudados en el exterior, la indefinición de un eventual acuerdo con el FMI, la conclusión del “megacanje” de títulos de la deuda externa, etc.) condiciona y enturbia la sustentabilidad de todo tipo de propuesta de largo plazo exigiendo, además, su compatibilización con medidas más inmediatas tendientes a impulsar el desarrollo, la viabilidad y la sustentabilidad económica de la trama vitivinícola⁶⁰.

En este sentido, cabe destacar que esta convulsionada situación no sólo introduce un alto grado de incertidumbre en las variables de contexto que son fundamentales para el diseño de un plan estratégico de largo plazo, sino que jerarquiza los problemas coyunturales y tiende a oscurecer

⁵⁸ En el Foro de análisis estratégico del PEVI participan: Bodegas de Argentina (resultado de la reciente fusión del Centro de Bodegueros de Mendoza y la Asociación Vitivinícola Argentina), la Unión Vitivinícola Argentina, el Centro de Bodegueros y Viñateros del Este de Mendoza, la Cámara de Bodegueros de San Juan, la Asociación de Viñateros de Mendoza, la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas, la AACREA (Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola), la Cámara del Mosto Concentrado, la Comisión Nacional de Exportadores de Vino, Vinexport-San Juan, el INTA, las Facultades de Ciencias Agrarias y Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, la Universidad Católica de Cuyo (San Juan), la Fundación IDR, ProMendoza, y el Instituto Nacional de Vitivinicultura.

⁵⁹ Como surge del propio PEVI, en los últimos años la vitivinicultura ha desplazado a 8.000 productores primarios que, de mantenerse las condiciones vigentes, se incrementarían en otros 13.000 pequeños viñateros.

⁶⁰ Entre las debilidades del complejo que rescata el PEVI se señala, asimismo, que muchos pequeños productores no integrados –que, en su mayoría, han reconvertido sus viñedos hacia la producción de uvas de mayor calidad enológica– no han logrado recuperar su inversión.

las distorsiones estructurales que se derivaron –o agudizaron– a partir de las políticas implementadas y de las reformas estructurales de los años noventa. A ello se le suma la necesidad de tener en cuenta que hay una serie de medidas que superan el ámbito de decisión de los gobiernos provinciales, siendo prerrogativas del gobierno nacional.

De todas maneras, no pueden dejar de resaltarse los consensos alcanzados hasta el presente y, mucho menos, el laborioso intento por delinear senderos estratégicos hacia los que –o, en cuyo marco– deberían encaminarse las decisiones político-institucionales de corto y mediano plazo, tanto en el ámbito de los agentes privados como de las instituciones de las provincias involucradas, y de las propias autoridades nacionales. En tal sentido, se trata de una loable iniciativa que –potencialmente– permitirá contar con una estrategia de largo plazo (demorada iniciativa local, respecto a las desarrolladas exitosamente por otros países como Chile, Australia o Sudáfrica), sustentada en consensos que involucran no sólo a los distintos actores económicos privados que actúan en los diversos eslabones de la trama sino, también, a organismos públicos que –directa o indirectamente– podrían contribuir a un desarrollo armónico, sostenido y consistente de la trama vitivinícola, en su sentido más amplio.

Sin duda, ello estará condicionado por la necesaria compatibilización entre los objetivos de largo plazo y la adopción de criterios y políticas que respondan y se adecuen a las problemáticas de corto y mediano plazo; de lo contrario, se correría el serio riesgo de contar con un plan estratégico que, por un lado, no dejaría de ser una expresión de deseos consensuados para el largo plazo y, por otro, no de respuestas o, por lo menos, líneas de acción para un armónico desarrollo de los distintos eslabones de la trama en el plano coyuntural y/o en el mediano plazo.

En ese sentido, rescatando los avances logrados en el desarrollo del Plan Estratégico para la trama en su conjunto, se procurará aportar una serie de elementos tendientes a delinear, desde la actual situación crítica por la que atraviesan distintos segmentos y/o actores del complejo, posibles políticas y acciones conducentes a la satisfacción plena de objetivos estratégicos acordes con las potencialidades de la vitivinicultura argentina.

En este marco, los lineamientos de políticas públicas y de fortalecimiento institucional que se plantean a continuación tienen como objetivos prioritarios la minimización del costo social y económico de la reestructuración sectorial y la maximización de sus beneficios en términos de la expansión productiva y exportadora de la trama, así como la de sus eslabonamientos locales –desde el desarrollo de viveros especializados, hasta la provisión de insumos y equipamiento pasando por, a título ilustrativo, la necesaria calificación de la mano de obra, tanto en la producción primaria como en la elaboración de los bienes finales– tratando de preservar la complejidad productiva y social presente en el complejo vitivinícola.

- En el marco del elevado tipo de cambio actual, prácticamente todas las empresas vitivinícolas están realizando esfuerzos para colocar una parte de su producción en el exterior. Sin embargo, también constituye un rasgo generalizado la carencia de una logística que posibilite que esos esfuerzos tengan resultados positivos. A esto hay que agregarle la desconfianza que suscita actualmente la Argentina en el mercado internacional debido al incumplimiento de una parte de sus obligaciones externas y a su reputación de ser una plaza que tradicionalmente cuenta con un alto grado de informalidad en el cumplimiento de sus contratos (en realidad, generalmente verbales o asentados en una cierta tradición en las relaciones de compra-venta). En este sentido, cabe recordar que la provincia de Mendoza, con posterioridad al generalizado proceso de desregulación económica implementado en la década pasada, avanzó en esta dirección de una manera significativa, con el consenso de todos los sectores involucrados en esta trama. Un ejemplo de ello lo constituye la creación del “Fondo Vitivinícola Mendoza”, que reconoce como uno de sus objetivos prioritarios el de lograr una creciente expansión de las exportaciones vitivinícolas. Por lo tanto, sería una medida trascendente que en la principal jurisdicción productora vitivinícola, las autoridades provinciales fortalecieran el “Fondo

Vitivinícola Mendoza” en tanto constituye una herramienta reguladora fundamental y consensuada para consolidar un rumbo expansivo en las ventas externas de la trama vitivinícola. Asimismo, en el caso de la provincia de San Juan, que junto a Mendoza firmó el Tratado de creación del Fondo Vitivinícola en noviembre de 1994, debería reglamentarse su implementación efectiva. Idénticas consideraciones podrían hacerse extensivas a las restantes provincias productoras de vinos de forma tal que, atendiendo a sus respectivas peculiaridades, se cuente con recursos de asignación específica al desarrollo de la trama y, en especial, al de sus segmentos con mayores potencialidades de inserción en los mercados internacionales.

- Más allá de estas últimas consideraciones, referidas a la difusión espacial de una instancia institucional que ha desempeñado un papel protagónico en las transformaciones a las que asiste la vitivinicultura mendocina desde la segunda mitad del decenio de los años noventa, cabe resaltar la necesidad de superar algunos obstáculos que, crecientemente, afectan la consolidación del papel que ha venido asumiendo el “Fondo Vitivinícola Mendoza”⁶¹. En efecto, ello está en buena medida sujeto a la eliminación de los factores que han contribuido a reducir significativamente su disponibilidad de recursos. Ello resulta factible sin llegar a comprometer o involucrar modificaciones legales sustantivas. En efecto, cabe señalar que la Ley N° 6.216 establece claramente que se exime del pago de la contribución al Fondo a los establecimientos que elaboren mosto con el 20%, como mínimo⁶², de la uva ingresada a los mismos y que este objetivo fundamental fue modificado por su Decreto Reglamentario (N° 905/95) al agregar que: *“Los establecimientos vitivinícolas podrán cumplimentar el porcentaje que los exime del aporte, computando el mosto elaborado por otro establecimiento radicado en la Provincia, siempre que este no lo haya imputado para sí o para un tercer establecimiento”*. Posteriormente, una disposición del propio “Fondo Vitivinícola de Mendoza” adicionó otro mecanismo para eximir a los establecimientos del pago establecido por el artículo tercero de la Ley N° 6.216 al disponer, para la campaña 2000, la eximición del aporte a los establecimientos que destinen el porcentaje establecido anualmente a la elaboración de vinos que sean comercializados en el mercado externo. Si bien, originalmente se estableció que un litro de vino era equivalente a un litro de mosto, con posterioridad, dicha relación fue modificada quedando establecida en 2,5 litros de vino como equivalente a un litro de mosto. En otras palabras, el requisito establecido por la Ley original puede cumplirse exportando vino por el equivalente al porcentaje fijado anualmente. Ambas distorsiones respecto al “espíritu” de la Ley original deberían ser derogadas de forma tal de, a la vez, eliminar las prácticas elutórias a las que dieron lugar y, de esa manera, el mencionado Fondo pueda percibir los recursos previstos con el consenso de todos los sectores, y llevar a cabo las acciones imprescindibles para impulsar las exportaciones de la trama.
- Por otra parte, desde el punto de vista del destino de los recursos del mencionado Fondo, todo parece indicar que es necesario jerarquizar los objetivos en materia exportadora. Al respecto, cabe mencionar que los vinos finos constituyen el segmento más relevante hasta este momento por su dinamismo y sus potencialidades. Se trata de un segmento que se ha ido consolidando en la elaboración de todos sus productos (varietales, *premium* y *ultrapremium*), en consonancia con una creciente inserción externa y con la notable concentración del ingreso que se manifiesta desde, en especial, mediados de la última década en el país. Durante su desarrollo ha dado lugar a la irrupción de actividades complementarias como el turismo vitivinícola (más adelante se retomará el tema) y, especialmente, a la adopción de criterios productivos sustentados en la calidad, desplazando a los anteriormente vigentes basados en la cantidad. Ello ha encontrado sus primeras expresiones institucionales en la conformación de diversas

⁶¹ Merece señalarse, a título ilustrativo, que el desarrollo del Plan Estratégico de la Vitivinicultura Argentina 2002-2020 es financiado por dicho Fondo.

⁶² Tal porcentaje es fijado anualmente y las actuales previsiones señalan que este año será fijado en el 30%.

Denominaciones de Origen Controladas. La solidez y difusión de las mismas, con los consiguientes sistemas de certificación acordes con los requerimientos de los mercados internacionales asume, en tal sentido, un papel decisivo para la inserción de los vinos argentinos en nuevos mercados así como, obviamente, para su consolidación frente a los tradicionales países importadores de los mismos. Sin duda, este segmento del mercado debe ser alentado ya que constituye el núcleo central del nuevo enfoque propuesto para el desarrollo de la vitivinicultura y de los cambios tecno-productivos que lo sustentan. Sin embargo, el esfuerzo institucional debe centrarse en consolidar la presencia exportadora de otros sectores productores más débiles vinculados, especialmente, a la producción de los vinos selección o “finitos”. En efecto, la expansión de tales exportaciones dio lugar a la irrupción y consolidación de un conjunto de pequeñas y medianas empresas –sin descartar la gravitante presencia, también en este segmento, de algunas grandes bodegas–. Este tipo de pequeñas y medianas empresas que tiene una demanda acotada pero de muy altos ingresos, parece haberse ampliado durante el último quinquenio. Asimismo, un conjunto de bodegas trasladistas de pequeña o mediana dimensión que operaban como proveedores cautivos de las grandes bodegas que controlan la producción de vino de mesa, reconvirtieron sus instalaciones y comenzaron a elaborar pequeñas cantidades de variedades de calidad que son demandados por los mercados interno y externo (incluso algunas de ellas participan como asociadas en las Denominaciones de Origen Controladas). Es indudable que estos tipos de productores pequeños y medianos constituyen una característica auspiciosa en este mercado, pero su cantidad y significación económica real requieren de políticas activas en el orden nacional y provincial, de forma de favorecer su expansión y consolidación. Asimismo, en el campo de los vinos de mesa, también un muy importante rubro de exportación, en especial a los países limítrofes, debería alentarse e inducirse la incorporación de nuevos productos diferenciados, con una buena relación precio/calidad sustentada en combinaciones varietales, presentación, variedades, tenor alcohólico, etc.. Esto último es, también, un imperativo para amortiguar la sostenida caída del consumo doméstico y su persistente sustitución por otras bebidas. Sin duda, como se señaló, ello demandará el fortalecimiento del Fondo en materia de recursos y la eliminación de contextos normativos que posibiliten el ejercicio de prácticas elutorias del pago del aporte empresario al mismo.

- En este contexto, es insoslayable tener en cuenta que la promoción de las exportaciones es sólo uno de los aspectos clave de la regulación del mercado que se pretendió instaurar mediante la creación del “Fondo Vitivinícola de Mendoza”. En efecto, tan importante como ese objetivo de este cuerpo normativo es el propósito de atenuar las fluctuaciones de los precios de las materias primas en un mercado donde estructuralmente las bodegas productoras de vino y mosto tienen una posición dominante respecto a los productores de uvas, debido no sólo a la atomización de estos últimos sino también a la relevante integración vertical de los primeros. En otras palabras, teniendo en cuenta que entre los productores y las bodegas media una estructura oligopsónica, las mencionadas prácticas elutorias impiden que funcionen mecanismos que aminoren los efectos depresivos de esta imperfección del mercado que afecta severamente la sustentabilidad de los productores primarios. Por lo tanto, el restablecimiento de la “letra” y el “espíritu” de la Ley N° 6.216 es una medida imprescindible para el corto plazo, no sólo para restablecer los recursos necesarios para fortalecer la promoción exportadora, sino también para minimizar los costos sociales y económicos del proceso de reestructuración de la producción vitivinícola.
- Dada la importancia que asume la presencia de relaciones económicas más cercanas a una situación de cierta competencia en el mercado entre las bodegas y los productores primarios, cabe recordar que existen instrumentos regulatorios de carácter nacional cuya aplicación efectiva puede reforzar en esta materia la acción de las normativas provinciales vigentes. Se trata de la nueva legislación para la defensa de la competencia (Ley N° 25.156), sancionada por

el Parlamento Nacional a fines de 1999, donde se instituye el concepto de “posición dominante”. Las profundas asimetrías de poder de mercado existentes entre, en especial, las grandes bodegas fijadoras de precios y de condiciones de pago, frente a una oferta primaria muy atomizada emerge como un rasgo esencial dentro de la trama. En ese marco, la recurrencia a la figura de abuso de posición dominante se encuadra plenamente en la dinámica que han venido adoptando los mencionados mercados vitivinícolas⁶³, tanto en el caso de los vinos de mesa, como de los finos, y del propio mosto. Al respecto, la propia atomización de pequeños viñateros –fenómeno que se extiende al ámbito geográfico de producción– conspira contra la posibilidad de realizar presentaciones ante los organismos competentes. Más aún cuando ello se ve agravado frente al riesgo de posibles represalias económicas por parte de quienes, desde una posición oligopsónica, han venido desplegando tal tipo de prácticas anticompetitivas.

- Bajo esa misma perspectiva, deberían crearse (o re-crearse) los instrumentos necesarios para alentar e inducir la integración horizontal (bajo formas cooperativas, asociativas u otras) de los pequeños productores viñateros de forma de –más allá de sus posibles impactos positivos en términos de economías de escala– minimizar las asimetrías existentes en cuanto al poder de negociación frente a las grandes bodegas fijadoras de precios. En este plano, probablemente, el papel que podrían desempeñar las autoridades municipales asume una importancia vital. Su más estrecha relación con los pequeños viñateros en sus respectivas áreas de influencia le otorgan una ventaja fundamental como para alentar y promover la integración horizontal de los mismos; la posterior articulación con los desarrollos alcanzados en otros departamentos de las distintas provincias vitivinícolas podría tender a garantizar –o, por lo menos, a redimensionar– un mejor posicionamiento en el mercado de una proporción importante de pequeños viñateros, el segmento más afectado por la morfología de los mercados que se ha ido consolidando con la propia dinámica de desarrollo de la trama.
- En el mismo orden de ideas, cabe referirse al carácter que deberían asumir los contratos que vinculan a la producción primaria con la fase industrial del complejo. En términos generales, y de acuerdo a la literatura disponible, se puede afirmar que la difusión de la agricultura bajo contrato trae aparejada ventajas y desventajas para cada uno de los agentes económicos que intervienen en los mismos. Si bien unas y otras pueden ser objetos de diferentes evaluaciones, lo cierto es que, como modalidad coordinadora, el contractualismo agrícola ha avanzado notablemente en las últimas décadas, siendo cada vez más los productores primarios que se articulan a la industria transformadora por esta vía. Como tal, esto no puede reducirse solamente al poder coercitivo de la fase industrial, sino que debe contemplarse que pueden ser los mismos productores primarios quienes impulsen esta modalidad, en tanto les asegura la colocación de sus producciones y les disminuye el riesgo de mercado (en particular, en el caso de la viticultura, los climáticos), ante el cual esta fase primaria está relativamente más indefensa. Simultáneamente, la articulación vía contratos permite a las unidades primarias acceder a insumos, equipos y capital de giro suficiente tanto para emprender un ciclo productivo como para alcanzar la capacidad de manejo –e, incluso, de adaptación– de

⁶³ Los artículos 3 y 4 de dicha norma definen el concepto y alcance de la “posición dominante”. Textualmente, dicen:

“ARTICULO 4° — A los efectos de esta Ley se entiende que una o más personas goza de posición dominante cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o en una o varias partes del mundo o, cuando sin ser única, no está expuesta a una competencia sustancial o, cuando por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor participante en el mercado, en perjuicio de éstos.

ARTICULO 5° — A fin de establecer la existencia de posición dominante en un mercado, deberán considerarse las siguientes circunstancias:

- a) El grado en que el bien o servicio de que se trate, es sustituible por otros, ya sea de origen nacional como extranjero; las condiciones de tal sustitución y el tiempo requerido para la misma;
- b) El grado en que las restricciones normativas limiten el acceso de productos u oferentes o demandantes al mercado de que se trate;
- c) El grado en que el presunto responsable pueda influir unilateralmente en la formación de precios o restringir al abastecimiento o demanda en el mercado y el grado en que sus competidores puedan contrarrestar dicho poder.

determinadas innovaciones, acorde a las condiciones pactadas en términos de calidad, consistencia sostenida, plazos de entrega, etc.. Este atractivo también está dado porque los agricultores pueden, a favor de los contratos, diversificar su estructura productiva sin incrementar sus costos de transacción; en otras palabras, al asegurarse la colocación de parte de la producción, tienden a minimizarse los costos que trae apareja la operación en los mercados abiertos. Esta diversificación de actividades por parte de los productores agrícolas permite entender la funcionalidad de ese tipo de acuerdos contractuales. El contrato sería en manos de los agricultores un instrumento para viabilizar sus estrategias adaptativas⁶⁴. Ciertamente, esta modalidad coordinadora es acicateada desde la fase industrial en beneficio de sus intereses (tecnológico-productivos, económicos y financieros), pero también es cierto que los mismos agricultores pueden re-direccionar esas iniciativas fabriles con el fin de adecuarse a los distintos escenarios productivos y económicos sobre los que deben desenvolverse. De esta perspectiva, resulta evidente que a partir de los contratos surge una cuasi-renta relacional, que al ser generada por ambas partes tendría que ser distribuida equitativamente. De allí que deban extremarse las medidas tendientes a alentar la difusión de la contractualización de las relaciones entre los productores primarios y las bodegas. En efecto, en el caso específico de la trama vitivinícola, uno de los principales escollos para asegurar la equidad entre las partes consiste en que la falta de institucionalización de las relaciones de compra-venta convalida plenamente las disparidades estructurales que, como fue mencionado, establecen una relación por demás asimétrica entre los productores primarios y los industriales, claramente favorables a estos últimos, muy particularmente de aquéllos que por su poder de mercado despliegan prácticas oligopsónicas en detrimento de los intereses de los productores primarios, en especial de los pequeños viñateros. Sin duda, estas disparidades se agudizan significativamente en coyunturas como las actuales, en las que los acuerdos establecidos se alteran desplazando el costo de la crisis hacia la producción primaria. En este contexto, surge como una necesidad insoslayable avanzar en la obligatoriedad de establecer contratos escritos y en la implementación de un registro oficial de los mismos.

- También en términos de la reconversión productiva (siempre en el interior de la trama) es destacable el papel cumplido por el “Fondo para la Transformación y el Crecimiento” a través del otorgamiento de créditos para implementar proyectos productivos en las diferentes actividades económicas provinciales, entre las cuales las correspondientes a la trama vitivinícola ocupan un lugar destacado. La información disponible sobre el mismo indica que a lo largo de los últimos años logró avances sustantivos respecto a su sustentabilidad económica sobre la base de un significativo recupero de los fondos prestados. Sin embargo, a juzgar únicamente por la información agregada de este ente, esa misma característica parecería haber traído aparejado el otorgamiento de financiamiento a las firmas y productores más solventes, y por consiguiente con mayor capacidad para cumplir con sus obligaciones. Si bien la comprobación efectiva de estos criterios requeriría un estudio específico y pormenorizado sobre el funcionamiento del Fondo, la escasa importancia que asumen las líneas de crédito orientadas explícitamente hacia los pequeños y medianos productores indicaría la necesidad de, por lo menos, combinar los tradicionales criterios de evaluación (generalmente utilizados por la banca comercial, donde el patrimonio del demandante y las garantías ofrecidas son consideradas en un plano superior al de la propia naturaleza y las potencialidades del proyecto de inversión propuesto), con otros en donde se vea priorizada la calidad y la naturaleza del emprendimiento (aun tratándose de solicitudes de capital de trabajo) hacia el que se destinarían esos fondos. Se trataría, en ese sentido, de incrementar la importancia de las líneas específicas

⁶⁴ Al respecto, cabe incorporar una breve digresión. El alentado proceso de reconversión de la producción primaria hacia la obtención de uvas de mayor calidad enológica podría verse acompañado de incentivos comparables a aquellos –por ejemplo, en el plano financiero– que le permitan a los pequeños viñateros reconvertir su producción pero hacia otros posibles cultivos alternativos donde las escalas de producción no resulten determinantes y/o decisivas como para poder ingresar en el mercado.”

orientadas a facilitar la reconversión productiva de los agentes económicos más débiles de esta trama e, incluso, explorar la posibilidad de desarrollar proyectos de riesgo compartido.

- A pesar de que los diferentes tipos de mostos han incrementado su importancia relativa (y revelan una significativa gravitación en las exportaciones), al igual que los vinos finos, entre ellos median diferencias que son muy significativas al momento de definir las grandes líneas propositivas. Mientras que la producción de vinos finos da lugar a la conformación de un segmento de mercado propiamente dicho, con la elaboración de mostos no ocurre lo propio, en tanto opera como una instancia subordinada a los niveles que alcanzan la oferta y demanda de vino común, y la necesidad de mantener un nivel de precios que supere la magnitud de los costos. Desde este punto de vista, se puede afirmar que en realidad la oferta vínica esta compuesta por dos grandes líneas de productos, el vino común de mesa y los vinos finos, y un subproducto, los diversos tipos de mostos, en especial, el concentrado. Este último utiliza la uva común como materia prima y sus niveles de producción están subordinados a la situación de la oferta y la demanda de la elaboración de vino de mesa, en tanto comparten el mismo insumo básico. Por supuesto, este funcionamiento general del mercado reconoce excepciones que muy ocasionalmente alteran este comportamiento consolidado, y el factor desencadenante de esa ruptura está relacionado con la demanda externa, tal como ocurrió en el año 1995, cuando la notable demanda de mosto argentino por parte de las bodegas españolas alteró el comportamiento del mercado. Por lo tanto, el papel que cumple la elaboración de mosto asume una importancia de primer orden y define una línea estratégica para la reconversión de la cadena vitivinícola en su conjunto, con especial incidencia en los pequeños y medianos productores de uva común. Al respecto, todo parece indicar que dicha producción no debería seguir funcionando como una instancia compensadora que permita –o, por lo menos, tienda a– equilibrar los precios y las cantidades producidas, sino encaminarse a constituirse como un segmento del mercado vitivinícola propiamente dicho. Por cierto, dicha transformación implica desafíos mayores porque, considerando estrictamente este tipo de producción, ello compromete una reconversión profunda en su fase de elaboración industrial y, especialmente, de la producción primaria, sustentada en políticas que combinen el objetivo de la cantidad y la calidad del producto final. Así, como en la instancia industrial implica una modificación tecnológica de las firmas, que en algunos casos ya comenzó, en la producción primaria exige una reconversión de las variedades que, asegurando cantidad y calidad del producto, garanticen la sustentabilidad de los pequeños y medianos viñateros. Es indudable que la efectiva conformación de un mercado de mosto repercute sobre el comportamiento del segmento constituido sobre la base del vino común de mesa, mermando el férreo control que ejerce actualmente el oligopolio industrial sobre los pequeños y medianos viñateros “cautivos” que producen uva criolla, en tanto la capacidad de negociación de estos últimos –al disminuir su grado de subordinación– aumentaría su posibilidad de optar entre ambos submercados. Obviamente, dada la complejidad del tema y los intereses en juego, para avanzar en propuestas específicas se requiere la participación y la búsqueda de consenso entre los distintos sectores que participan en la trama vitivinícola, todo lo cual indica que es un tema que debería asumir un papel protagónico en la elaboración final del PEVI.
- Una acción inmediata que debería adoptar el gobierno nacional es la de apoyar decididamente y desarrollar una muy activa participación en las negociaciones que se están llevando a cabo en los EE.UU. tendientes a lograr que dicho país elimine el *duty* de 132 dólares por tonelada que se le aplica a las importaciones de mosto de la Argentina, como parte de las represalias por la no modificación de la ley de patentes medicinales. Ello redundaría en, por un lado, un posible incremento sustantivo de las exportaciones de mosto concentrado a dicho país y, por otro, una presión a la recuperación del precio de la uva.
- Ello remite a un tema de singular relevancia para la consolidación de la presencia de los vinos argentinos en los mercados internacionales: la necesidad de que la Cancillería y las

agregadurías comerciales desarrollen una muy activa política de, por un lado, promoción de los vinos argentinos en el exterior y, por otro, realizar estudios de mercado en sus respectivos ámbitos de forma de detectar oportunidades comerciales de interés para la vitivinicultura local. En cierta forma, ello no haría más que replicar las experiencias desarrolladas por los “países emergentes” en el campo de la vitivinicultura, que han encontrado en sus embajadas en el exterior a uno de los principales actores en materia de *marketing* para sus productos de exportación.

- En una línea similar sería oportuno fortalecer el papel que, en el caso de la principal provincia productora, ha venido desplegando ProMendoza (experiencia que, por otro lado, debería ser replicada por el resto de las provincias vitivinícolas) en el apoyo a la promoción externa de los distintos tipos de vinos. Al respecto, un denominador común en las respuestas de los entrevistados, ha sido el de destacar la importancia que ha asumido ProMendoza en la promoción de los vinos y de la imagen del vino argentino en el exterior. En tal sentido, la presencia de los mismos en las más importantes ferias internacionales donde, a la vez, han obtenido premios muy significativos, ha contado con la activa participación de dicho organismo. En ese sentido, en el intento de fortalecer su actividad ante el encarecimiento (derivado de la hiperdepreciación de la moneda local) de las desarrolladas en el exterior por dicho organismo, podría implementarse un aporte adicional de las bodegas exportadoras que se establezca como un porcentaje –no muy significativo– de las exportaciones incrementales de cada año, de cada una de las bodegas involucradas.
- Un fenómeno que adquirió particular intensidad en la Argentina durante los años noventa fue el persistente avance del autoservicio (muy especialmente, el de los súper e hipermercados), en detrimento de los canales tradicionales del comercio minorista de alimentos y bebidas (los almacenes) e, incluso, de la distribución mayorista. Si bien se trata de una tendencia mundial, uno de los rasgos distintivos locales radica en la celeridad que asume esa creciente gravitación comercial del “supermercadismo”, con su lógico correlato en el desplazamiento de las tradicionales redes mayorista-minorista. El notable avance del “supermercadismo” ha encontrado una nueva vía de aceleración a partir de la expansión de buena parte de las cadenas más importantes hacia las principales ciudades del interior del país (inscripta, a la vez, en un muy intenso proceso de concentración y de transnacionalización de la actividad). Se trata, en tal sentido, de una profunda recomposición de las formas –y los canales– de comercialización que, naturalmente, conlleva una multiplicidad de efectos en términos de la consiguiente relación con las industrias agroalimentarias proveedoras de las distintas bocas de expendio y, en ese marco, de la propia industria vinícola. En ese marco, asentado sobre su poder de compra y, en última instancia, de mercado, las cadenas de súper e hipermercados han venido desarrollando una muy prolífica gama de prácticas comerciales que, en muchos casos, lindan con la deslealtad, sino es que no correspondería caracterizarlas como anticompetitivas. La imposición de precios y condiciones de pago (formas y plazos), de modalidades y frecuencia de aprovisionamiento –agravadas, en los últimos años, a partir de la difusión de los centros de abastecimiento en –como parte de la logística organizativa de– las distintas cadenas supermercadistas y de la adopción de nuevas tecnologías informáticas que tienden a hacer recaer sobre los proveedores la minimización de sus costos financieros, de bonificaciones especiales de precios –ante, por ejemplo, el lanzamiento unilateral de ofertas especiales, o el “día” o la “semana” del vino–, la obligación de pago por la utilización de las góndolas (así como la de responsabilizarse por la reposición de las mismas), el creciente avance de las “marcas blancas” o “marcas propias” (en especial en el segmento de vinos de mesa y en los llamados “finitos” o selección) son, entre otras, algunas de las usuales prácticas “supermercadistas” en su relación con los proveedores de los distintos tipos de vinos. Las mismas adquieren, en general, una muy superior intensidad –en correspondencia con los respectivos poderes de mercado– en el segmento de los vinos finos y, obviamente, sobre las

pequeñas y medianas empresas vitivinícolas proveedoras de las cadenas de súper e hipermercados. Subsanan estas prácticas comerciales desleales sigue siendo un objetivo prioritario en la actualidad, ya que los cambios macroeconómicos recientes no parecen, salvo escasas excepciones, haberlas alterado. Al respecto, cabe mencionar que la penalización de estas prácticas es también materia de la Ley de Defensa de la Competencia y, como tales, deberían ser asumidas por la industria vinícola como uno de los escollos con posibilidades ciertas de superarse o, por lo menos, de amortiguar su impacto real sobre la trama. Al igual que en el caso de los pequeños viñateros respecto a su relación con las bodegas, el temor a las represalias por parte de tales cadenas de la gran distribución parecería asumir un papel protagónico en esa laxa actitud de quienes sistemáticamente reclaman frente al abuso de posición dominante por parte de las mismas. En ese marco, en la medida en que la propia Comisión de Defensa de la Competencia puede actuar de oficio en la materia, podría resultar muy importante que la misma se aboque a la identificación y el análisis de tales prácticas y, de corresponder, a la aplicación de las sanciones pertinentes. De todas maneras, las posibilidades de incidir positivamente sobre estas imperfecciones del mercado deberían hacerse extensivas al conjunto de los eslabonamientos que conforman la trama.

- Dadas las profundas modificaciones macroeconómicas que se introdujeron en la economía argentina durante el presente año, y que las mismas se registran en un contexto de una acentuada desindustrialización de largo plazo que se agravó durante la última década, es razonable esperar un paulatino, pero sustancial, avance en la sustitución de importaciones. Bajo esa perspectiva, sería muy importante evitar la reproducción de experiencias anteriores, garantizando que los nuevos avances en la industrialización sustitutiva no repliquen las ineficiencias típicas que caracterizaron a estos procesos tanto en el país como en buena parte de la región. En efecto, una de las principales falencias que caracterizó al proceso de industrialización basado en la sustitución de importaciones fue la baja productividad de numerosas actividades asociadas a escalas de producción muy por debajo de las “óptimas” o de los estándares mínimos. Teniendo en cuenta la tradicional e indudable importancia que asume la trama vitivinícola, tanto por sus efectos directos e indirectos (en particular, en la economía cuyana), es indiscutible que la misma puede ser, potencialmente, una actividad clave para sustentar dicha recuperación industrial en las provincias vitivinícolas. Al respecto, es pertinente señalar que si bien se trata de procesos de industrialización que tienen un horizonte de mediano plazo, a partir de las entrevistas realizadas se identificó una serie de iniciativas, e incluso la formulación y evaluación de proyectos concretos, vinculados a la provisión de bienes para la trama vitivinícola que plantean la posibilidad de avanzar actualmente sobre este rumbo. Así, por ejemplo, algunas de las grandes bodegas están estudiando la posibilidad de sustituir la impresión de las etiquetas que se venía realizando en el exterior, para lo cual están por instalar bobinadoras propias. Sin duda, este caso es ilustrativo de las posibilidades de realizar proyectos conjuntos entre las firmas involucradas para lograr una mejor asignación de los recursos, obteniendo niveles de productividad elevados vinculados al aprovechamiento pleno de las economías de escala.

En ese mismo marco, y atento a la actual paridad cambiaria, debería explorarse la posibilidad de elaborar programas específicos de incentivo y apoyo a la conformación de estrategias de cooperación entre las grandes bodegas y empresas locales proveedoras de servicios de reparación y mantenimiento, de insumos, de equipamiento (por ejemplo, tanques de acero inoxidable) y, en síntesis, de la posibilidad de recuperar el desarrollo de los tradicionales sectores metalmecánicos anexas a la trama vitivinícola, que se vieron sumamente afectados durante la vigencia del Plan de Convertibilidad. Ello supone la posibilidad de desarrollar –y, en algunos casos, dinamizar– las importantes relaciones de tipo proveedor-cliente que se establecen –o que podrían llegar a establecerse– tanto entre las pequeñas y medianas empresas entre sí, como entre éstas y las grandes bodegas (e, incluso, viñedos), lo cual conllevaría efectos de “derrame” no sólo sobre los mercados involucrados sino también sobre otras

actividades económicas (no sólo industriales). Ello contribuiría, en primer lugar, a promover el crecimiento de un segmento empresario (en particular, las Pymes metalmecánicas) que resultó particularmente afectado por la orientación de la política económica durante los noventa. Dichas firmas tenían una significativa gravitación –que podría recuperarse– en los distintos segmentos de mercado de la trama y, en el actual contexto macroeconómico, podrían asumir un papel protagónico en la disminución de los costos operativos de los mismos. En segundo lugar, ello permitiría consolidar un programa de desarrollo de proveedores locales estructurado, fundamentalmente, a partir de las demandas de los grandes actores económicos que operan en el complejo que, durante los años noventa, orientaron parte sustantiva de sus demandas hacia la importación.

En ese plano se inscribe, también, por ejemplo, el fortalecimiento de los viveros productores de plantines de vides que, aun en el marco del retraso cambiario, han alcanzado un considerable nivel tecnológico –en muchos casos, asociados o vinculados a grandes empresas internacionales– que, incluso, les permitiría acceder a los mercados internacionales (en particular, en el ámbito del Mercosur). Para ello se torna imprescindible el establecimiento de normas de certificación oficial de los plantines de vides de forma tal de tornar viable su inserción en los mercados internacionales.

- Asimismo, resulta central fortalecer el papel del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) e integrar sus actividades específicas en el ámbito de la producción primaria con los restantes organismos de Ciencia y Técnica (tanto nacionales como provinciales) que, directa o indirectamente, en el campo de la viticultura y en el de la actividad vinícola, puedan desarrollar aportes sustantivos al desarrollo, capacitación, incorporación o adaptación de las innovaciones tecnológicas apropiadas al ámbito de la vitivinicultura local. En este campo, por ejemplo, resulta imprescindible que el INTA retome sus actividades de extensión y de capacitación en el manejo de los viñedos, así como, incluso, en el desarrollo de variedades y de combinaciones acordes con los cambios en el perfil de la demanda –tanto local como internacional–. La integración de las actividades del INTA con el conjunto de organismos de Ciencia y Técnica debería constituirse en un componente esencial en el proceso de innovación y desarrollo tecnológico de la trama, en su sentido más amplio. La competitividad del complejo debería sustentarse bajo una perspectiva sistémica, no sólo basada –como en la actualidad– en un tipo de cambio favorable. La reformulación de los objetivos reales de las estaciones del INTA existentes en las provincias vitivinícolas, así como su articulación con las desarrolladas por otros organismos (desde AACREA hasta las distintas Universidades, incluyendo al propio Instituto Nacional de Tecnología Industrial) no demandaría recursos adicionales difíciles de obtener en la actual coyuntura, sino un replanteo de su inserción en el desarrollo armónico de la trama y en el de cada uno de los segmentos que la conforman. Ello involucra, naturalmente, las imperiosas necesidades del complejo en materia de innovación organizacional e institucional, el desarrollo de estrategias colectivas internalizadas, por los distintos agentes, a partir de un sólido aporte por parte de los organismos públicos capaces de adecuarse e integrarse a la resolución de los principales obstáculos y limitaciones que deberán ser superados para alcanzar los grandes objetivos estratégicos de largo plazo.
- Establecer rígidos controles sobre las posibles prácticas de precios de transferencia que pudieran encubrir la subfacturación de las ventas al exterior de vinos. Al respecto, es resorte de la actual Secretaría de Industria, Comercio y Minería y de la propia Aduana ejercer un seguimiento de aquellas exportaciones que, presumiblemente, puedan conllevar la fijación de precios de *dumping* y/o el ejercicio de prácticas que derivan en la fijación de precios administrados que denoten la presencia de subfacturación en los embarques de vinos al exterior.
- Una última línea de acción se vincula con el fortalecimiento, muy particularmente, desde la Secretaría de Turismo, de la promoción del llamado turismo enológico o enoturismo. El mismo, al

cabo de muy pocos años de desarrollo, se ha constituido en un fenómeno que, además de desempeñar un papel decisivo en el conocimiento y la promoción de los distintos tipos de vinos por parte de los turistas (en particular, en la Provincia de Mendoza), ha aportado una masa considerable de ingresos a las bodegas que, de esa manera, han internalizado para sí los altos márgenes que supone la comercialización minorista en la Argentina (en general, los precios de venta de los vinos en bodega son equivalentes a los ofrecidos en las góndolas de los súper e hipermercados que controlan el comercio minorista vinícola).

Bibliografía

- Aciar, A.; “Efectos del Acuerdo entre las provincias de San Juan y Mendoza en el mercado vitivinícola”, Fundación Instituto de Desarrollo Rural, junio 2002.
- Artana, D. y otros; “Modernización del comercio minorista en la Argentina”, FIEL, Doc. de Trabajo N° 55, Buenos Aires, 1997.
- Azpiazu, D. y Basualdo, E. M.; “El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones”, CEPAL, División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL, Santiago de Chile, diciembre 2000, mimeo.
- Bin, G. y otros; "Comercio minorista en el canal de autoselección", en **Revista Realidad Económica** N° 143, Buenos Aires, octubre-noviembre 1996.
- Bohm, L.; “Modelización microeconómica del sector vitivinícola de Mendoza. Los determinantes económicos y de políticas públicas de su competitividad”, CFI, Buenos Aires, enero 2000.
- Devoto, R. y Posada, M.; "La expansión de la gran distribución moderna y sus efectos sobre el comercio minorista tradicional", en F. Lagrave (comp.); **El comercio minorista en la Argentina. Impacto de la expansión de la gran distribución multinacional**, FCE-UNRC, Río Cuarto, 1998.
- Gorenstein, S.; “Sector agroalimentario: las relaciones industria-gran distribución”, **Revista Desarrollo Económico** N° 149, Buenos Aires, abril-junio 1998.
- Green, R. y otros; "Changement technique, logistique et distribution alimentaire en Argentine et au Brésil", in **Problèmes d'Amérique Latine**, N° 6, Paris, juillet-septembre 1992.
- Gutman, G.; “Transformaciones recientes en la distribución de alimentos en la Argentina”, SAGPyA, Buenos Aires, 1997.
- Gutman, G.; "Cambios y reestructuración recientes en el sistema agroalimentario en la Argentina", en Kosacoff, B. (comp.); **El desafío de la competitividad**, Alianza Editorial, Buenos Aires, 1993.
- INDEC, Censo Nacional Económico, Buenos Aires, 1994.
- Instituto de Desarrollo Rural (IDR), “Situación actual de la vitivinicultura, 2002”, Informes de Coyuntura, Mendoza, diciembre 2002.
- Lazo Sanz, C.; “Política de calidad alimentaria: protección de los consumidores y expectativas de los productores”, **Revista de Estudios Agroindustriales**, N° 157, Buenos Aires, julio-septiembre 1991.
- Walters, A.; “Desafíos primarios en catch-up tecnológico agroindustrial: lecciones de la reestructuración vitivinícola Argentina y Chile”, CEPAL, 1997.