



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA: “EL CLUSTER VITIVINÍCOLA  
MENDOCINO: ANÁLISIS DEL ACUERDO  
ENTRE MENDOZA Y SAN JUAN”**



Alumna: Laura Karima Musri Arias

Nº Registro: 24925

Carrera: Licenciatura en Economía

Profesor tutor: Raúl Mercau

Mendoza - 2010

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>CAPÍTULO I</b>	8
<b>ASPECTOS TEÓRICOS RELEVANTES SOBRE CLUSTERS PRODUCTIVOS</b>	8
<b>1.1. Introducción al concepto de cluster</b>	8
<b>1.2. Definición de cluster</b>	9
1.2.1. El aporte de Michael Porter	9
1.2.2. El aporte de Joseph Ramos	11
1.2.3. Elementos comunes a las definiciones	15
<b>1.3. Teorías sobre el origen del concepto</b>	15
1.3.1. Primeros estudios: los economistas clásicos	15
1.3.2. Teoría del crecimiento y clusters	16
1.3.3. Nueva geografía económica: la aglomeración regional	16
1.3.4. Crecimiento y nueva geografía económica: interacciones	17
1.3.5. Nuevos enfoques: distritos industriales y eficiencia colectiva	18
1.3.6. La ventaja competitiva de las naciones	18
1.3.7. Teoría de los recursos y capacidades	19
1.3.8. Enfoque del diamante de Porter	19
<b>1.4. Caracterización de cluster</b>	21
1.4.1. Participantes	21
1.4.2. Factores que generan el desarrollo de los clusters	22
1.4.3. Otros aspectos	23
1.4.3.1. Localización y competencia	23
1.4.3.2. Factores de encadenamiento interno	25
<b>1.5. Clusters y desarrollo</b>	25
<b>1.6. Políticas de desarrollo económico</b>	29
<b>CAPÍTULO II</b>	32
<b>CONSIDERACIONES ACERCA DEL CLUSTER VITIVINICOLA</b>	32
<b>2.1. Descripción del cluster</b>	33
2.1.1. El negocio de los vinos comunes o básicos	34

2.1.2.	El negocio de los vinos finos	35
2.1.3.	El negocio del mosto	36
2.1.4.	La industria proveedora auxiliar	37
2.1.5.	Gráfica vitivinícola	40
2.1.6.	Otras instituciones del cluster	41
<b>2.2.</b>	<b>Análisis de los principales aspectos del cluster</b>	<b>41</b>
2.2.1.	Localización	42
2.2.2.	Mercado laboral y nivel de capacitación	43
2.2.3.	Oportunidades y amenazas comunes a las firmas	44
2.2.4.	Competencia interna	44
2.2.5.	Especialización	45
2.2.6.	Innovación	46
<b>2.3.</b>	<b>Problemas y retos estratégicos actuales</b>	<b>47</b>
2.3.1.	La visión de Michael Porter	49
<b>CAPÍTULO III</b>		<b>51</b>
<b>ESTRUCTURA DE LA CADENA VITIVINÍCOLA ARGENTINA</b>		<b>51</b>
<b>3.1.</b>	<b>La importancia del sector en Argentina y Mendoza</b>	<b>52</b>
<b>3.2.</b>	<b>La producción de uva</b>	<b>53</b>
<b>3.3.</b>	<b>Sistemas de cultivo</b>	<b>63</b>
<b>3.4.</b>	<b>La elaboración de vinos</b>	<b>64</b>
<b>3.5.</b>	<b>La elaboración de mostos</b>	<b>69</b>
<b>3.6.</b>	<b>Los despachos de vinos al mercado nacional</b>	<b>72</b>
3.6.1.	Características generales del consumo	72
3.6.2.	El consumo per cápita	77
<b>3.7.</b>	<b>Las exportaciones</b>	<b>79</b>
3.7.1.	Exportaciones de vinos	79
3.7.1.1.	Período 1980-1998	80
3.7.1.2.	Período 1995-2009	82
3.7.2.	Exportaciones de mostos	85
3.7.3.	Principales destinos de las exportaciones	88

<b>3.8. Las importaciones</b>	93
<b>3.9. Consideraciones finales</b>	95
<b>CAPÍTULO IV</b>	98
<b>HISTORIA DE LA VITIVINICULTURA Y ANÁLISIS DEL ACUERDO INTERPROVINCIAL MENDOZA-SAN JUAN</b>	98
<b>3.1. Breve reseña histórica del sector</b>	98
3.1.1. Introducción	98
3.1.2. Origen de la vitivinicultura en Mendoza	100
3.1.3. Antecedentes y marco legal de la vitivinicultura	101
3.1.4. El contexto vitivinícola de la década del '90	104
4.1.4.1. Situación político-económica	105
4.1.4.2. Evolución de las principales variables vitivinícolas	108
4.1.4.3. Los precios del vino	113
<b>4.2. Surgimiento del Acuerdo Mendoza-San Juan</b>	115
4.2.1. Políticas propuestas para la recuperación del mercado vitícola	115
4.2.2. Tratado Interprovincial –Ley 6216:	118
4.2.3. Comentarios a las políticas propuestas	120
<b>CONCLUSIONES</b>	122
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	126
<b>ANEXO ECONOMÉTRICO</b>	130
<b>Evolución de las variables</b>	131
<b>Conclusiones</b>	140

## INTRODUCCIÓN

El apoyo a los clusters productivos se ha convertido en una prioridad básica en las agendas de gobierno y de los responsables de políticas industriales y desarrollo económico. Actualmente, muchos países y regiones utilizan los clusters en su acercamiento a las empresas.

Particularmente, el desenvolvimiento del complejo vitivinícola se ha visto contextualizado por una muy amplia y heterogénea gama de regulaciones, de muy diversa índole, que han ido delimitando el entorno operativo en todas las fases de la cadena. Así, desde una perspectiva de largo plazo, se conjuga el fomento (muchas veces implícito o indirecto) 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 suma 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, entre otros. Se trata de algunos de los mecanismos que han ido condicionando 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 permanecen vigentes hasta la actualidad.

Como mencionamos anteriormente, 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 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.

Las causas de su implementación son diversas, aunque se hizo énfasis en resolver el problema de la sobreexistencia vínica, que empujaba los precios del producto hacia abajo, ocasionando estragos en toda la economía provincial.

Por lo expuesto, el presente trabajo busca analizar el contexto y las causas que llevaron a la aplicación y continuidad del mencionado Acuerdo Interprovincial. Además, se pretende evaluar los resultados obtenidos por el mismo, y la situación actual del problema de sobreoferta de vinos.

Los objetivos generales de la investigación son:

-Analizar la importancia del cluster vitivinícola para la economía de la provincia de Mendoza y para Argentina misma.

-Describir la evolución del sector y evaluar su condición de cluster productivo.

En cuanto a los objetivos específicos, se mencionan:

-Conocer la teoría referida al concepto de cluster productivo, y verificar si el sector en cuestión puede considerarse como tal.

-Analizar las causas y consecuencias que tuvo la implementación del acuerdo interprovincial entre Mendoza y San Juan en el cluster mendocino.

-Conocer el contexto que llevó a plantear el acuerdo, y los objetivos que perseguía.

-Analizar si el acuerdo fue o no una buena medida para corregir los problemas que se presentaban en el momento y si cumplió sus objetivos. Comparar con las demás medidas barajadas para solucionar el mismo problema del sector (sobreeexistencias vínicas).

El trabajo se encuentra organizado en 4 capítulos y un anexo econométrico. En el primero se analiza el concepto de cluster productivo, el origen del mismo, sus principales autores, implicancias, beneficios y límites.

En el segundo capítulo se aspira a reconocer los aspectos del sector vitivinícola que permiten identificarlo con el concepto de cluster productivo. Para ello, se utilizarán documentos facilitados por Mendoza Productiva.

El tercero hace un análisis de la estructura del sector vitivinícola del país y de Mendoza, particularmente. Para ello, se presentan las principales cifras actuales relevantes para comprender mejor su funcionamiento, además de la evolución de dichas variables en el tiempo. Por otro lado, se pretende dejar en claro la importancia que el sector posee para la economía de la provincia y del país entero, ya que se observará la posición que ocupa esta industria argentina en el mundo, donde compite con grandes potencias establecidas hace décadas atrás. Por último, se intenta analizar el crecimiento que la cadena de vinos ha protagonizado a partir de los años noventa en adelante, destacando las posibles razones e impulsos que le permitieron llegar a tal fin.

En el cuarto capítulo se realiza, en primer lugar, una breve reseña de la historia del sector vitivinícola mendocino, su auge y despegue, seguido por las sucesivas crisis que afectaron al mencionado sector. Luego, se hace énfasis en la decisión del gobierno provincial de unir fuerzas con el Estado de la vecina provincia de San Juan, cuyo objeto es enfrentar la dura crisis del sector en lo referente a los bajos precios recibidos por los productores de vinos de mesa. Se describen las causas y consecuencias que trajo su implementación, a partir del año 1995 hasta la fecha.

Luego, para poder comprobar empíricamente la influencia del Acuerdo Interprovincial Mendoza-San Juan sobre los precios del vino de mesa, se incluyó como anexo econométrico

una regresión que reúne la suficiente información para verificar la hipótesis de que el Acuerdo mencionado provocó un cambio estructural en la varianza del precio de los vinos de mesa.

Finalmente, se presentan las conclusiones generales del trabajo y la bibliografía utilizada.

Cabe aclarar también que, al tratarse de un sector muy importante de la economía argentina y mendocina, la disponibilidad de datos para el análisis empírico es muy elevada, ya que se puede extraer fácilmente del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Organización Internacional de la Vid y el Vino (OIV), Wines of Argentina, Cava Argentina, Bodegas de Argentina, entre otros. Además, se cuenta con información extraída de la página de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE), Instituto de Desarrollo Rural (IDR), Mendoza Productiva, etc.

# CAPÍTULO I

## ASPECTOS TEÓRICOS RELEVANTES SOBRE CLUSTERS PRODUCTIVOS

En el presente capítulo se desplegarán los conceptos básicos del marco teórico, que se espera sean de utilidad para comprender mejor el tema de investigación de este trabajo.

Se realizará, en primer lugar, una breve reseña sobre el origen del concepto de cluster productivo, seguida del análisis de la definición del mismo y de los aportes y puntos de vista del tema, desarrollados por los autores más destacados del área, como son Michael Porter y Joseph Ramos.

### 1.1. Introducción al concepto de cluster

El origen del concepto moderno de cluster, tal y como se utiliza en la actualidad, data del año 1990, cuando el reconocido profesor Michael E. Porter –de la Universidad de Harvard– publicó su libro “The Competitive Advantage of Nations”. Dicho autor estudió diez economías del mundo, llegando a la conclusión de que éstas eran competitivas<sup>1</sup> precisamente en aquellas industrias en las que contaban con clusters de empresas que comerciaban internacionalmente. Estos conglomerados industriales eran fuente de ventajas comparativas para las empresas en ellos ubicados.

En un mundo como el de hoy, en el que se confía cada vez más en los mecanismos del mercado para obtener una asignación eficiente de los recursos, son los clusters los que nos permiten emprender políticas industriales activas más eficaces.

Así, las instituciones públicas pueden mejorar el entorno microeconómico en el que las empresas compiten. Se puede, por ejemplo, eliminar barreras a la competencia local, crear

---

<sup>1</sup> Por competitividad, se entiende a la ventaja que obtiene una empresa, país o región sobre sus competidores cercanos, ya sea porque cuenta con ventajas en costos de insumos/factores, o porque posee tecnología más avanzada que le permite agilizar los procesos productivos y de esta forma minimizar costos.

programas de formación especializada, ayudar a recoger y difundir información específica del cluster, atraer proveedores necesarios o incentivar la innovación vía regulaciones.

El apoyo a los clusters productivos se ha convertido en una prioridad básica en las agendas de gobierno y de los responsables de políticas industriales y de desarrollo económico. Actualmente, muchos países y regiones utilizan los clusters en su acercamiento a las empresas.

## **1.2. Definición de cluster**

Dado el reciente desarrollo del estudio de los clusters productivos, aún no se ha podido consensuar entre los economistas la definición precisa del concepto. Esto ha llevado a que la noción de cluster sea utilizada con algunos excesos y contextualizada mediante diferentes criterios, de acuerdo a la necesidad de cada autor.

Sólo dentro de la economía, han sido muchas las influencias de las distintas disciplinas y, por ende, las diferencias que suelen surgir en las definiciones adoptadas están asociadas a la mayor cercanía a una u otra línea de autores.

Así pues, teniendo en cuenta las múltiples definiciones que se pueden hallar del concepto de cluster, se expondrán aquí las más precisas y de los autores más representativos del ámbito, como lo son Michael E. Porter y Joseph Ramos.

### **1.2.1. El aporte de Michael Porter**

Según Porter, *“Los clusters son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores de bienes y servicios especializados, empresas en industrias relacionadas e instituciones asociadas -por ejemplo universidades, agencias de estandarización o asociaciones de comercio- en un campo determinado, que compiten pero también cooperan”*<sup>2</sup>.

Mencionar que se da lugar a una *concentración geográfica* indica que las firmas que componen al cluster gozan de una cercanía a nivel territorial. También se resalta la interacción entre el conjunto de firmas. No es una simple reunión de empresas que operan en un mismo

---

<sup>2</sup> PORTER, Michael, On Competition, Harvard University Press, (1998), pág. 10.

ámbito geográfico, sino que hay vínculos en el plano económico que determinan la manera de llevar a cabo las actividades individuales. Esto también hace referencia a la presencia de encadenamientos entre las firmas en diversas direcciones (hacia atrás, hacia delante y hacia los lados), entre los que se incluyen productores finales, proveedores de maquinaria, de componentes, de materiales, de servicios relacionados, instituciones de apoyo, etc. Todos estos agentes se relacionan entre sí, formando un entramado empresarial muy rico y flexible.

Otro aspecto importante a destacar es que la interacción no actúa en detrimento de la competencia. Si bien a nivel global el cluster funciona como una unidad que derrama sus beneficios a sus miembros, a nivel interno las empresas operan bajo un sistema de mercado que las lleva a competir entre sí. No obstante, esta competencia se lleva a cabo en un contexto en el que las firmas pueden cooperar, sobre todo si se trata de situaciones relacionadas con el cluster como un todo, donde la acción conjunta permite sortear mejor los obstáculos.

Como puede observarse, esta definición tiene como elementos principales la diversidad de agentes que pueden conformar el cluster y la importancia que tiene para el cluster la interacción entre ellos<sup>3</sup>.

En cuanto al alcance de estas observaciones, el autor reconoce que los clusters son delimitados en términos muy generales, lo cual depende de la manera en que se comprendan los encadenamientos y complementariedades entre las firmas. También señala que pueden tener lugar en cualquier tipo de industrias, en campos económicos pequeños, incluso en contextos locales. Es por esta razón que las definiciones apropiadas de cluster pueden diferir de acuerdo a los distintos ámbitos en los que éste se desarrolle.

Las consideraciones de este autor fueron enfocadas hacia la paradoja que surgía entre la competencia global y la localización de las empresas. Por un lado, los efectos de la globalización permiten que no sea necesario ubicarse en las cercanías de los mercados para poder abastecerlos, y por lo tanto la localización pierde importancia (esto se debe a que los distintos recursos como capital, tecnología, insumos, etc., son fácilmente transados en

---

<sup>3</sup>Luego, con la publicación de *Location, competition and economic development: local clusters in global economy* (2000), Porter desarrolla aún más los aspectos característicos de los clusters, que revelan las posibilidades que otorga y lo hacen atractivo como medio de desarrollo en un contexto de economía global.

mercados globales). Por otro lado, el aprovechamiento de las ventajas comparativas a través de los clusters, otorga a la localización una oportunidad en términos de productividad.

Desde el punto de vista de la competitividad, este autor también introduce un enfoque innovador en el estudio. El cluster revela que la competitividad no ha de observarse solamente hacia el "interior" de las firmas sino también hacia "fuera". Es en este punto donde la localización adquiere importancia, pues es la interacción entre las firmas lo que propicia la innovación y la competencia. El enfoque de los clusters posee una ventaja respecto de los enfoques más tradicionales de agrupación industrial: puede captar algunos encadenamientos, complementariedades, derrames en términos de tecnología, destrezas, información, mercadotecnia y necesidades de los consumidores, que atraviesan a las firmas e industrias.

Finalmente, el enfoque de Michael Porter, aunque fuertemente basado en fundamentos microeconómicos, es de naturaleza macroeconómica. La visión del cluster adquiere importancia en cuanto se desarrolle en un contexto global, pues constituye una alternativa a los medios de que dispone un país para crecer. El aprovechamiento de las ventajas comparativas por medio de los clusters da lugar a nuevas opciones para el desarrollo. Como consecuencia de esto, la participación de los agentes se comprende a nivel integral, no sólo por parte de las firmas que lo componen, sino también del sector público y de otras instituciones.

### 1.2.2. El aporte de Joseph Ramos

Joseph Ramos es un reconocido economista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que se identifica con la escuela estructuralista. Tomando como referencia las observaciones de distintas experiencias en el mundo, concentra su atención en el desarrollo de los clusters en América Latina.

Este autor focaliza su estudio en las posibilidades que ofrece la disponibilidad de los recursos naturales. En contraposición a la corriente de "la maldición de los recursos naturales"<sup>4</sup>, Ramos observa en la disponibilidad de éstos una oportunidad para el crecimiento.

---

<sup>4</sup> Esta corriente formula sus hipótesis sobre la observación de la evidencia de que los países que disponen de

La explotación de los mismos constituiría una estrategia de desarrollo si se implementa a través de los clusters productivos.

Este enfoque propone, entonces, modificar la visión de la explotación de los recursos en sí mismos hacia una perspectiva más integral, que involucra, además de la actividad originaria, todas aquellas actividades que se complementan con ella. La visión del complejo productivo aporta una manera de concebir la explotación de los recursos en respuesta a los bajos rendimientos logrados en los últimos años, a través de los procesos sustitutos de importaciones.

Ramos además plantea otras ventajas que presentan estas maneras de aprovechar los recursos. A diferencia de las experiencias observadas en algunos países como Taiwán, China y la India cuyas exportaciones de manufacturas comenzaron siendo importantes debido a la producción intensiva en mano de obra barata, los países latinoamericanos poseen en sus disponibilidades una fortaleza adicional. Aquellos países que lograron incrementar fuertemente sus exportaciones no podrán llegar más allá de las manufacturas livianas, en cambio los países de América, dado el poco aprovechamiento de las actividades relacionadas con la explotación de recursos (observando los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante), podrían encontrar aquí una oportunidad de avanzar hacia las manufacturas sobre bases más sólidas y con mayor valor agregado.

Adicionalmente, también destaca un detalle de gran importancia. La abundancia de recursos no es una garantía para lograr el éxito en el crecimiento. Según Ramos, habría que tener en cuenta el modo en que los clusters tienen lugar. En los países desarrollados, donde determinados clusters han madurado, la evolución favorable de los mismos no se dio de forma planificada, sino que el aprovechamiento de ciertas ventajas y algunas condiciones favorables en el entorno hicieron que éstos se fueran desarrollando casi de manera natural, con aciertos, pero también con errores. La propuesta es, en consecuencia, llevar a cabo una explotación de los recursos sobre la estructura de cluster pero con una visión más estratégica y de largo plazo.

---

mayores recursos naturales tienden a presentar mayores dificultades para el desarrollo. La razón se debería a que las rentas provenientes de la explotación de estos recursos se destinan a actividades bajas en productividad, lo cual hace difícil la aplicación de estrategias de crecimiento.

Es en este punto donde el Estado adquiere un rol más activo. El gobierno debería de promover el desarrollo de los complejos contribuyendo a que éstos superen las dificultades que retrasan su evolución.

De acuerdo a Ramos, *“Un cluster es una concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas tanto hacia atrás, hacia los proveedores de insumos y equipos, como hacia delante y hacia los lados, hacia industrias procesadoras y usuarias así como a servicios y actividades estrechamente relacionadas con importantes y cumulativas economías externas, de aglomeración y especialización y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva”*<sup>5</sup>.

La anterior definición de Ramos hace referencia a una *concentración sectorial y/o geográfica de empresas*. Con esto se deja en claro que la concentración puede estar basada en un criterio productivo, asociado a un determinado eslabón de la cadena productiva, pero también implica la concentración en términos físicos. Estas posibilidades no son excluyentes, pueden o no darse simultáneamente, y de igual manera se está en presencia de un cluster.

En lo que refiere a la interdependencia entre los agentes del cluster, la definición resalta la presencia de encadenamientos en varias direcciones:

- *Hacia atrás*: sin especificar en detalle la forma del encadenamiento, este tipo de relación se da hacia los proveedores de insumos y bienes de capital destinados al procesamiento de la materia prima.

- *Hacia delante y hacia los lados*: tanto hacia las empresas que requieren el producto para seguir procesándolo, como también a aquellas empresas que, sin participar del proceso directamente, contribuyen a su mejor implementación.

En lo que refiere a los aspectos que caracterizan el proceso productivo, la definición menciona la presencia de *importantes y cumulativas economías externas*. Es, para este autor, un rasgo distintivo de los clusters. En ellos, las externalidades positivas en la producción tienen

---

<sup>5</sup> RAMOS, Joseph, Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales, (s.e., 1999), pág. 5.

lugar en un grado importante y de forma acumulativa. Esto quiere decir que la acción de una empresa posee efectos directos positivos sobre la producción de otras firmas, y al mismo tiempo, éstas no deben realizar ningún gasto adicional para obtenerlos. Claramente, esto constituye un atractivo para que las firmas se concentren en torno al cluster.

Se menciona, además, la existencia de *economías de aglomeración*, las cuales tienen que ver con los ahorros de costos que logran las firmas como consecuencia de localizarse en las proximidades de otras.

Otro tipo de economía que se produce tiene que ver con la especialización. Dado que cada firma concentra esfuerzos en torno a la actividad que desempeña dentro de la cadena de producción del cluster, se producen ahorros de costos que se constituyen a partir de la eficiencia lograda en cada etapa del proceso. Como cada firma es capaz de mejorar continuamente su forma de producir, hace que empresas del mismo tipo o encadenadas en algún sentido puedan lograr producir a menores costos.

Finalmente, se tiene en cuenta el factor de cooperación. Las empresas que componen el cluster tienen a su disposición alternativas de llevar a cabo acciones conjuntas que busquen el beneficio de todos los miembros, por medio del logro de la eficiencia colectiva.

Por lo expuesto, puede observarse que el enfoque de Ramos es de naturaleza macroeconómica, al igual que el desarrollado por Porter. Aunque las observaciones realizadas implican el estudio de determinados mercados en forma individual, es decir, aquellos en los que opera la actividad principal del cluster, las conclusiones obtenidas y reflejadas en las recomendaciones de política, tienen como fin promover el crecimiento económico. Éste se logrará a través del aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la abundancia de recursos naturales. Las propuestas trascienden el contexto propio del cluster, involucrando tanto la acción de las firmas como así también el rol del gobierno en línea con los principios estructuralistas.

### 1.2.3. Elementos comunes a las definiciones

Si bien es imposible enumerar la totalidad de los componentes de las definiciones propuestas, es útil considerar cuáles son los elementos teóricos comunes que surgen de su lectura. En general, las definiciones de cluster hacen referencia, no necesariamente de modo excluyente, a los siguientes aspectos:

- **Agrupamiento:** las definiciones de cluster necesariamente hacen referencia a un agrupamiento, a una concentración de firmas o agentes, que en algunos casos implica la cercanía o proximidad geográfica.

- **Condiciones de producción:** en mayor o menor grado, la agrupación en torno al cluster condiciona algún aspecto de la producción, como la especialización y la difusión del conocimiento, entre otros.

- **Interdependencia:** la cercanía entre las firmas y la configuración de las actividades productivas determina un alto grado de interacción. Los agentes dependen en gran medida de las decisiones de otros y al mismo tiempo, toman decisiones que repercuten sobre otros agentes.

- **Cooperación:** en alguna medida, los miembros del cluster desarrollan actividades que están en línea con el interés común del conjunto, desarrollan acciones estratégicas conjuntas o bien reconocen que enfrentan amenazas y oportunidades comunes.

## 1.3. Teorías sobre el origen del concepto

Diversas teorías sobre el origen de este fenómeno actual fueron desarrolladas por distintas y muy variadas ramas de la economía y la administración. En esta sección se desarrollarán sólo las más representativas e útiles para nuestro análisis.

### 1.3.1. Primeros estudios: los economistas clásicos

Las primeras aproximaciones al tema se asocian a los estudios de Marshall (*Principles of economics*, 1890), Weber (*Theory of the location of industries*, 1929) y Hoover (*Spatial Price discrimination*, 1937). Se reconocen dos corrientes principales:

- Teoría de la interacción y los distritos industriales: esta teoría busca justificar el origen de las condiciones más propicias para que exista aprendizaje entre las empresas. La interacción da lugar a juegos repetitivos que incrementan la confianza y favorecen el desarrollo mutuo. Esta teoría, para algunos, justifica el éxito logrado por los distritos industriales en el norte de Italia.

- Teoría de la localización industrial: bajo este enfoque, las firmas se concentran porque de ese modo logran ahorros de costos de transporte. Esto es fundamentalmente cierto cuando el costo de transporte tiene un peso importante sobre el costo final del bien producido. Los beneficios derivados del establecimiento en la cercanía de los mercados que van a abastecerse se denominan *economías de aglomeración*.

### 1.3.2. Teoría del crecimiento y clusters

Este enfoque resalta el desarrollo de los clusters, independientemente de si existen recursos naturales a utilizar. El foco de atención se centra en la presencia de fuertes *externalidades*. Esto genera grandes atractivos a la concentración de mano de obra especializada y capital físico de una determinada región. También juega un papel importante el *conocimiento*. Se trata de un bien que se comporta como "no rival", lo cual dota al cluster de un atractivo mayor.

Los estudios realizados bajo esta corriente revelan la importancia de la existencia de una gran cantidad de productores medianos con energía empresarial y también la presencia de un sistema científico–tecnológico eficaz y especializado en el recurso de la región.

### 1.3.3. Nueva geografía económica: la aglomeración regional

Para este enfoque, las decisiones en torno a la localización de las firmas tienen que ver con la interrelación entre los costos de producción y la facilidad de acceso a los mercados (de bienes, factores, etc.). Algunos estudios incorporan la movilidad laboral. Si se presentan diferenciales positivos de salario real en las regiones que incurren en menores costos para

llegar a los consumidores, se determina que éstas atraigan trabajadores. Esto realimenta la concentración de los factores en torno a la aglomeración.

Otros factores que también forman parte importante en la localización son los encadenamientos verticales y la posible existencia de un eslabonamiento de demanda. Teniendo en cuenta esto, también es posible mencionar la falta de competitividad en algunos mercados, lo cual refuerza la localización en las cercanías de la aglomeración.

#### 1.3.4. Crecimiento y nueva geografía económica: interacciones

Desde esta perspectiva, si bien es cierto que según la geografía económica la aglomeración puede ser productiva para lograr el desarrollo, también puede realimentarse el proceso en forma inversa. El crecimiento logrado a través de la innovación conduce a la aglomeración de las actividades económicas. De este modo se produce un círculo virtuoso de aglomeración–crecimiento. Si un sector de la industria está manifestando crecimiento por innovación, demandará más bienes intermedios, debido a los rendimientos crecientes implicados, los proveedores de estos insumos se verán motivados a ubicarse cerca del sector en crecimiento.

Si bien existen fuerzas contrarias al sentido que sigue este círculo, los modelos presentados bajo esta línea de pensamiento, la migración de los trabajadores o la existencia de encadenamientos verticales reduce el impacto de estas fuerzas y permite que el sentido predominante sea el que conduce al mayor crecimiento. Por otro lado, siguiendo los planteos de Romer<sup>6</sup>, es posible incorporar elementos *endógenos* de crecimiento e innovación, que dan lugar a un proceso acumulativo que genera el nacimiento de un cluster. Como puede verse, existe una *fusión* entre los enfoques propuestos por la geografía económica (círculo virtuoso) y las teorías de crecimiento. De esta manera, las aglomeraciones juegan un rol importante en el crecimiento.

---

<sup>6</sup> ROMER, Paul, Endogenous technical change, The Journal of Political Economy, (1990), pág. 71.

### 1.3.5. Nuevos enfoques: distritos industriales y eficiencia colectiva

Debido a la imposibilidad de los enfoques anteriores de justificar por completo el concepto de *cluster*, surge una nueva tendencia que toma como base una novedosa concepción teórica: la *eficiencia colectiva*. Bajo los lineamientos de esta tendencia pueden distinguirse dos tipos de mecanismos que conducen a ella:

- *Economías externas positivas*: la existencia de beneficios derramados surge de aquellos ahorros que una firma traslada a otras. Si bien para que esto tenga lugar no es necesaria la cercanía física, que ésta tenga lugar favorece el desarrollo de esta eficiencia.
- *Acción conjunta*: la asociación entre interesados para lograr alcanzar fines comunes conduce a la eficiencia colectiva. Este tipo de interacción favorece el aprovechamiento de las externalidades y al desarrollo de entidades de fomento, entre otras.

### 1.3.6. La ventaja competitiva de las naciones

Siguiendo los abordajes realizados por Michael Porter, la ventaja nacional se logra a través de un proceso muy localizado que se basa en características muy propias de una nación. En los últimos tiempos ha adquirido creciente importancia la localización de la competencia como elemento que influye en cómo rivalizan las empresas. Sin embargo, esta concepción no refleja su verdadera realidad. La competencia es dinámica, no estática, se basa en la innovación y en la búsqueda de diferencias estratégicas. En este enfoque, la ubicación afecta a la ventaja competitiva.

La diversidad de relaciones funcionales entre las empresas explica la formación de los cluster. Éstas están basadas en las relaciones de apoyo con productores de insumos complementarios y proveedores de factores e insumos especializados. En este enfoque se observa a la empresa en un contexto, y se analiza cómo actúa en relación a las demás y qué decisiones toma para incrementar la competitividad de acuerdo a las diversas fuentes.

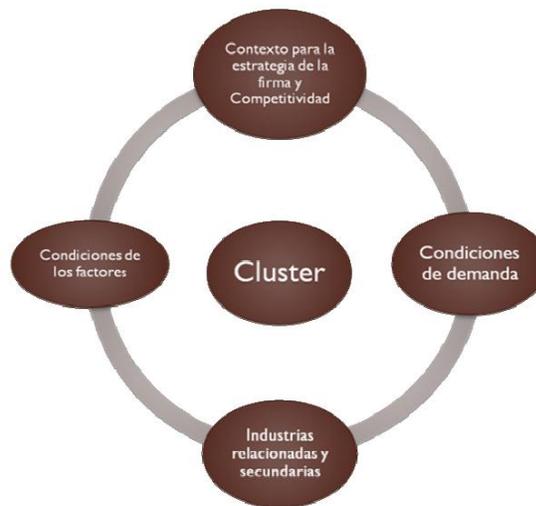
### 1.3.7. Teoría de los recursos y capacidades

Basándose en las definiciones de recursos y capacidades, algunos autores han formulado teorías que tienen estrecha relación con los clusters. En éstos se originaría una estrategia colectiva, superior al de la corporación. Esta táctica se construiría a partir de la necesidad común de reducir la incertidumbre del entorno. En la construcción de estas estrategias asumen un rol importantísimo los recursos de los que disponen las firmas y las capacidades que se pueden desarrollar en torno a ellos. De este modo, los activos intangibles pueden ser considerados como fuente de ventajas comparativas.

### 1.3.8. Enfoque del diamante de Porter

Para Michael Porter<sup>7</sup>, los clusters pueden ser analizados de modo integrado teniendo en cuenta los elementos que componen lo que se conoce como el “Diamante de Porter”, que en términos gráficos puede resumirse en el siguiente diagrama:

*Gráfico N° 1.1: Elementos conceptuales del Diamante de Porter.*



Cada una de las puntas del diamante se refiere a un aspecto a tener en cuenta en el funcionamiento del cluster. Observar el mecanismo de este diagrama es observar el cluster en toda su integridad. De acuerdo al modo en que operen los distintos puntos se obtendrá un

<sup>7</sup> PORTER, M; Location, competition and economic development: local clusters in a global economy, Harvard Business School, (s.e; 2000), pág. 20.

mayor fortalecimiento del cluster. A continuación se realiza un pequeño análisis de dichos puntos.

**-Contexto para la estrategia de la firma y competitividad:** este aspecto se refiere a las reglas, incentivos y normas que gobiernan el tipo e intensidad de la rivalidad local. Mientras mayor sea la competencia dentro del cluster mayor será la productividad de las firmas que la componen, y ésta depende, en cierta medida, del contexto en el que se desarrolle. Las condiciones en las que se desempeñen las firmas darán lugar a inversiones tendientes a la actualización constante en los medios y técnicas de producción.

**-Condiciones de los factores:** En este aspecto se tienen en cuenta las características propias de los factores. Es importante tener en cuenta la disponibilidad de ellos en cuanto a su cantidad, ya sea por medio de recursos naturales, humanos o de capital. También la infraestructura física, administrativa y de la información. Todos ellos, de forma directa o indirecta, influirán sobre los costos de la producción. Además, el tipo de factores pueden tener características que los hagan más atractivos que otros puesto que lo que se considera, también, es el grado de calidad que éstos poseen y el grado de especialización que pueden lograr en la cadena productiva.

**-Industrias relacionadas y secundarias (o de apoyo):** relacionado con los encadenamientos hacia atrás, la presencia de proveedores competentes, ubicados en las cercanías del aglomerado, también es importante. Y no sólo por el impacto directo sobre los costos, sino también por la repercusión en la forma en la que se desarrolla la competencia dentro del mercado de factores. De igual modo, mayor competencia llevará a un proceso de innovación que dotará de una mayor calidad a los factores que sirven de inputs a la producción de la actividad principal del cluster.

**-Condiciones de demanda:** la presencia de una demanda local fuerte en el bien producido, ya sea como bien final o como insumo, da lugar al fortalecimiento de la estructura productiva del cluster. Mientras más sólida sea la demanda por el producto, más fácil será para el cluster reconocer las necesidades de los consumidores y, en consecuencia, desarrollar productos para los distintos segmentos. De acuerdo también al momento que el cluster esté atravesando en

torno a su evolución, el abastecimiento de la demanda puede cambiar de orientación según la capacidad del mismo. Es normal que inicialmente la especialización en cuanto a características y precios estén alineados con las demandas locales, no obstante el propio crecimiento del cluster puede originar la necesidad de captar otras demandas, proceso que es mucho más alcanzable de manera conjunta.

#### **1.4. Caracterización de cluster**

Los clusters presentan ciertas características que los diferencian de otros conceptos teóricos tales como cadenas de producción/valor, distritos industriales, cadenas de negocios y redes verticales, horizontales y territoriales, entre otros. El objetivo de esta sección es realizar una síntesis general de estas características para comprender mejor el fenómeno en estudio<sup>8</sup>.

##### **1.4.1. Participantes**

Se reconocen varios agentes con distintos roles dentro de un cluster productivo y que contribuyen a la existencia del mismo.

- Empresas ligadas a la actividad principal: es decir, el conjunto de empresas que realizan la actividad económica común del cluster productivo, que se encuentran concentradas geográficamente.
- Empresas ligadas a la provisión de insumos: existe otro grupo de firmas que proveen de insumos necesarios a las empresas que desarrollan la actividad principal. Generalmente se ubican en las cercanías de las anteriores, para así reducir costos de transporte o buscar beneficios en la integración vertical.
- Empresas ligadas a la demanda del producto: de acuerdo a la longitud de la cadena productiva, pueden haber firmas que demanden el producto de la actividad principal como insumo. Motivadas por las mismas razones ya expuestas, se ubican también en

---

<sup>8</sup> Esta sección es de realización propia en base a las fuentes consultadas a lo largo de toda la investigación. Para ampliar consultar cualquier obra presentada en el índice bibliográfico.

las cercanías de la actividad principal. Estas firmas conforman una demanda especializada que también pueden lograr encadenamientos de tipo vertical.

- Entidades relacionadas: estos agentes, sin ser necesariamente empresas, desarrollan actividades complementarias a las que tienen lugar en el cluster, y contribuyen directamente al mejor funcionamiento de éste. Dentro se pueden considerar prestación de servicios como turismo relacionado a la actividad, universidades u organizaciones estatales que contribuyan a la investigación y desarrollo, etc.
- Sector público: el Estado cumple un papel importante, puesto que establece el marco institucional dentro del cual se desarrollan las actividades del cluster. Puede actuar por vía fiscal (administrando impuestos y subsidios), jurídica (implementando normativas correspondientes al desarrollo de las acciones de los agentes), o bien a través de la participación de entidades de fomento (instituto de desarrollo o planes de asesoramiento técnico).

#### 1.4.2. Factores que generan el desarrollo de los clusters

Tal y como lo exponen Marshall<sup>9</sup> (1963) y Krugman<sup>10</sup> (1995), el origen de la aglomeración de empresas reside en la presencia de ventajas externas que se derivan de la concentración geográfica. Este fenómeno no es planeado, sino que ocurre espontáneamente. Se puede clasificar esta ventaja, de acuerdo a Swann<sup>11</sup> (1998), ya sea por el lado de la oferta como por el de la demanda.

Por el lado de la oferta, podemos decir que la concentración espacial genera un desarrollo de mano de obra, proveedores, infraestructuras e instituciones especializadas, que resultan más accesibles a las empresas por poseer menores costos. Además, esa misma reunión de firmas permite la innovación y aprendizaje, mediante la observación y la comparación de las diferentes trayectorias y resultados de cada firma. También pueden

---

<sup>9</sup> MARSHALL, A; Principles of economics, Ed. Macmillan, 8° edición, (London, 1920).

<sup>10</sup> KRUGMAN, P; Development, geography and economic theory, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, (1995).

<sup>11</sup> SWANN, The dynamics of industrial clustering: international comparisons in computing and biotechnology, Oxford University Press, (USA, 1998), pág. 137.

analizarse factores negativos por el lado de la oferta, como por ejemplo que los insumos deban ser adquiridos a mayores precios por el incremento de la demanda de esos insumos.

Observando la demanda también encontramos factores positivos para analizar, como la existencia de una fuerte demanda local, que es atraída hacia esa región geográfica, lo cual les permite colocar casi la totalidad del producto elaborado. Otro factor importante es el ahorro de los consumidores en costos de búsqueda, pues la concentración geográfica los elimina casi completamente. Además, se producen externalidades en la información, ya que esta corre con mayor fluidez en algunos aspectos del mercado (como las características de los bienes y las tendencias). En cuanto a lo negativo, se puede llegar a producir un “desgaste” de los beneficios de los productores si la competencia es muy feroz y se ven obligados a disminuir cada vez más los precios de los productos.

Como la mayoría de los autores que estudian este tema acuerda, la importancia de uno u otro de estos factores varía de acuerdo al tipo de actividad a la que nos estamos refiriendo, de la fase del ciclo de vida del cluster<sup>12</sup> (nacimiento, crecimiento, estancamiento, declive), de la región en que se encuentre, etc. Krugman<sup>13</sup>, por su parte, se anima a dar su opinión sobre cuál de estos factores es más relevante, inclinándose por el desarrollo de mano de obra, proveedores, infraestructuras e instituciones especializadas en tal espacio.

### 1.4.3. Otros aspectos

#### 1.4.3.1. Localización y competencia

De acuerdo a Michael Porter<sup>14</sup>, el cluster determina una nueva manera de entender la competencia en relación a la localización. Según él, este sesgo ha sido visto siempre como una concepción más estática de la competencia, ya que se restringe a la minimización de costos de producción en el ámbito de una economía relativamente cerrada. En sus libros afirma que la competencia es mucho más dinámica puesto que se construye sobre dos pilares básicos: la innovación y la búsqueda de diferencias estratégicas. En el proceso de búsqueda de estos dos

---

<sup>12</sup> Para ampliar este tema consultar: NAVARRO ARANCEGUI, El análisis de la política de clusters, (s. e., 2003).

<sup>13</sup> KRUGMAN, Paul, Geografía y comercio, Antón y Bosch, (Barcelona, 1992).

<sup>14</sup> PORTER, M., Clusters and the new economics of competition, Harvard University Press, (1998), pág. 87.

fines, las firmas desarrollan fuertes relaciones con los demás agentes, contribuyendo no sólo al logro de la eficiencia (producir a menores costos) sino también a la innovación. De esta forma, la concentración geográfica determina una manera más activa de interacción, más dinámica de competencia. Por lo tanto, la decisión de localización determinará la forma en que esta interacción tenga lugar sobre la productividad de las firmas. Las consecuencias de este proceso no deberían subestimarse, dado que la productividad que posea un país determina también la competitividad que éste tiene.

Siguiendo con el pensamiento de este autor, la productividad y la prosperidad logradas a partir de la localización descansan en el modo en que las firmas compiten. Dado que la competencia lleva en su dinámica el favorecimiento de la innovación, esto posibilita a las firmas a desarrollar métodos más sofisticados de producción y de gestión, tecnologías más avanzadas y productos de mayor calidad.

Es importante destacar que, de acuerdo a este enfoque, la tecnología ya deja de ser una característica propia de algunas actividades, sino que se convierte en una ventaja aplicable a cualquier tipo de actividad y a cualquier eslabón de la cadena productiva. Así, si las firmas se localizan en entornos donde la competencia se vea favorecida, existe la posibilidad de ser parte de procesos de innovación tecnológica que impactan directamente sobre la eficiencia, reflejándose en mejores métodos de producción y, por ende, en menores costos.

Otro aspecto importante respecto de la competitividad en clusters es que en ellos toma una forma muy particular. Por un lado, favorecida por la cercanía, logra un nivel de rivalidad alto y lleva a los empresarios a buscar intensamente diferencias estratégicas. Pero, por otro lado, existe una cooperación muy marcada en determinadas áreas. La razón por la cual estos aspectos contradictorios parecen coexistir radica en que tienen lugar en distintos niveles del cluster. La competencia que conduce a la innovación tiene lugar a nivel horizontal, es decir, en torno al conglomerado de firmas que desarrollan actividades de naturaleza similar, y que constituyen la oferta de un mercado. En cambio, la cooperación ocurre a nivel vertical y también lateral, lo cual quiere decir alrededor de las relaciones existentes entre los

proveedores de insumos, los demandantes del producto y otras industrias relacionadas con la actividad principal.

#### 1.4.3.2. Factores de encadenamiento interno

La relación entre las entidades que componen el cluster puede estar basada en un vínculo comercial (intercambio de productos), o en un lazo tecnológico, de conocimiento o innovación. O bien, como señala Hoen<sup>15</sup>, la relación entre entidades en un cluster puede referirse a los esfuerzos innovadores o a vínculos productivos. Los basados en vínculos innovadores hacen referencia a empresas o sectores que cooperan en el proceso de difusión de innovaciones tales como nuevas tecnologías o productos. En cambio, los basados en vínculos de producción hacen referencia a empresas o sectores que conforman una cadena de producción o valor añadido.

### 1.5. Clusters y desarrollo

Actualmente, la constitución de clusters ofrece una alternativa para el crecimiento del aparato productivo y el logro del desarrollo, dado que parte de la vía del desarrollo económico se encuentra en la reestructuración productiva.

Según Porter<sup>16</sup>, los clusters afectan la competitividad en tres amplias maneras. Primero, incrementando la productividad de las firmas en una determinada área; segundo, conduciendo la dirección de la innovación, que luego logrará mayor productividad; y tercero, estimulando la formación de nuevos negocios, que expandirán y fortalecerán al cluster mismo.

Geográfica, cultural e institucionalmente la proximidad de las compañías les permite una dinámica especial, además de una relación más estrecha, acceder a mejor información, fuertes incentivos y otras ventajas que son difíciles de alcanzar a la distancia.

---

<sup>15</sup> ALEX R. HOEN, Identifying Linkages with a Cluster-based Methodology, *Economic Systems Research*, Taylor and Francis Journals, vol. 14(2), (Junio 2002), págs 131-146.

<sup>16</sup> PORTER, M., Clusters and..., Op.Cit; págs. 80-84.

A mayor complejidad, mayor importancia del papel del conocimiento y mayor dinamismo de la economía mundial. Es decir, la ventaja competitiva se encuentra en el factor local, el conocimiento, las relaciones y la motivación.

Cabe resaltar también que, a través de la Metodología de Clusters propuesta por Porter en sus numerosas obras, se busca estudiar el nivel actual de competitividad de los sectores involucrados con relación a la región y a la globalización. Asimismo, busca identificar acciones específicas, las cuales permitirán al encadenamiento realizar negocios rentables con beneficios para todos los actores, incrementar el empleo y posicionarse en mercados nacionales e internacionales con productos de mayor calidad.

Es importante considerar que la competitividad, desde el punto de vista del desarrollo regional, debe verse como un proceso que implica además de la innovación tecnológica, la innovación gerencial y organizacional, y que si bien todo esto se desarrolla en el interior de las empresas (es decir, a nivel microeconómico), el hecho es que los efectos de este proceso tienen un gran impacto en las economías locales.

Esto puede entenderse cuando la articulación empresarial, surgida por efecto de la innovación gerencial, permite la conformación de cluster dentro de la actividad productiva de la cual se trate, generando beneficios a la economía local, como por ejemplo mayores ingresos, incremento en el nivel educativo y de capacitación, mejoras en las gestiones entre sectores, y en general mejores condiciones de trabajo y bienestar, lo cual conlleva al desarrollo regional.

El entorno idóneo para hacer negocios, crear empresas, generar empleos es fundamental en estos espacios. El primer paso para el diseño de estrategias y proyectos que conduzcan al desarrollo comienza con el diagnóstico del entorno local. Citando a Doryan<sup>17</sup>: *“Para el análisis de los factores determinantes de la competitividad microeconómica es fundamental contar con un clima de negocios que permita promover mejoras en la productividad de las empresas y crear las condiciones para soportar un crecimiento sostenido de la misma”*.

---

<sup>17</sup> DORYAN, Eduardo, y otros, Análisis del reporte global de competitividad microeconómica para Centroamérica, (Nicaragua, 1999), pág. 52.

Por lo tanto, el entorno (como la infraestructura, las facilidades de financiamiento e inversión, etc.) es un elemento fundamental en la conformación de encadenamientos productivos. Esto refuerza la afirmación de que a pesar que el estudio de encadenamientos se realiza a nivel microeconómico, los impactos de éste se reflejan a nivel macroeconómico. Sin embargo, como afirma Albuquerque<sup>18</sup>, es necesario también tener en cuenta el nivel mesoeconómico, que implica la existencia de la interrelación entre el sector público y el privado, el cual permita acordar el desarrollo del entorno favorecedor mediante la posibilidad de acceso a información, capacitación y financiamiento a las empresas locales, principalmente las pequeñas y medianas.

Para apreciar esto de manera más clara, observemos el esquema planteado por este mismo autor.

---

<sup>18</sup> ALBUQUERQUE LLORENS, F, Desarrollo económico local en Europa y América Latina, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, (Madrid, 1999), pág. 50.

Gráfico N° 1.2: Factores determinantes de la competitividad sistémica y el desarrollo económico.



Fuente: Albulquerque, 1999, 52, citando a Esser y otros (1996).

Como menciona Joseph Ramos: *“El desarrollo acelerado de América Latina y el Caribe, una región rica en recursos naturales, dependerá de la rapidez con que aprenda a industrializar y a procesar sus recursos naturales, así como a desarrollar las actividades proveedoras de insumos y equipos para ellos”*<sup>19</sup>.

Será, pues, un desarrollo no tanto basado en la extracción de recursos naturales, como ahora, sino a partir de los recursos naturales y las actividades que naturalmente tienden a formarse y aglutinarse en torno a ellos (los clusters o complejos productivos como él los nombra).

<sup>19</sup> RAMOS, J, Una estrategia de desarrollo..., Op.Cit; pág 28.

De aquí se deriva que la constitución de clusters representa una gran oportunidad para reestructurar la actividad productiva de actividades distintas a la industria. En las economías pequeñas y subdesarrolladas hace falta articular distintas actividades económicas para que el esfuerzo de producir lleve a una serie de otras actividades intermedias y a la comercialización del producto final. Esto para que los costos por servicios de apoyo sean compartidos y para que conjuntamente se alcance niveles de calidad competitivos tanto para el mercado local como para su posible exportación. Esto puede ser bastante factible para la producción agrícola, ganadera, forestal y turística de pequeña escala. En la medida en que la conformación de clusters es la consumación de un conjunto de actividades relacionadas, cuya eficiencia y competitividad depende de la acción colectiva de actores privados, públicos y sociales, constituye hoy una alternativa de importancia creciente en la economía de la región y depende para su desarrollo de una adecuada gestión de los agentes económicos sobre el aprovechamiento de los recursos naturales. En tal sentido, la conformación de clusters permite la articulación de las actividades productivas y de la participación de la población en el diseño de su desarrollo, condición fundamental para el logro del desarrollo regional equilibrado.

### **1.6. Políticas de desarrollo económico**

Desde el desarrollo del conocimiento en torno a los clusters, el estudio de sus ventajas ha generado el debate de cuál debería de ser el rol del Estado en torno a este fenómeno económico. Por un lado, la observación de la experiencia en países desarrollados ha demostrado que, en el caso de clusters maduros, éstos se han desarrollado de modo natural conforme a la observación de oportunidades y amenazas. Para algunos autores, como Joseph Ramos<sup>20</sup>, el rol del Estado permitiría que las empresas no caigan en procesos de “prueba y error” que los lleven a perder tiempo, recursos y oportunidades. Visto así, el papel del Estado es fundamental para que los participantes de estos aglomerados alcancen los niveles de producción, tecnificación, innovación y empleo tendientes al crecimiento sano del cluster, de

---

<sup>20</sup> RAMOS, Joseph Una estrategia de desarrollo..., Op.Cit; pág. 30.

su permanencia en el tiempo y, de modo consecuente, al desarrollo local según sea el nivel del cluster.

Según Porter<sup>21</sup>, el abordaje integral del cluster le permite al responsable de la política tener en cuenta una serie de aspectos para el desarrollo, entre los que se destacan la promoción de las exportaciones, las políticas de Ciencia y Técnica, la promoción de inversiones y las reformas regulatorias.

Desde el punto de vista de la política económica, las políticas de cluster no serían contradictorias a lo anteriormente expuesto. Los objetivos propios de la autoridad estatal de eliminar las fallas de mercado e internalizar los costos negativos ocasionados a la sociedad también son favorables al desarrollo de los cluster. Si el gobierno asegura la competencia en los mercados de los distintos eslabones de la cadena productiva las empresas se verán motivadas a la innovación, a la imitación de las mejores formas de producir y a generar un flujo más continuo de información. La internalización de costos exige a las empresas a hallar modos más eficientes de producción. Dada la proximidad entre los agentes, los avances alcanzados en búsqueda de este fin son difundidos con gran alcance y efectividad.

Sin embargo, no todas son voces a favor de los clusters. Según algunos autores, como Martine Dirven<sup>22</sup> de la CEPAL, las ventajas que se esperaban lograr en América Latina en torno al desarrollo de los clusters y sus políticas de promoción aún no han tenido lugar. Las razones que justifican este comportamiento tienen que ver con diversos aspectos. En cuanto a la infraestructura, existirían falencias que imposibilitan el correcto crecimiento, como las vías de comunicación, los canales de transporte y los servicios complementarios. Por el lado de los propietarios de las firmas, tienen dificultades para reconocer las ventajas que produce la acción conjunta y, en general, sus políticas están asociadas más a la supervivencia que a la observación de la demanda. A nivel macroeconómico, las fluctuaciones e inestabilidades tendrían una influencia negativa mayor sobre los clusters locales que en países desarrollados.

---

<sup>21</sup> PORTER, M, Clusters and..., Op. Cit; pág. 89.

<sup>22</sup> DIRVEN, Martine, Complejos productivos, apertura y disolución de cadenas en Martine Dirven (comp.): Apertura económica y (des)encadenamientos productivos, Libros de la CEPAL, núm. 61, (Santiago de Chile, 2001), pág. 10.

Por ende, los responsables del diseño de las políticas deberían de considerar estos factores a la hora de evaluar la implementación de este tipo de medidas.

Muchos de los aspectos estudiados en este capítulo se verán ejemplificados en el caso específico del cluster vitivinícola mendocino, tema que desarrollaremos en las siguientes secciones del presente trabajo.

## CAPÍTULO II

### CONSIDERACIONES ACERCA DEL CLUSTER VITIVINICOLA

El presente capítulo aspira a reconocer los aspectos del sector vitivinícola que permiten identificarlo con el concepto de cluster productivo ya estudiado en la sección anterior. Para ello, se utilizarán documentos facilitados por Mendoza Productiva. Este organismo del gobierno lleva a cabo el Programa de Desarrollo Productivo y Competitividad de la provincia de Mendoza<sup>23</sup>.

Además, dentro de este Programa, desarrolló el subprograma de Iniciativa de Promoción de Clusters, cuyo objetivo específico es aumentar la competitividad de las cadenas de valor a través del apoyo a procesos de desarrollo de negocios y articulación de actores (empresas, instituciones de apoyo relacionadas, etc.) en torno a los clusters identificados en la provincia.

Para llevar a cabo este proyecto, en el año 2004 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) contrató a la consultora internacional The Cluster Competitiveness Group, fundada por el mismo Michael Porter, para que identificara los potenciales clusters de la provincia en los que fuera factible aplicar Iniciativas de Refuerzo a la Competitividad (IRC) que contribuyeran a lograr los objetivos propuestos.

Este requerimiento por parte de las autoridades locales ilustró el interés por desarrollar la competitividad de los sectores económicos, además de evidenciar el reconocimiento que se les otorga a los clusters productivos como medio para alcanzar dicha meta<sup>24</sup>.

Según los informes redactados por la consultora, se detectaron 19 clusters potenciales a lo largo del territorio provincial, de acuerdo a sus propios criterios para la identificación y análisis de clusters. Entre ellos se mencionan:

---

<sup>23</sup> El mismo se estructura en dos fases con un horizonte temporal de nueve años. Su financiamiento es en un 70% realizado por fondos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y en un 30% con fondos de contrapartida provincial, por un total en la fase I de US\$ 116 millones, y de US\$ 83 millones en la fase II.

<sup>24</sup> Otro acontecimiento importante que denota el creciente interés por el tema fue la realización del 4º Congreso Latinoamericano de Clusters en el mes de octubre de 2009, con sede en la provincia de Mendoza. Este evento convocó representantes de todos los sectores, con el fin de reconocer las necesidades de los clusters existentes y promover su desarrollo percibiendo debilidades y fortalezas.

- Pertenencia a un mismo negocio y cierto grado de especialización
- Concentración geográfica (variable)
- Cierta masa crítica (número de empresas)
- Presencia de distintos eslabones de la cadena de valor y otras industrias o servicios relacionados
- Orientados a servir una demanda que no sea sólo local

Dentro de los casos estudiados para este programa, se encuentra el sector vitivinícola, que fue considerado como uno de los más organizados y emblemáticos de la provincia, el cual es objeto de nuestro estudio.

Para finalizar, se analizarán también los factores claves dentro del sector mencionado (tales como localización, innovación, mano de obra especializada, etc.), para poder identificarlo como un cluster y trabajar de aquí en adelante utilizando ese criterio global. Esto será posible utilizando, adicionalmente, datos obtenidos de estadísticas provinciales y censos llevados a cabo por organismos estatales, tales como el Censo Industrial Provincial (CIP 2003), la Encuesta Agroindustrial 2008, entre otros.

## **2.1. Descripción del cluster**

De acuerdo al informe presentado por Competitiveness<sup>25</sup>, para comenzar a analizar el cluster vitivinícola, es necesario distinguir que existen tres negocios diferentes dentro de lo que es la producción de vino: vinos finos, vinos comunes y mostos.

Por un lado, el de los vinos finos, que corresponde a un vino fraccionado, de venta en tiendas más o menos selectas, en restaurantes de cierto nivel y en supermercados dirigidos a un público medio/medio-alto. Un porcentaje significativo de esta producción es exportado.

Por otro lado, el de los vinos comunes, de venta a granel, en tetrabrick o fraccionado en botellas de más de un litro, dirigido a un público que compra por precio. Se enfoca, mayormente, a un mercado local.

---

<sup>25</sup> THE CLUSTER COMPETITIVENESS GROUP S.A., Identificación y Análisis de Clusters en Mendoza (ART1003), 2004.

Por último, el del mosto, que es el jugo de la uva. En Argentina se produce simple, concentrado (destinado a la elaboración de jugos, golosinas, jarabes, dulces, panificados y edulcorantes para bebidas gaseosas) y sulfitado (principalmente para jugos de uva). El mayor porcentaje de la producción se exporta.

La frontera entre vinos comunes y finos no es tan clara. Puede darse el caso de encontrar un vino elaborado con varietales, pero que presente un valor similar al de un vino común de mayor calidad. Es fácil, también, encontrar casos de bodegas que pueden estar produciendo los dos tipos de vinos, sobre todo aquellas que habiendo producido históricamente vinos comunes deciden dar un giro estratégico hacia la producción de vinos finos y que por tanto, para ir subsistiendo durante ese proceso de cambio, es normal que compatibilicen ambos negocios. Esto se debe a que, actualmente, el mercado del vino se orienta cada vez más a la producción de vinos finos, de alta calidad, con la idea de diferenciar el producto para captar mercados más exigentes.

### 2.1.1. El negocio de los vinos comunes o básicos

De acuerdo a la información recabada por la consultora en 2004<sup>26</sup>, existían más de 500 bodegas elaboradoras de vinos básicos. Las principales empresas eran: Fecovita (cooperativa de 2º grado que agrupa a 34 de primer grado); Peñaflor, RPB-Baggio, Garvín y Recero.

Estos 5 grandes grupos suponían entre un 70-75% del volumen total de vinos básicos. Unas 40 bodegas medianas también vendían vino como producto final. El resto de elaboradores, es decir, más de 470 bodegas, eran bodegas trasladistas que elaboran vinos básicos para terceros (es decir, para los 5 grandes grupos y las 40 bodegas medianas).

Actualmente, es de esperarse que la cantidad de bodegas que siguen produciendo sólo vinos comunes haya mermado, debido al boom exportador de vinos de alta calidad enológica que se evidencia hoy en día. Como se analiza más adelante, la mayoría de las bodegas mendocinas han volcado su producción a los vinos finos, los cuales presentan un precio superior y mayores posibilidades de colocación en el mercado, tanto interno como externo.

---

<sup>26</sup> THE CLUSTER COMPETITIVENESS GROUP S.A., Identificación y..., Op.Cit; pág. 69.

Para entender mejor que se trata de un negocio completamente distinto al de los vinos finos, cabe destacar que Garvín o Baggio son empresas elaboradoras de bebidas y que contemplan al vino como una bebida más. Peñaflor, que también elabora vinos de calidad (como el Trapiche) compite en los dos negocios pero con unas estructuras productivas y comerciales completamente distintas, prueba evidente que la misma empresa considera que son dos negocios bien distintos.

### 2.1.2. El negocio de los vinos finos<sup>27</sup>

En 2008, se estimaba que el 43% de la producción total de vino del país correspondía a vinos finos. Del total de bodegas mendocinas, la mayoría fracciona vino y las otras elaboran vino de calidad fina, pero lo venden a las otras bodegas. La mayor parte de las bodegas de vino fino con producto final se concentran en la zona de Gran Mendoza (Luján, Maipú, etc.), en Valle de Uco y algunas en el Oasis Sur. En el Oasis Este existen productores y bodegas elaboradoras de variedades finas pero venden la producción a las bodegas de otras zonas.

Entre las principales empresas de vinos finos se pueden mencionar: Zuccardi, Grupo Catena Zapata (La Rural, Esmeralda, Escorihuela, y Catena Zapata), Trivento (Chile), Chandon (Francia), Norton S.A., Nieto Senetiner, Grupo Salentein, Bianchi, Navarro Correas y Grupo Peñaflor (Andean Viñas, Santa Ana, La Rosa, Trapiche, Las Moras y El Esteco).

En los últimos años han tenido lugar un número importante de inversiones extranjeras orientadas a la elaboración de vinos finos, hasta llegar a un cifra de más de 20 inversiones directas como Chandon (Francia), Salentein (Holanda), Séptima (España), Allied Domecq (Gran Bretaña), Seagrams (Canadá) , Trivento (Chile) Swarosky (Austria), Pernod Ricard (Francia), Doña Paula- Santa Rita (Chile), entre otras.

---

<sup>27</sup> Ibídem, pág. 69.

### 2.1.3. El negocio del mosto<sup>28</sup>

Algunas empresas se hallan focalizadas únicamente en la producción de concentrados, y desarrollan una estrategia basada exclusivamente en semielaborados con clientes industriales. En el resto de las empresas, los concentrados constituyen una opción o una unidad de negocios, tratándose de la comercialización de un producto de una fase intermedia de su propia cadena productiva.

Existen empresas donde la alternativa de comercialización de concentrados o semielaborados puede subordinarse jerárquicamente en importancia al negocio principal, es decir, el producto final para la competencia en los mercados alimentarios (vinos o conservas).

Esto sucede, por ejemplo, en aquellas bodegas que producen complementariamente cantidades variables de mostos, cuyo volumen es definido cada año, de acuerdo a las exigencias del marco regulatorio, de la presión de la demanda, del análisis costo-beneficio, etc<sup>29</sup>. Para estas firmas, el negocio tradicional y central es el vino, y los mostos constituyen una opción más o menos atractiva en diferentes momentos<sup>30</sup>.

El jugo de uva concentrado ha evolucionado desde ser la alternativa (sostenida normativamente) para evitar la crisis de sobreproducción de uvas comunes frente a la caída de los mercados de vinos básicos, hasta constituirse en un negocio con entidad propia, donde la Argentina emerge como uno de los líderes internacionales. Hoy existen empresas especializadas en jugos de uva, y otras vitivinícolas que han creado unidades de negocios dedicadas al mosto. Se trata, además, de un producto exportado en un alto porcentaje, ya que el mercado interno es muy débil. Se trata de commodities de alta variabilidad en los precios, de acuerdo a la lógica de los mercados internacionales.

---

<sup>28</sup> *Ibíd*em, pág. 32.

<sup>29</sup> Más adelante en este trabajo, se desarrolla el tópico de las regulaciones impuestas a la producción de uva, como es el caso del Acuerdo Interprovincial entre Mendoza y San Juan que fija un porcentaje de la uva que se destina a mosto en vez de a la producción de vino.

<sup>30</sup> Cabe destacar que en el informe presentado por la consultora Competitiveness Group no se considera la producción de mosto como parte del cluster vitivinícola, sino dentro del de Concentrados para Industria. Este trabajo difiere de dicha percepción por considerar que la mayoría de las empresas productoras de mosto no lo hacen como fin último, sino que se encuentran en una fase intermedia de la cadena de vinos. De hecho, en el informe citado se menciona la posibilidad de mirar este negocio desde ambos ángulos.

Dentro de este marco general, existe una tendencia interesante de la demanda, que requiere características especiales de los productos, además de los tradicionales –concentrado estándar sulfatado–, como son virgen, kosher (estándar o virgen), orgánico, etc. Para cada producto el comprador puede demandar parámetros diferentes. La atención de estas demandas es una alternativa interesante frente a la alta inestabilidad en volúmenes y precios de los mercados de estos productos semi-procesados agroalimentarios.

#### 2.1.4. La industria proveedora auxiliar<sup>31</sup>

Consideración aparte merece toda la industria auxiliar del negocio vitivinícola. En muchos casos, este tipo de empresas están adscritas, según la estadística tradicional, a otras áreas económicas de actividad (por ejemplo, un fabricante de depósitos de acero inoxidable se encontraría ubicado en el sector metalmecánico). Uno de los aspectos más relevantes en la definición del ámbito de un cluster es toda la cadena de proveedores y, en este caso, el cluster vitivinícola es una buena muestra de lo importante que es esta cadena.

Se han estimado más de 200 empresas mendocinas proveedoras del sector del vino. Grosso modo, podrían dividirse en dos grandes grupos:

- Proveedores de insumos de producción (son un coste para la bodega) -el número total se estima en más de 125 empresas-.
- Proveedores de bienes de equipo (son una inversión que las bodegas deben amortizar). Se han identificado con nombre más de 40 empresas y es fácil estimar el número en unas 75 empresas como mínimo.

Respecto a los insumos de producción cabe destacar:

- Vidrio (Rayen Cura-Saint Gobain y Catorini)
- Tetra brik
- Etiquetas
- Corcho

---

<sup>31</sup> Ibídem, pág. 70.

- Cápsulas
- Cajas cartón y otro packaging
- Insumos puros de proceso (químicos, levaduras, etc.)

Los insumos de producción ya están reflejados como valor agregado en el precio final del vino y por tanto no deben añadirse como facturación adicional del sector. Respecto a los bienes de capital (la mayoría englobados estadísticamente en la metalmecánica), cabe destacar que en cualquiera de las operaciones siguientes del proceso de producción hay proveedores de bienes de equipo:

- Recepción
- Mesa clasificación
- Despalillado / estrujado
- Bombeo (bombas especiales para vino)
- Tanques (inoxidable)
- Prensas y escurridores
- Filtrado
- Fraccionamiento / envasado
- Empacado
- Cintas transportadoras (a lo largo de todo el proceso)

Algunos ejemplos son:

- Intrial (distribuidor bombas y otros para vino)
- Buccolini (tanques y prensas)
- Tecnovin (máquinas para bodegas, tanques, etc.) -antigua Franino-.
- Dellatofola (ITA) (tanques) -instalado después de la devaluación-.
- Vello (ITA) (tanques) -instalado después de la devaluación-.
- CSC (tanques)
- Cooperativa Metal Liniers (tanques)

- Tia-Inox (tanques)
- Cormet (pequeñas maquinas)
- Taschin (intercambiadores)
- Abelardo Sabina (intercambiadores calor)
- Tefilmet (filtros)
- IEF (movimentación y fraccionamiento)
- Tamer (cintas transportadoras)
- Sguazzini (cintas transportadoras)
- Bicoca (fraccionamientos)
- Ferrero (líneas envase pequeñas)
- Fast (líneas de empaque)

Como bien menciona el informe citado de Competitiveness, se hace muy difícil estimar la facturación de las empresas que venden bienes de equipo para el sector vitivinícola en Mendoza. Dicha facturación, partiendo de la base de la incorrección de las amortizaciones, sí debiese sumarse a la facturación del sector para llegar a una cifra de facturación total.

En los años '90, con la paridad uno a uno, se llevaron a cabo muchas inversiones en tecnología productiva en Mendoza, especialmente en maquinaria y líneas para elaborar vinos finos. Con la devaluación, esta situación cambió y la pérdida de poder adquisitivo local fue tal que, incluso, algunas empresas como las italianas Dellatofola o Vello han tenido que instalarse en Mendoza para poder seguir siendo proveedoras del mercado local.

Por lo expuesto, actualmente los bienes de equipo importados se limitan a los indispensables, y siempre que es posible se cubre con proveedores locales. Se estima que el total de inversión en bienes de equipo debe rondar los 40 millones de USD al año (lo que supondría, en promedio, un 7% de la facturación). Esta cifra hay que tomarla como promedio, pues puede variar fácilmente del 5% al 10% de un año a otro. De esos 40 millones de USD, se puede estimar que hoy en día unos 20 millones se cubren con proveedores locales, y el resto

se importa (estos porcentajes eran mucho más favorables a las importaciones en la época del uno a uno y se podían fácilmente situar en un 70% importado y un 30% nacional).

#### 2.1.5. Gráfica vitivinícola<sup>32</sup>

Las principales empresas gráficas miembros del cluster vitivinícola son:

- Smovil
- Melfa S.A.
- Litografía Cuyo
- Oeste Argentino
- Litografía Andina
- Antich

Además, se puede contar con otras 10 empresas de menor tamaño, que producen pequeñas escalas de etiquetas.

El principal producto de estas firmas es la producción de etiquetas y contraetiquetas. Adicionalmente, pueden producir folletos o cuellos, pero en mucho menor medida.

La etiqueta vitivinícola ha ido adquiriendo creciente importancia en la presentación del producto y, en consecuencia, las exigencias de la industria se han incrementado notablemente. En el caso de los vinos de alta gama y destinados a la exportación, las exigencias son mucho más pronunciadas.

La industria vitivinícola requiere altas capacidades de impresión, estampado, troquelado y terminación de los productos, con rigurosos niveles de calidad. En consecuencia, estas exigencias se traducen al proceso tecnológico y la capacitación de los recursos humanos.

En materia de tecnología, el requisito más riguroso es la creciente demanda de etiquetado autoadhesivo, en reemplazo del tradicional pegado húmedo. Esta modalidad permite mejorar el aspecto final de la etiqueta, utilizar formas más complejas que las tradicionales etiquetas rectangulares, y facilita la operación de etiquetado (minimizando

---

<sup>32</sup> Ibídem, pág. 18.

defectos) en la línea de embotellado. La producción de etiquetas autoadhesivas requiere de tecnologías Flexo, de la cual sólo disponen algunas firmas selectas mendocinas. El equipamiento y la puesta a punto de una línea de producción es costoso en tiempo y dinero, pero existen otros proyectos para incorporar este tipo de tecnologías.

En las empresas de etiquetas se evidencia una buena articulación de la demanda del sector vitivinícola, en particular con el de los vinos finos, dada su creciente exigencia de calidad y de tecnología.

#### 2.1.6. Otras instituciones del cluster<sup>33</sup>

Por un lado, existen asociaciones del sector como son:

- Bodegas de Argentina
- Unión Vitivinícola Argentina
- Centro de Bodegeros y Viñateros del Este
- Cámara de Productores y Exportadores de Mostos
- Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR)
- Wines of Argentina
- etc.

Por otro lado, existen dos facultades de enología, un Master en vitivinicultura, algunas escuelas técnicas, la delegación provincial del INTA en Luján de Cuyo, el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), entre otros.

## 2.2. Análisis de los principales aspectos del cluster

En esta sección se analizarán distintos factores que hacen a la existencia del cluster vitivinícola, y que sirven para reflejar la situación que presenta el sector en estos últimos años.

---

<sup>33</sup> Ibídem, pág. 72.

### 2.2.1. Localización

Esta variable, como estudiamos en el capítulo anterior, es tenida en cuenta prácticamente en todas las corrientes de estudio de los clusters. Como ya analizamos, la aglomeración es un aspecto distintivo para el reconocimiento de estos organismos, y es precisamente esta cercanía la que permite la realización de muchas de las externalidades generadas por el mismo, como así también el desarrollo de la competencia y los procesos de innovación. La ubicación de las firmas puede estar asociada a diversas razones, y constituye el factor principal a analizar de un posible cluster productivo.

La localización cercana a los centros de distribución de los factores necesarios puede constituir una fuente de ahorro de costos de transporte para aquellas firmas que los demandan. Este aspecto resulta en un atractivo a la localización de las empresas, y por lo tanto, un fortalecimiento de la concentración geográfica en torno al cluster.

En el caso específico del sector vitivinícola, la localización refleja varios aspectos importantes que es necesario destacar. De acuerdo a los datos observados en el CIP 2003<sup>34</sup>, la mayoría de las firmas se están abasteciendo con materias primas de origen local, aproximadamente un 60% exclusivamente y un 12% más combina en menor medida con materia prima nacional e importada. Esto refleja que su localización en la provincia resulta una ventaja para la provisión de factores, dada su proximidad a los puntos de producción. Esta situación se ve confirmada para el caso de los proveedores, donde un 75% de las firmas manifiesta trabajar exclusivamente con productores de origen local.

No obstante, conforme a las percepciones de los propietarios de las firmas, éstas no tienen la necesidad de colocarse en las cercanías a los polos industriales. Resulta difícil reconocer cuáles son las causas que dan origen a este comportamiento. Sin embargo, esta situación revela que las empresas o no se desean trasladar por razones de costos, o porque desde el lugar actual su posición estratégica es lo suficientemente favorable como para no alterarla.

---

<sup>34</sup> Los datos relevados en el CIP 2003 denotan ciertas semejanzas con los presentados en la Encuesta Agroindustrial del 2008, por lo que se considerará que estos datos son similares a los actuales.

Por otro lado, esta fuerte interacción con los mercados locales hace que las fluctuaciones de mercado interno influyan fuertemente sobre las condiciones en las que se produce.

### 2.2.2. Mercado laboral y nivel de capacitación

Las empresas que se instalan en las cercanías del mercado de un tipo de mano de obra logran ventajas debido al grado de especialización del cual disponen los trabajadores concentrados en esa región.

Siguiendo la línea de pensamiento de Ramos ya estudiada y las características analizadas por Porter, la mano de obra especializada se encuentra en las cercanías del aglomerado y, por lo tanto, se logran importantes reducciones en la búsqueda y se ahorran costos de transacción en los reclutamientos. Además, esta concentración también genera que obreros de industrias cercanas se vean motivados a incorporarse a la oferta laboral del cluster, lo cual también reduce el costo de contratación.

De acuerdo a la información reportada en el CIP 2003, se puede decir que la masa laboral se encuentra fuertemente concentrada en el área de producción en un 70% del total, por lo que las observaciones que se tengan respecto de este tipo de mano de obra reflejarían conclusiones para gran parte del total empleado.

El nivel de especialización de la mano de obra también es un aspecto muy importante para el logro de resultados del cluster, y a su vez, el grado de especialización está muy relacionado con el nivel de capacitación y conocimientos de que disponen los empleados. De acuerdo a este censo, las firmas han revelado que existe una fuerte necesidad de realizar capacitaciones sobre el personal.

Según el área de que se trate, las necesidades de capacitación van creciendo, como es el caso del Nivel Gerencial (áreas de Marketing, Comercialización y Finanzas). Por otro lado, el cargo de Operario, que es el que presenta mayor cantidad de empleados en este cluster, también requiere de capacitación constante para sus trabajadores.

Claramente, el cluster no logra los niveles deseados de capacitación, lo cual podría tener efecto sobre los atractivos de localización de las empresas para acercarse a la mano de obra

especializada. Si se desea alcanzar mejor calidad de mano de obra y competitividad por medio de ella, es necesario actuar sobre estas necesidades reconocidas.

### 2.2.3. Oportunidades y amenazas comunes a las firmas

Las empresas que componen el cluster logran, en su etapa de madurez, un grado de confianza y cooperación que las conduce a enfrentar las amenazas y oportunidades de manera conjunta. El aprovechamiento de estas oportunidades puede alcanzarse de un modo más efectivo si su explotación se realiza de esta manera, constituyendo así un atractivo más para las empresas fuera del cluster. Por otro lado, las amenazas pueden enfrentarse con mayores probabilidades de éxito cuando se coopera, puesto que se dispone de mayores recursos. Si esto se logra, se fortalece la confianza entre los miembros y se hace más sólido el vínculo que le da razón a la aglomeración de firmas.

Los factores que más afectan a las empresas del sector vitivinícola son las condiciones del mercado interno, lo cual es consecuencia directa de que el origen del abastecimiento sea de proveedores locales, y que la colocación de productos sea en el mercado interno.

Por lo expuesto, las políticas a diseñar para el desarrollo del aglomerado no podrán dejar de tener en cuenta las fluctuaciones en aquellos elementos que puedan tener efecto sobre el mercado interno, entre estos el nivel general de precios, el nivel de empleo, el nivel de ingresos y los determinantes de la demanda agregada, como la tasa de interés, el consumo y la inversión.

### 2.2.4. Competencia interna

La competencia interna constituye un aspecto muy importante del cluster, a tal punto que puede condicionar el logro de su éxito. Según Porter, el cluster promueve tanto la competencia como la cooperación, mientras que internamente las firmas luchan para ganar y retener clientes. Un aglomerado en que no exista una vigorosa competencia seguramente fracasará. La clave de la productividad de las empresas no radica en los puntos en los cuales compiten, sino en el modo en que lo realizan.

Según un estudio realizado por la CEPAL, el cluster vitivinícola indica una alta concentración del mercado, dado el resultado del índice de Herfindahl-Hirschman, que arroja un resultado de 0,1632 (bastante cercano a 1 en términos porcentuales)<sup>35</sup>. Esto quiere decir que la competencia local interna resulta ser relativamente baja.

#### 2.2.5. Especialización

El grado de especialización que alcanzan las firmas del cluster deriva del proceso de competencia que tiene lugar dentro de la aglomeración de empresas. Para Altenburg<sup>36</sup>, este es un aspecto propio del cluster, y está estrechamente relacionado con la división del trabajo. Porter señala que los factores de producción más importantes dentro del cluster son aquellos que tienen una inversión fuerte y sostenida en el tiempo, y a su vez están especializados. Esto debe de ser así, ya que la especialización de las empresas son las que permiten sostener las ventajas competitivas, lo cual requiere de inversiones continuas. Por otro lado, el grado de especialización que las empresas alcancen determinará la conformación de redes más o menos densas.

Para analizar este factor dentro del cluster estudiado, se tiene en cuenta que las empresas tercerizan parte de sus actividades. Mientras mayor sea esta tercerización, mayor será la concentración de recursos propios en las actividades productivas, por lo que se favorecerá la especialización. En el caso específico tratado, se observa una fuerte tercerización de los servicios de logística, lo cual libra de tiempo y factores que, a cambio de una contraprestación de dinero, pueden ser utilizados en otro tipo de acciones de la empresa.

En términos cuantitativos, la especialización constituye una variable difícil de reconocer. Desde la base de datos manejada no puede utilizarse más que la variable relacionada con la logística como un modo de reconocer las actividades tercerizadas. En principio la mayor parte de las empresas tercerizan los trabajos de logística, lo cual conduciría a pensar que en cierta

---

<sup>35</sup> Para mayor información sobre cómo se calcula este índice ver: ASPIAZU, D. y BASUALDO, E, El complejo vitivinícola en los noventa: potencialidades y restricciones; CEPAL, (Buenos Aires, 2001), págs. 110-120.

<sup>36</sup> ALTENBURG, T, La promoción de los clusters industriales en América Latina, (Buenos Aires, Argentina, 2001), pág. 89.

medida existe una serie de empresas que están prestando servicios para satisfacer esta demanda. Por lo tanto, habría especialización en cuanto a las firmas que proveen de estos servicios, y en un modo menos cuantificable, en el interior de cada empresa dada la liberalización de recursos propios no dedicados a esas actividades. No obstante, esto constituye una medida muy general de la especialización. Para un análisis más intensivo se requeriría conocer en mayor profundidad los productos que se elaboran y los servicios que se prestan para cada una de las empresas que componen el sector.

#### 2.2.6. Innovación

La innovación es una consecuencia directa de los efectos positivos que crea la cercanía de las empresas. Según Porter, dicha innovación se ve favorecida por los mismos factores que afectan la productividad y la tasa de crecimiento de ésta. El cluster es un medio que favorece el desarrollo de la innovación, puesto que brinda posibilidades de lograr beneficios que no se lograrían en economías de empresas dispersas.

De acuerdo al CIP 2003, las firmas del cluster vitivinícola no manifiestan una conducta innovadora de acuerdo a los criterios de la CEPAL. Es mucho mayor el número de firmas no innovadoras que aquellas que sí han desarrollado alguna de las iniciativas planteadas. Las razones encontrarían lugar en el modo en que tiene lugar la interacción de las empresas. Dado que la innovación se ha analizado desde el punto de vista de la tecnología de la información, sería importante observar cómo es el grado de acercamiento entre las firmas para favorecer el flujo de información. Este punto ha de tenerse en cuenta a la hora de diseñar políticas de desarrollo.

Esta visión es discutible si se tienen en cuenta otros criterios de innovación, ya que como hemos descrito anteriormente, se han realizado diversas inversiones en tecnología y bienes de capital en los últimos años, que permiten innovar en los procesos productivos.

### **2.3. Problemas y retos estratégicos actuales**

Como hemos analizado a lo largo del capítulo, el cluster vitivinícola presenta tanto situaciones favorables para su desarrollo como también retos a enfrentar para su eficiente crecimiento. Algunos de los tenidos en cuenta en el informe de la consultora Competitiveness son:

- 1) Tener una industria local competitiva en bienes de equipo y en insumos clave (como las levaduras), ya que el coste que suponen hoy en día, las importaciones y el hecho de no tener cerca a proveedores clave que suelen ser fuente de innovación, limita la realización efectiva del sector. Un cluster robusto, que funciona, debe tener proveedores críticos competitivos.
- 2) Tener suficiente acceso a fuentes de financiación para hacer frente a nuevas inversiones en bienes de equipo (indispensables para seguir en la senda de los vinos finos) y para financiar también el capital trabajo.
- 3) Garantizar el aprovisionamiento de uva (o de vino) de calidad. A medida que aumenta el número de bodegas que embotellan vino fino, crece la demanda de la uva de calidad varietal a una velocidad mayor que el crecimiento de la oferta por reconversión de la uva común.
- 4) Implantar incentivos que fomenten el cambio desde las uvas comunes hacia varietales de calidad por parte de los productores. Si se produce un cambio en la estructura productiva, el crecimiento de los vinos finos encontrará enseguida su cuello de botella para crecer, en la falta de disponibilidad de uva de calidad. Existen muchos pequeños productores con menos de 10 has de viñedos que tienen poco incentivo a cambiar de variedad cultivada.
- 5) Existen costes de gestión más elevados en el cultivo de varietales (como cabernets o syrahs) que a veces pueden llegar a no justificar el cambio a ellos desde una uva común (que es menos rentable pero da mucho menos trabajo).
- 6) Eliminar la distorsión que supone la cuota mínima destinada a mosto y que penaliza a los productores de vino fino. Esta medida genera una transferencia de renta de las bodegas de

vino fino a los productores de uva común, que es todo un ejemplo de medida desincentivadora de la innovación y la competitividad<sup>37</sup>.

7) Garantizar una regularidad en cuanto a la calidad del vino en las entregas a los clientes, y tener controlada su trazabilidad.

8) Aumentar su presencia en los mercados internacionales donde existe una fortísima competencia con otros vinos del nuevo mundo, especialmente los chilenos.

9) Desarrollar nuevos productos diferenciales en los mercados internacionales a partir de los activos locales (varietales, clima, imagen más europea, denominaciones de origen, “argentinidad”, etc.).

10) Multiplicar el número de “Zuccardi’s”, es decir, empresas reconocidas internacionalmente por una estrategia de marketing exitosa.

11) Resolver el problema de las denominaciones de origen (D.O.), a partir de un análisis detallado y un benchmarking internacional. Las D.O. se han manifestado como un factor muy limitativo en el crecimiento de las bodegas europeas, aunque han asegurado rentabilidades. Se trata de un *trade-off* que no tiene una solución obvia y es conveniente estudiarlo en profundidad antes de decantarse por una opción u otra.

12) Continuar con el aprovechamiento del turismo enológico y las “rutas del vino”. Hoy en día, más de 45 bodegas de vinos finos cuentan ya con un responsable turístico. Este negocio complementa las ventas y permite mejorar la imagen de marca (sobretudo en el mercado nacional).

13) Necesidad de identificar los mercados target del Norte de Europa, Estados Unidos y Japón en los segmentos medio y medio-alto, con mayor detalle.

14) El reto de la distribución. El poder del negocio reside en el control de la distribución. La situación no es tan exagerada como en los vinos básicos donde hay menos jugadores y más grandes en la distribución, pero también se da la tendencia de una mayor concentración de la distribución a través de nuevas cadenas especialistas en vinos medios y medios -altos.

---

<sup>37</sup> Como se dijo, los retos y distorsiones aquí planteados fueron extraídos del informe presentado por la consultora encargada de analizar el cluster. Para concluir si el porcentaje fijado para mosto desincentiva al sector de vinos finos (o no lo hace), se debe referir a los siguientes capítulos de este trabajo de investigación.

### 2.3.1. La visión de Michael Porter

En noviembre de 2001, Michael Porter disertó en Buenos Aires sobre la competitividad de la economía de nuestro país<sup>38</sup>. Para sorpresa de muchos de los presentes, uno de los casos que mencionó este renombrado economista como ejemplo de su mundialmente famoso modelo del diamante competitivo –explicado en el primer capítulo de este trabajo- fue el sector vitivinícola de la provincia de Mendoza. Ofreció una visión global del mismo, y presentó su percepción sobre las fortalezas y debilidades que, en su opinión, deben ser tenidas en cuenta para mejorar la competitividad del sector.

A continuación se incluye el análisis de los principales factores mencionados por este autor. Los aspectos que él considera positivos son indicados con un signo +, los negativos con -.

<b><u>Condiciones de los factores</u></b>	<b><u>Industrias proveedoras y conexas</u></b> <b><u>(relacionadas con la del vino sin ser proveedoras)</u></b>
+Buena calidad de uvas disponibles localmente	
+Existencia de oferentes locales de etiquetas y otros insumos	+Proveedores locales relativamente sofisticados (botellas por ejemplo).
+Departamentos de enología especializados en las bodegas	-En general proveedores de maquinarias no disponibles localmente
-Dependencia de tecnología importada (por ejemplo: sistemas de irrigación, ciertas prensas)	
-Limitado capital riesgo	
-Limitada existencia de investigación conducida localmente	

<sup>38</sup> Extraído de un artículo del economista Sebastián Laza, publicado por la página de internet gestiopolis.com.

<b><u>Condiciones de la demanda</u></b>	<b><u>Estrategia y rivalidad empresarial</u></b>
+Consumidores argentinos receptivos a nuevos productos -Consumidores argentinos se adaptan a gustos y preferencias extranjeros	+Ingresos de algunas nuevas empresas en segmentos de alta calidad +Inversiones en tecnología agrícola y de bodegas -Tradicional poca rivalidad entre productores de calidad -La mayoría de las compañías todavía son administradas como empresas de familia

Como se observa, se presentan ciertas coincidencias entre la visión que Porter da al sector y las analizadas anteriormente. Es necesario tener todo esto en cuenta a la hora de pensar en políticas adecuadas para impulsar al sector en cuestión y evaluar cuáles han sido medidas distorsionantes de la competitividad en un pasado.

En el siguiente capítulo, se realizará una caracterización del sector vitivinícola actual, explicitando cuál es la participación relativa de la producción y las exportaciones de vino de la provincia de Mendoza en el total nacional. Este análisis permitirá completar la visión del cluster vitivinícola mendocino que se intenta exponer en el presente trabajo de investigación.

## CAPÍTULO III

### ESTRUCTURA DE LA CADENA VITIVINÍCOLA ARGENTINA

El objetivo del presente capítulo es hacer un análisis de la estructura del sector vitivinícola del país y de Mendoza, particularmente. Para ello, se presentan las principales cifras actuales relevantes para comprender mejor su funcionamiento, además de la evolución de dichas variables en el tiempo.

Por otro lado, se pretende dejar en claro la importancia que el sector posee para la economía de la provincia y del país entero, ya que se observará la posición que ocupa esta industria argentina en el mundo, donde compite con grandes potencias establecidas hace décadas atrás.

Por último, se intentará analizar el crecimiento que la cadena de vinos ha protagonizado a partir de los años noventa en adelante, destacando las posibles razones e impulsos que le permitieron llegar a tal fin.

Actualmente, Argentina es el principal país productor y consumidor del Hemisferio Sur. Según la información suministrada por la Oficina Internacional de la Vid y el Vino (OIV)<sup>39</sup> y Bodegas de Argentina<sup>40</sup>, en 2009 nuestro país ocupó el 9º lugar a nivel mundial, tanto en superficie implantada con vid (228.575 ha divididas en 26.175 viñedos) como en la producción de uva (el dato provisorio de 2010 indica 25,9 millones de quintales), la cual se destina casi totalmente a la vinificación (93,20% de lo producido se destina a tal fin). Ascende al 5º lugar de la tabla en la elaboración de vinos, compitiendo con potencias vitivinícolas tales como Francia, Italia, España y Estados Unidos (el dato provisorio para 2010 es de aproximadamente 13,7 millones de hl), representando el 5,5% del total mundial. En cuanto al consumo mundial de vino, Argentina obtiene el 8º puesto, siendo el consumo per cápita 26,57 litros.

---

<sup>39</sup> 8º General Assembly of the OIV, Tbilisi 2010, World Statistics.

<sup>40</sup> Vitivinicultura de Mendoza, Bodegas de Argentina, Mendoza, 21 mayo 2010.

### **3.1. La importancia del sector en Argentina y Mendoza**

En Argentina, el sector vitivinícola cumple un rol secundario en comparación con las principales actividades agroindustriales del país. Sin embargo, la vitivinicultura es una de las principales actividades económicas de la provincia de Mendoza. La participación del valor agregado vitivinícola en el Producto Bruto Geográfico (PBG) ha aumentado sostenidamente. En el año 2009, el PBG de Mendoza fue de U\$S 9.275 millones, donde la uva representó U\$S 360 millones y el vino y mosto U\$S 420 millones, es decir que el sector vitivinícola (uva, vino y mosto) representó el 8,5% del total (U\$S 780 millones). Debe tenerse en cuenta que si se descuenta el valor de la producción del petróleo en el Producto Total de la Provincia, ya que es un recurso no renovable, dicha participación aumenta considerablemente. Esto pone de manifiesto el papel relevante que la industria tiene en la generación de riqueza del territorio provincial<sup>41</sup>.

Mendoza es el centro vitivinícola más importante del país. Las áreas productivas se encuentran en oasis, próximas a los ríos de montaña más importantes, que proveen el agua necesaria para la irrigación de los viñedos y el resto de los cultivos. En la última década, se ha alcanzado un alto grado de desarrollo del sector, puesto de manifiesto en el mejoramiento de cepajes y en el perfeccionamiento tecnológico.

Como menciona Bodegas de Argentina, de los 13,7 millones de hl de vino elaborados por el país hasta mayo del 2010, 10,05 millones corresponden a la provincia de Mendoza, representando así el 73% del total producido en la nación. Asimismo, de 1.341 bodegas argentinas registradas en 2010, 929 son mendocinas; es decir, el 69,3% se radican en la provincia. Esto se corresponde también con la proporción de la producción de uvas de Mendoza en el total nacional, ya que aproximadamente el 65% del mismo proviene de dicha provincia.

La actividad exportadora también se ha expandido, logrando insertar los vinos argentinos, y particularmente los mendocinos, en el mundo. De este modo, los principales

---

<sup>41</sup> Datos extraídos del artículo "Importancia económica y fiscal de la vitivinicultura", 27 de septiembre, 2010, publicado en la página web: [carlosaguinaga.com.ar](http://carlosaguinaga.com.ar).

mercados han adoptado nuestros productos, lo que ofrece una importante ampliación de los horizontes para el sector vitivinícola en el país.

Del total del valor de exportaciones de la provincia, el sector vitivinícola representan un 41% (U\$S 620 millones). De acuerdo a datos del 2009, las exportaciones argentinas de vino alcanzaron un volumen de 2,83 millones de hl, y un valor de 630,8 millones de U\$S. Los datos para Mendoza son, respectivamente, 2,21 millones de hl y 558,9 millones de U\$S (78% del total de exportaciones de vino en hl corresponden a la provincia).

En cuanto al mercado interno, las cifras que se manejaron en 2009, en relación al valor y volumen, son \$7.178 millones y 10,3 millones de hl; de los cuales 7,8 millones de hl correspondieron a Mendoza (76% del total del país).

La recaudación de tributos provinciales en el año 2009 alcanzó la suma de \$1.589 millones (unos U\$S 426 millones). Si a esa recaudación le proporcionamos la participación en la economía del sector vitivinícola (un 8,5% del total), obtenemos que el sector aportó a las arcas provinciales \$135 millones el año pasado (unos U\$S 36,2 millones).

### **3.2. La producción de uva**

La provincia de Mendoza se puede dividir en las siguientes zonas productivas:

#### **Zona Centro**

Abarca Lujan de Cuyo, Maipú, Guaymallén, Godoy Cruz. Posee el 16.7% de la superficie vitivinícola de Mendoza. Posee unas 50.000ha, de las cuales 23.500 se hallan implantadas con vid. Se encuentra entre los 650 y 1.100m sobre el nivel del mar. El Malbec es el cepaje típico, aunque son también característicos el Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, entre otros.

- *Suelos*: franco-arcillosos con grava y canto rodado, permeables, baja salinidad. Irrigación por río Mendoza.

- *Clima*: templado frío a templado cálido, Tº media anual: 15ºC.

- *Variedades*:

- Tintas: Malbec, Cabernet, Merlot, Syrah.

- Blancas: Chardonnay, Chenin, Ugni Blanc, Tocai Friulano.

### **Zona Este**

Es la mayor productora de vinos de la provincia. Comprende San Martín, Junín, Santa Rosa, La Paz. Irrigación por los Ríos Tunuyán y Mendoza. Existen en la región aproximadamente 71.000ha de viñedos, y unas 480 bodegas. Predominan las variedades blancas y rosadas como Pedro Giménez y Cereza. Entre las tintas es típica la Bonarda.

- *Suelos*: origen eólico, franco arenoso a limoso, a veces salinos.
- *Clima*: templado, gran amplitud térmica anual: 2.200hs de sol en 210 días, favorables para el desarrollo vegetativo.
- *Variedades*:
  - Rosada: Criolla Grande, Moscatel Rosado, Cereza.
  - Tintas: Malbec, Tempranillo, Sangiovese, Barbera, Merlot, Syrah.
  - Blancas: Chardonnay, Viognier, Ugni Blanc.

### **Zona Norte**

Representa el 9.87% del total de la superficie vitivinícola de la provincia. Casi 15.000ha se encuentran implantadas con vid en esta zona. Comprende las áreas de menor altura sobre el Río Mendoza (irrigado por este mismo): Lavelle, Las Heras. En general, la región es apta para la producción de vinos blancos como Chenin, Pedro Giménez, Ugni Blanc y Torrontés.

- *Suelos*: profundos, poca pendiente, algo sólidos.
- *Clima*: templado, cálido: T<sup>º</sup> media: 25.4ºC.
- *Variedades*:
  - Rosadas: Cereza, Criolla Grande, Moscatel Rosado.
  - Blancas: Chenin, Pedro Giménez, Ugni Blanc, Torrontés.
  - Tintos: Tempranillo, Syrah, Bonarda.

### **Zona Sur**

Comprende los departamentos de San Rafael y General Alvear. Existe un total de 26.200ha implantadas, con más de 240 bodegas. Es la principal zona de producción del cepaje Chenin. Otra variedad típica de la zona es la Bonarda. Irrigados por los Ríos Atuel y Diamante.

- *Suelos*: aluvionales, gran cantidad de calcáreo y subsuelos pedregosos.

- *Clima*: Tº media, 15ºC y 22ºC en enero.
- *Variedades*:
  - Tintas: Malbec, Bonarda, Cabernet Sauvignon, Tempranillo.
  - Blancos: Chenin (cena del Chenin, muy frutado).
  - Rosadas: Pedro Giménez, entre otras.

### **Zona Valle de Uco**

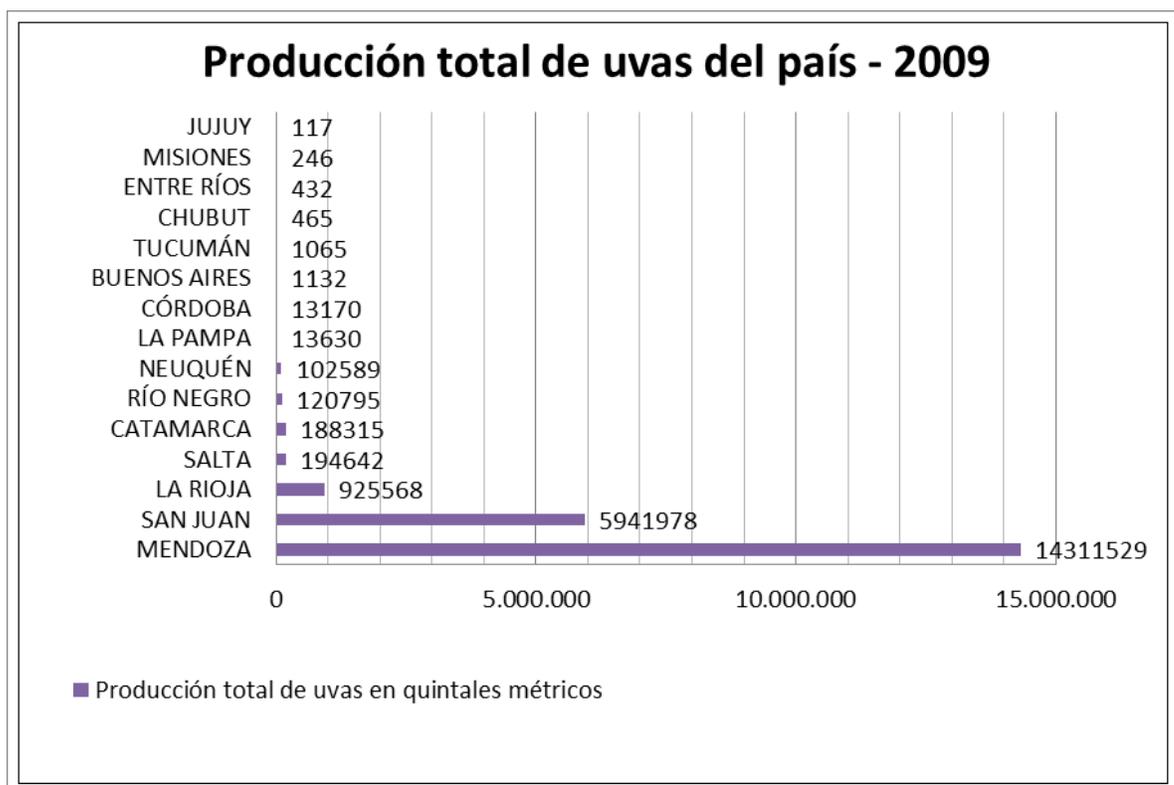
Ubicado al sudoeste de la ciudad de Mendoza. Las altitudes varían entre los 900 y los 1.200m. Actualmente posee alrededor de 8.100ha de viñedos. En esta región se destaca Tupungato, por la calidad de las uvas que produce. También se incluye Tunuyán y San Carlos. Irrigados por los Ríos Tunuyán y Tupungato.

- *Suelos*: pedregosos con arena gruesa, algo de lino y escasa fertilidad, permeables y baja salinidad.
- *Clima*: inviernos rigurosos, veranos cálidos con noches muy frías (amplitud Tº diaria: 15ºC) Tº media anual: 14.2ºC (máximas 36.7ºC, mínimas -11.1ºC). Gran cantidad de heladas, en general está protegida de vientos, los predominantes son de S-O (suaves y frescos).
- *Lluvia*: 278mm anuales, de los cuales 223mm en primavera-verano y a veces granizo.
- *Variedades*:
  - Tintas: Malbec, Pinot Noir, Tempranillo, Barbera, Merlot, Sangiovese, Bonarda.
  - Blancas: Semillón (principalmente en Tupungato), Pinot Blanco, Pedro Giménez, Chardonnay, Chenin.
  - Rosadas: Torrontés Riojano.

Como se mencionó anteriormente, Mendoza es la provincia que posee mayor superficie implantada destinada al cultivo de la vid, alcanzando unas 160.704,3ha (70% del total nacional) y un total de 16.983 viñedos (65% del total nacional), en el año 2009. Asimismo, la producción de uva alcanza los 14.311.529 quintales métricos, cifra muy superior a lo producido por las demás provincias del país.

Los gráficos siguientes elaborados a partir de datos obtenidos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV)<sup>42</sup> permiten apreciar esta situación con mayor claridad.

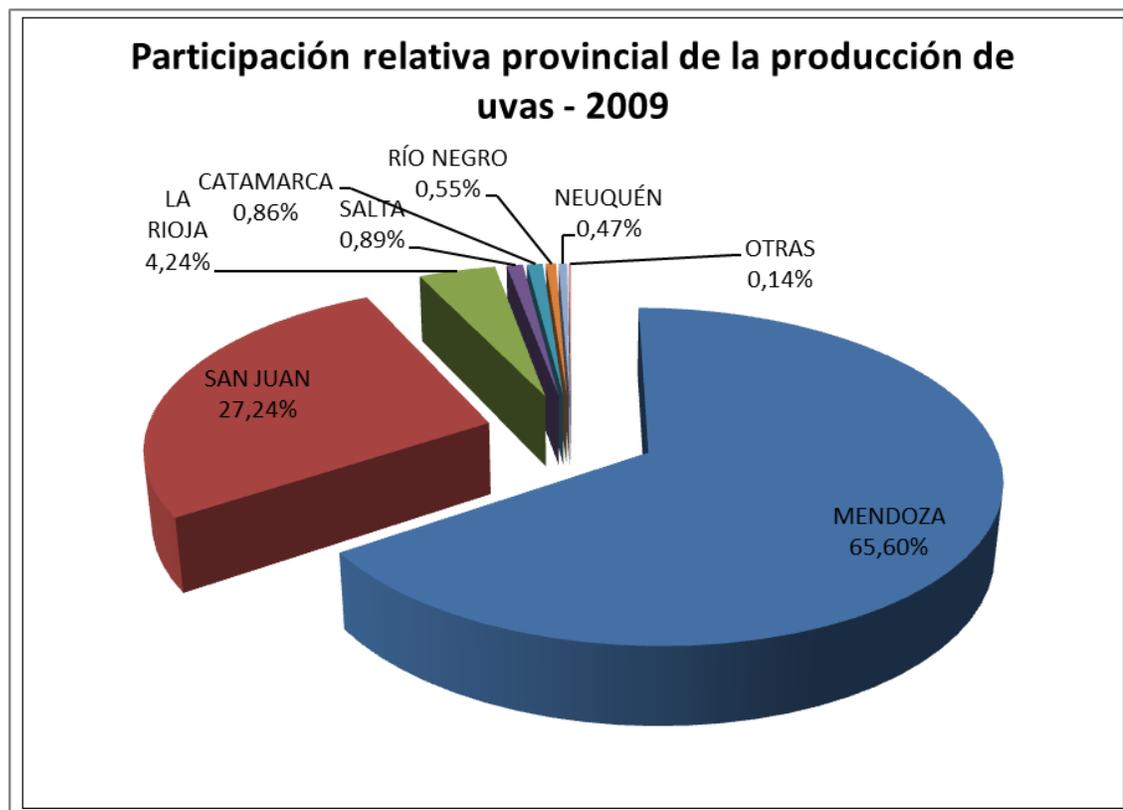
*Gráfico N° 3.1: Producción total de uvas del país, 2009.*



Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

*Gráfico N° 3.2: Participación relativa provincial de la producción de uvas, 2009.*

<sup>42</sup> Registro de viñedos y superficie. Base de datos congelada al cierre de la cosecha 2010, Instituto Nacional de Vitivinicultura, julio 2010.



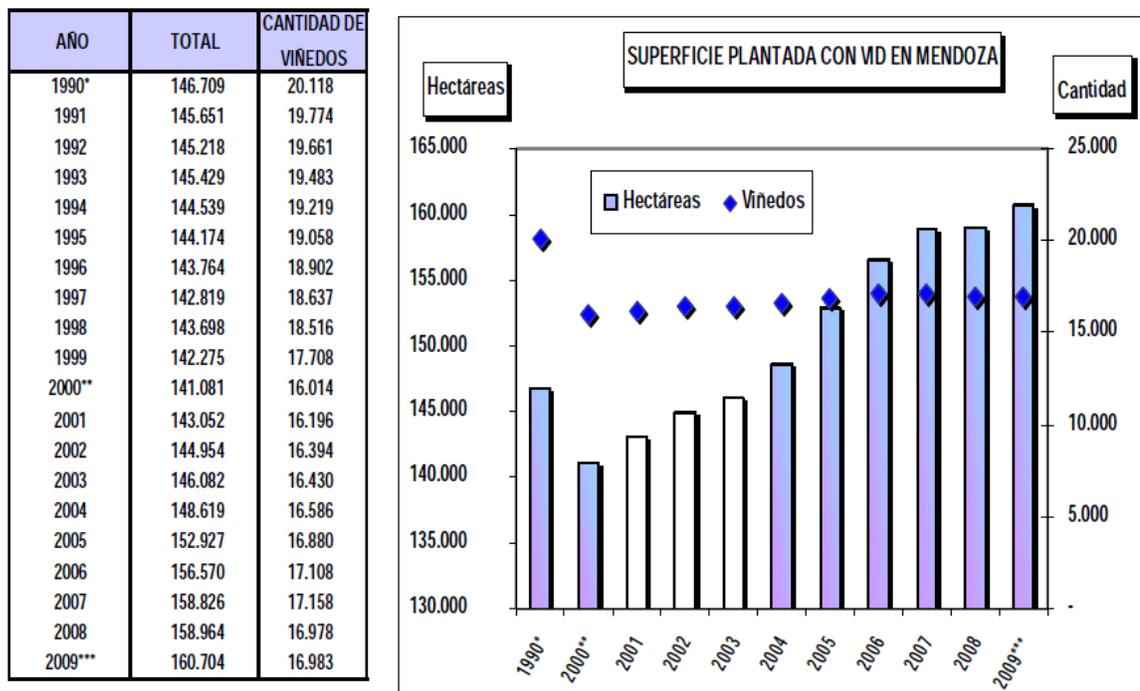
Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Para apreciar mejor las diferencias entre provincias, se analizan los porcentajes de participación relativa, donde se observa que el 65% de la producción nacional corresponde a Mendoza, seguido por San Juan con el 27%, y La Rioja con sólo 4%. Las demás provincias no aportan cifras significativas a la producción nacional de uvas.

El máximo histórico de hectáreas a nivel nacional se observa en el año 1977, con 350.000 hectáreas. A partir de entonces empezó un fuerte proceso de erradicación de viñedos viejos y de variedades de baja calidad, reconvirtiéndose a variedades de mejor calidad enológica. Este fenómeno se vio acentuado en Mendoza, donde a partir del año 2000 se observa una tendencia creciente en la superficie implantada, debido a la gran oportunidad que ofrecían los vinos finos y al boom de las inversiones extranjeras en el sector.

En el gráfico siguiente se puede observar esta tendencia a partir de los años '90 en adelante.

Gráfico N° 3.3: Evolución de la cantidad y superficie de viñedos en Mendoza.



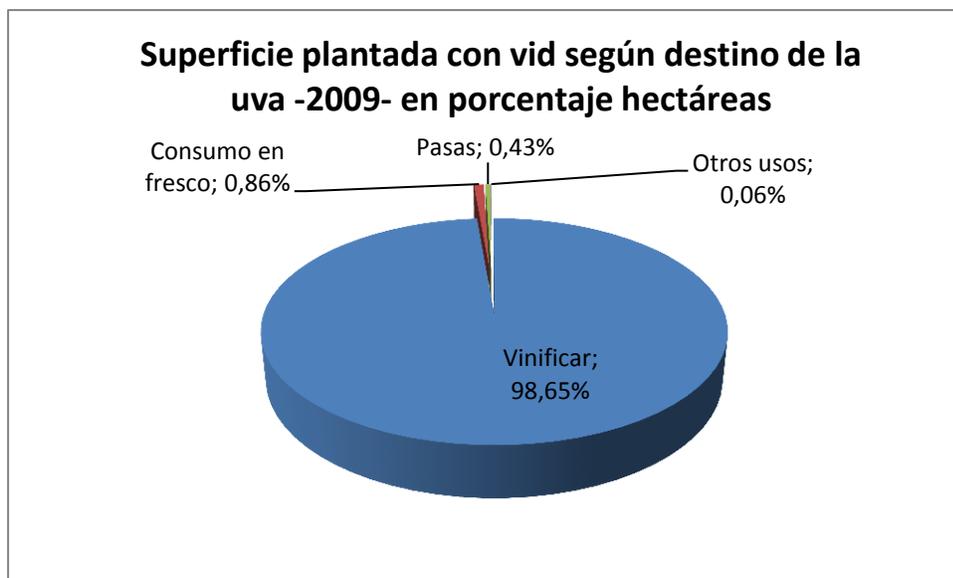
\*V Censo Vitícola Nacional \*\*Actualización Registro de Viñedos Resolución C 27/00 \*\*\*Base congelada al cierre de la cosecha 2010.

Los datos correspondientes al año 2009 indican un aumento en las hectáreas del 13,91% y una suba del 6,05% en la cantidad de viñedos, comparados con los del año 2000, y un aumento del 1,09% y del 0,03% con relación al año 2008. Si se compara con respecto a 1990, el aumento es del 9,54%.

Continuando con el análisis de los datos extraídos del informe de cosecha del año 2009 del INV, se puede mencionar que el 98,65% de la superficie plantada con vid es con variedades de vinificar y muestra un incremento del 13,89% con respecto al año 2000 y del 1,03% con relación al año anterior.

A continuación se presenta el gráfico que permite apreciar esta situación.

Gráfico N° 3.4: Superficie implantada con vid según destino de la uva, 2009.

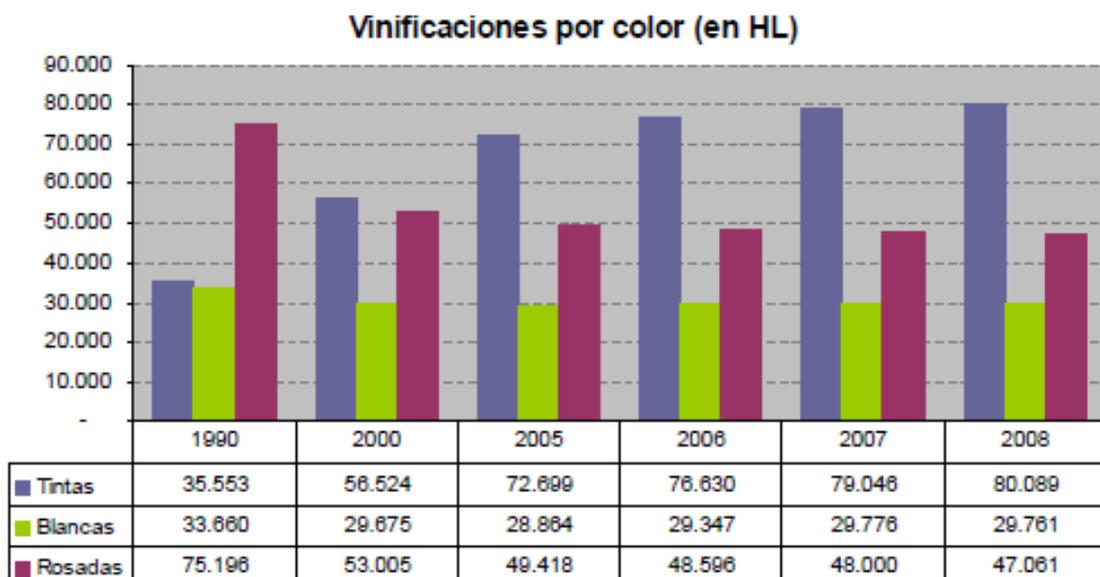


\*Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Como se aprecia, casi la totalidad de la uva se destina a la producción de vinos, siendo los otros destinos poco significativos en cuanto a porcentaje destinado a ellos.

Dentro de las uvas de vinificar, las tintas constituyen el 51,73% del total con incremento en la superficie del 45,09% con relación al año 2000, y del 2,40% con el año 2008. Las blancas significaron el 18,93%, con aumentos del 1,15% y del 0,86%, comparados los datos con los del año 2000 y 2008. Las variedades rosadas de vinificar representaron el 29,34% y continuaron en descenso.

Gráfico N° 3.5: Vinificaciones por color.



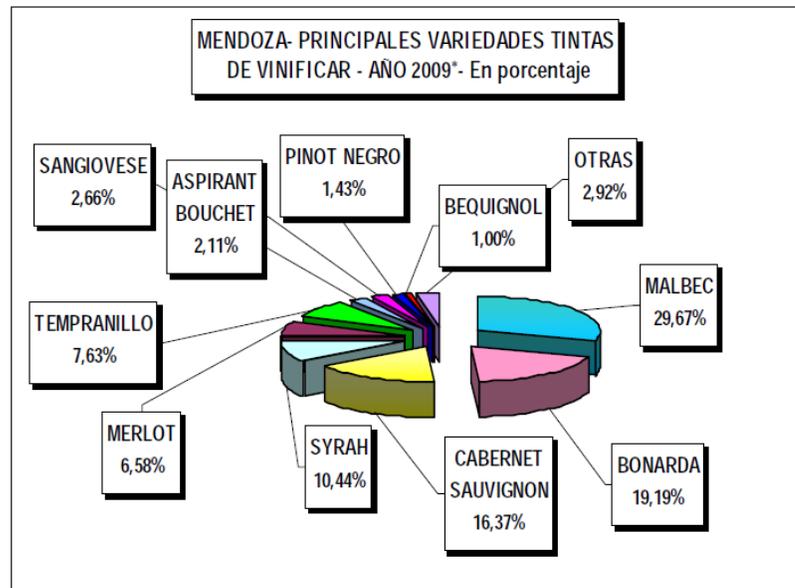
Fuente: INV.

El 75,67% de las variedades tintas de vinificar corresponde a las variedades Malbec (29,67%), Bonarda (19,19%), Cabernet Sauvignon (16,37%) y Syrah (10,44%), entre otras en menor proporción (en donde se pueden mencionar: Merlot, Tempranillo, Sangiovese, Aspirant Bouchet, Pinot Negro, Bequignol, entre otras). En las variedades rosadas se destacan Cereza (35,65%), Criolla Grande (43,24%) y Moscatel rosado (18,29%), entre otras (Criolla Chica, Valenci, Buonomico, Pinot Gris, Traminer, etc.). En las blancas, la mayor superficie corresponde a la variedad Pedro Giménez (34,69%), Torrontés Riojano (10,95%), Chardonnay (18,02%),

Chenin (8,33%), Sauvignon (6,17%) y Ugni Blanc (6,01%), entre otras (Gibi, Semillón, Sauvignonnasse).

Se ilustrará esta situación en los gráficos siguientes.

*Gráfico N° 3.6: Principales variedades tintas de vinificar, 2009.*



*Gráfico N° 3.7: Principales variedades blancas de vinificar, 2009.*

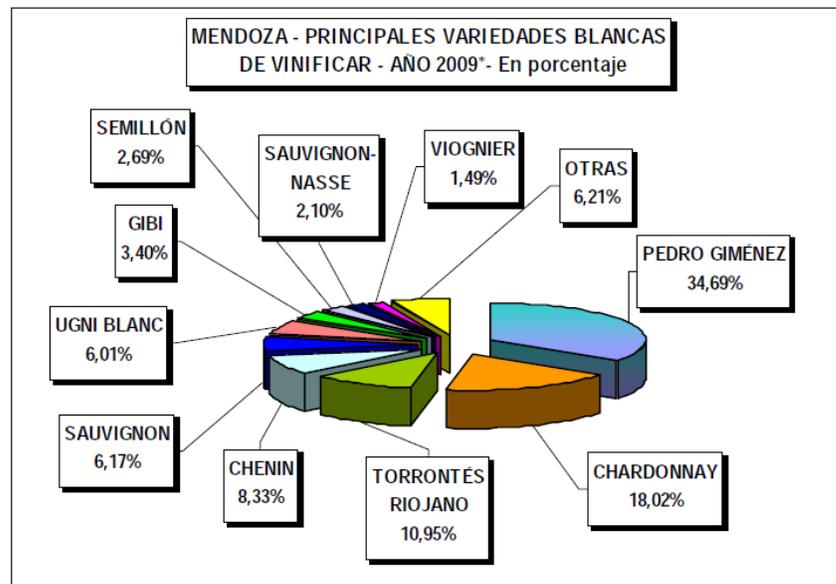
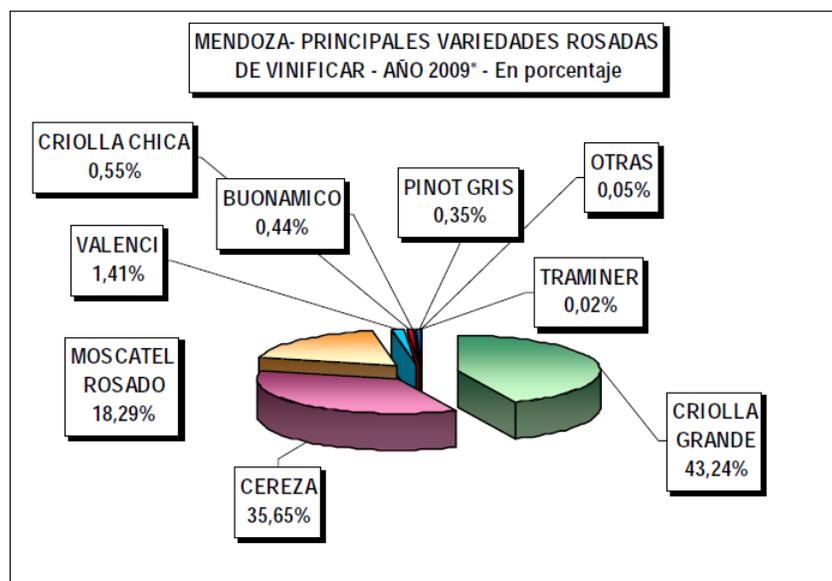


Gráfico N° 3.8: Principales variedades rosadas de vinificar, 2009.



\* Base congelada al cierre de la cosecha 2010

En el año 2009, el 66,37% de las variedades de vinificar corresponde a variedades de alta calidad enológica, con un incremento 31,17% con respecto al año 2000 y del 1,87% con el año anterior. Las otras variedades de vinificar mostraron descensos del 9,62% con respecto al año 2000 y del 0,58%, con relación al año 2008.

El 74,19% de estas variedades de alta calidad son tintas. La variedad Malbec representa el 31,17%; le siguen en importancia la variedad Bonarda, Cabernet Sauvignon y la variedad Syrah. Estas variedades significan el 79,49% del total de uvas tintas de alta calidad.

La superficie con variedades blancas de alta calidad enológica aumentó el 1,14% con relación al año 2008. Las variedades que expresan subas en las hectáreas fueron, Chardonnay, Sauvignon, Torrontés Riojano, y Viognier.

Por otro lado, la superficie con variedades para consumo en fresco y pasas constituyen el 1,29% del total y se destacan las variedades Red Globe, Sultanina Blanca, Arizul y Aconcagua.

Con respecto a la antigüedad de los viñedos, el 43,55% de la superficie implantada tiene entre 1 y 15 años, correspondiendo el 98,38% a variedades de vinificar con 68.845,62ha, el 1,39% a variedades de mesa y el 0,17% a variedades para pasas.

De acuerdo a la información obtenida de la base de datos de la provincia, se encuentran registradas 46.596 ha con año de plantación 2000 -2009, correspondiendo el 98,35% a variedades de vinificar (de estas el 81,05% son variedades tintas, el 13,24% blancas y el 5,71% rosadas). Se pueden mencionar en orden de importancia la variedad Malbec, Cabernet Sauvignon, Bonarda, Syrah, Tempranillo y Chardonnay.

### **3.3. Sistemas de cultivo**

Históricamente, el sistema de conducción del viñedo más utilizado en el país ha sido el parral, debido en gran parte a que este método se adecua a variedades comunes, las cuales siempre ocuparon mayor proporción de la superficie con viñedos. Incluso la participación del parral en el total implantado aumentó en el período 1990-1997 un 2% aproximadamente, a pesar de que la superficie destinada a variedades comunes disminuyó.

El segundo sistema más empleado es el espaldero bajo o viña, si bien su uso ha disminuido tendiéndose a la utilización del espaldero alto, debido a que logra mayores rendimientos.

El espaldero alto se adapta muy bien a las variedades finas, además de permitir la poda y cosecha mecánica. En el nivel nacional ha aumentado su participación del 10% en 1990 al 12% en 1997. Debe destacarse que Mendoza ha puesto el mayor énfasis en este cambio, reflejo de la constante modernización del sector.

El sistema de conducción predominante en la actualidad es el parral, que representó el 48,61% de la superficie con vid. Le sigue en importancia la espaldera alta con el 36,01% y la espaldera baja con el 15,11%. Los otros sistemas son poco representativos (cabeza, etc.).

Con respecto a la estratificación, se observa que predominan viñedos de superficie relativamente pequeña. La mayor cantidad de los mismos poseen un tamaño inferior a 5 ha, seguido por los que están entre las 5 y las 10 ha.

### 3.4. La elaboración de vinos

Entre las modalidades de ingreso de la uva a los establecimientos elaboradores de Mendoza, la más utilizada anteriormente fue la elaboración por cuenta de terceros, aunque actualmente la uva proveniente de viñedos de propiedad de la elaboradora ha adquirido mayor relevancia en la provincia. En promedio, el 35,87% de la uva ingresa de dicha forma, mientras que el 32,57% de la uva proviene de terceros, y el 31,56% restante es comprado a los productores.

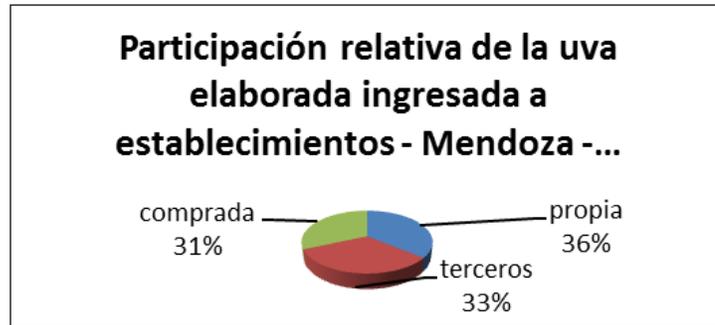
A continuación se incluye una tabla con los datos de la distribución por provincias de la modalidad de ingreso de la uva a los establecimientos, seguida de un gráfico que presenta la participación relativa de cada modalidad en la provincia de Mendoza, para el año 2009. Además, se presenta una serie histórica de las mismas, con el objeto de mostrar la evolución de cada modalidad y observar las transformaciones ocurridas en el sector.

*Tabla N° 3.1: Modalidad ingreso de la uva vinificada a establecimientos en el país.*

Provincias	Propia	Comprada	Terceros	TOTAL
Bs As	1.132	123		<b>1.256</b>
Catamarca	110.626	28.178	27.471	<b>166.275</b>
Chubut	465			<b>465</b>
Córdoba	512	13.654		<b>14.165</b>
Entre Ríos	205	227		<b>432</b>
Jujuy	117			<b>117</b>
La Pampa		10.119		<b>10.119</b>
La Rioja	599.114	16.710	231.606	<b>847.431</b>
Mendoza	5.160.914	4.539.961	4.685.160	<b>14.386.035</b>
Misiones			65	<b>65</b>
Neuquén	92.099	14.767	971	<b>107.838</b>
Río Negro	36.460	16.322	36.208	<b>88.990</b>
Salta	157.307	24.580	37.232	<b>219.120</b>
San Juan	556.644	2.502.087	1.994.056	<b>5.052.788</b>
Tucumán	371	368	21	<b>761</b>
<b>Total</b>	<b>6.715.966</b>	<b>7.167.098</b>	<b>7.012.791</b>	<b>20.895.855</b>

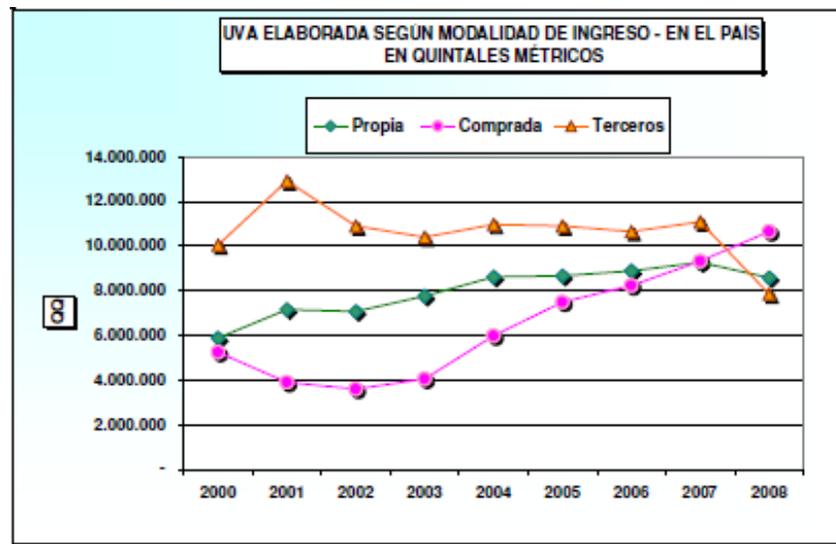
Fuente: INV.

Gráfico N° 3.9: Participación relativa de la uva elaborada ingresada a establecimientos, 2009.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INV.

Gráfico N° 3.10: Uva elaborada según modalidad de ingreso.



Como se mencionó anteriormente, en la actualidad se ha generado un cambio estructural importante en el sector, en cuanto a la modalidad de ingreso de la uva a los establecimientos vitícolas, ya que la provisión por parte de terceros ha perdido lugar frente a la inversión que han realizado las bodegas para adquirir sus propios viñedos y así unificar el proceso de elaboración de vinos.

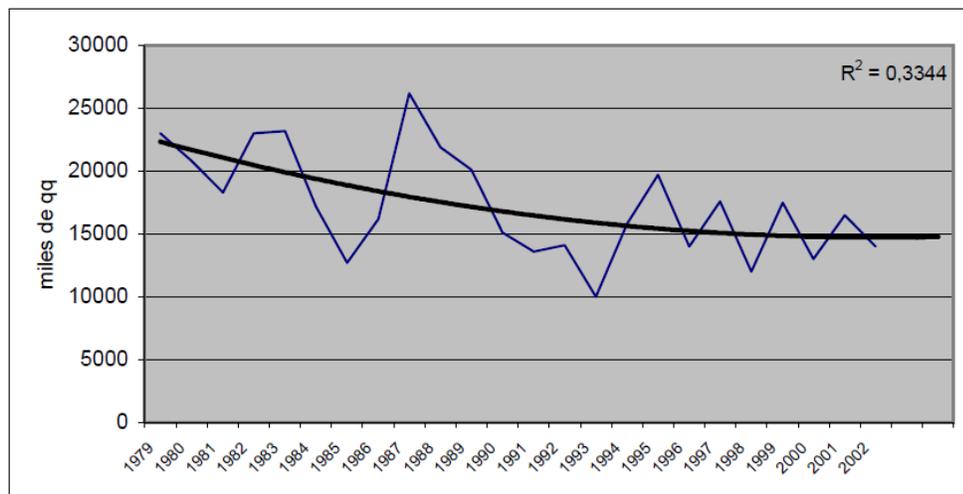
Si bien el gráfico se refiere a datos nacionales, las conclusiones son extensibles a la provincia de Mendoza. Este comportamiento se observa sobre todo en las grandes bodegas de

inversión extranjera de la provincia, que se ocupan mayoritariamente de elaborar vinos de alta calidad enológica.

Si se observa la evolución que ha experimentado la elaboración de vinos a nivel nacional, se advierte una leve tendencia decreciente. Como se analizará en el capítulo siguiente, esta situación se debe a que a partir de los '80 se realizó una masiva erradicación de viñedos en todo el país, que alcanzó el 38% del total de la superficie cultivada con vid, es decir, unas 128.000ha<sup>43</sup>. El objetivo de esta medida fue la reconversión hacia viñedos de mayor calidad, que cumplieran con los requisitos básicos para insertarse en el mercado mundial.

Tal comportamiento descrito se puede observar en el gráfico presentado a continuación.

*Gráfico N° 3.11: Evolución de la producción de uva en la provincia.*



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura, Series Estadísticas, varios años.

A partir de los años '90, por la gran apertura económica que se realizó en el país, muchas inversiones extranjeras directas ingresaron al sector vitivinícola mendocino, lo cual trajo como consecuencia el nuevo impulso de la producción de vino.

<sup>43</sup> Datos obtenidos de Bodegas de Argentina, Op. Cit.

En el gráfico siguiente se puede apreciar la tendencia creciente que posee la producción de Mendoza, desde el año 1991 hasta el 2008.

Gráfico Nº 3.12: Evolución de la elaboración nacional de vinos, en hectólitros, 1991-2008.

AÑOS	Mendoza	San Juan	Otras Provincias	TOTAL
1991	9.674.360	3.498.776	1.327.136	14.500.272
1992	9.821.418	3.248.312	1.281.015	14.350.745
1993	7.738.400	5.434.457	1.297.985	14.470.842
1994	11.896.224	4.863.749	1.412.937	18.172.910
1995	11.571.931	3.435.082	1.436.042	16.443.055
1996	8.974.847	2.644.888	1.061.271	12.681.006
1997	10.089.636	2.316.313	1.094.343	13.500.292
1998	8.087.640	3.458.087	1.127.655	12.673.382
1999	10.766.605	3.830.428	1.290.663	15.887.696
2000	8.062.633	3.266.148	1.208.039	12.536.820
2001	10.978.055	3.907.009	950.120	15.835.184
2002	8.721.480	3.011.068	962.597	12.695.145
2003	9.884.384	2.590.965	749.927	13.225.276
2004	11.416.191	3.103.257	944.841	15.464.289
2005	10.951.498	3.196.840	1.073.217	15.221.555
2006	11.463.003	2.943.233	990.114	15.396.350
2007	11.540.808	2.463.861	1.041.246	15.045.915
2008	11.024.275	2.715.882	936.258	14.676.415

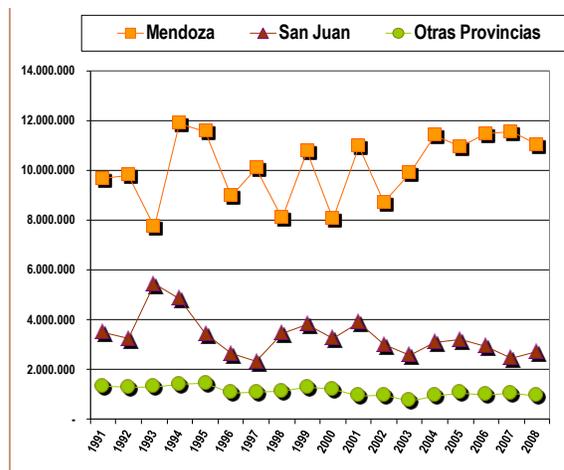


Tabla Nº 3.2: Elaboración de vinos en el país, en hectolitros, 2009.

PROVINCIAS	Catamarca	La Rioja	Mendoza	Salta	San Juan	TOTAL PAÍS
<b>Vino</b>	<b>3550</b>		<b>9153301</b>	<b>3086</b>	<b>2081461</b>	<b>11391022</b>
blanco			3191697	921	1071160	4302202
rosado			140315		13017	153331
tinto	3550		5821290	2165	997285	6935489
<b>Regional</b>	<b>65231</b>	<b>448373</b>		<b>157152</b>		<b>680920</b>
blanco	14881	197565		88708		301918
rosado	1550			565		2115
tinto	48800	250809		67879		376887
<b>Dulce Natural</b>	<b>6</b>	<b>140</b>	<b>46100</b>	<b>17</b>	<b>297</b>	<b>46560</b>
blanco	6	140	42032	17	297	42492
rosado			3730			3730
tinto			338			338
<b>Dulce Natural Varietal</b>			<b>99</b>			<b>99</b>
blanco			50			50
rosado			49			49
tinto						
<b>Otros*</b>			<b>15562</b>			<b>15562</b>
blanco			15440			15440
rosado						
tinto			122			122
<b>Especial B</b>					<b>1253</b>	<b>1253</b>
blanco					1253	1253
rosado						
tinto						
<b>Especial C</b>			<b>51</b>			<b>51</b>
blanco			51			51
rosado						
tinto						
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>68787</b>	<b>448513</b>	<b>9215114</b>	<b>160254</b>	<b>2083011</b>	<b>12135467</b>

\*incluye vino ritual,  
concentrado de vino y  
base espumante

FUENTE: Elaboración propia en base a datos del INV.

Es interesante observar que la elaboración de vinos presenta un comportamiento casi idéntico al presentado en la producción de uvas, lo que es lógico teniendo en cuenta que casi la totalidad de la uva se destina a vinificación.

Hacia fines de los '90, el 99% del vino elaborado se fraccionó en origen, lo que significa un importante crecimiento desde principios de los '80.

En 1979, sólo el 22% del total de vinos elaborados se fraccionó en origen. Es evidente la evolución favorable en tal sentido, ya que un vino elaborado y envasado en origen cuenta con una importante ventaja al momento de comercializarlo. Paulatinamente, los elaboradores fueron optando por fraccionar los vinos en origen, contando así con una garantía de calidad extra. Un elemento determinante que ayudó a este proceso fue la legislación que propició este cambio.

La elaboración de vinos finos ha aumentado en forma notable en los últimos años. El volumen elaborado ha aumentado 147% desde 1987 hasta 1997, mientras que los de vinos reserva y regionales han disminuido hasta casi desaparecer. Mendoza es la principal elaboradora de este tipo de vinos, y en promedio ha representado el 80% del total nacional, pero se aprecia una disminución leve, aunque en forma constante.

La elaboración de vinos espumosos ha aumentado también fuertemente desde comienzos de los años '90, motivado principalmente por nuevas tendencias en el consumo, en las que se observa un aumento en las preferencias por vinos de este tipo y los vinos finos.

### **3.5. La elaboración de mostos**

Para comenzar con el análisis de la elaboración de mostos, se realizará una breve distinción entre sus productos:

-*Mosto simple*: Es el líquido obtenido por molienda o prensado de la uva fresca, que aún no ha iniciado el proceso de fermentación, ni se le han agregado conservantes. No puede contener más de un 1% v/v de alcohol.

-*Mosto concentrado*: Se elabora mediante la deshidratación parcial del mosto simple. Se destina a la preparación de jugos, golosinas, jarabes, dulces, panificados y edulcorantes para bebidas gaseosas.

-*Mosto sulfitado*: Es el mosto simple conservado mediante la adición de anhídrido sulfuroso o metabisulfito de potasio. Se emplea, principalmente, para la preparación de jugo de uva.

La elaboración de mostos está constituida principalmente por mostos sulfitados, hasta la finalización de la cosecha (85%). El comportamiento de la elaboración de mostos es bastante irregular: presenta años de fuerte crecimiento, alternando con períodos de niveles muy bajos, como en 1980, cuando sólo se produjeron 780.000 hl, 1986 con 946.000 hl y 1993 con 763.000 hl, entre otros.

Esto se debe a que el mosto es un commodity y, como tal, tiene un comportamiento altamente inestable, dada la ausencia de valor agregado en el mismo, lo que lo hace vulnerable ante los competidores en el mercado internacional (ya que son productos de fácil colocación).

Es destacable el nivel alcanzado en 1995, donde el bajo precio del vino, combinado con una fuerte demanda de exportaciones proveniente de España, hizo aumentar en forma explosiva la elaboración de mostos, superando los 6 millones de hectolitros: un 284% más que en el año anterior<sup>44</sup>. Ese año fue el de mayor producción de todo el período aunque posteriormente, en 1997, se observó una situación muy similar en la que se alcanzó casi el mismo nivel pero con una fuerte caída en 1998, dada principalmente por la mala cosecha de esa temporada.

Mendoza es la principal provincia elaboradora de mostos, aunque con porcentajes algo menores que en otros productos. En promedio ha representado el 65% del total elaborado en el país, aunque se observa gran variabilidad en los porcentajes de participación sobre el mismo, con niveles que han alcanzado desde 33% en 1993 hasta 86% en 1998. San Juan constituyó el 32% en promedio del total, presentando las mismas características y bajo el mismo análisis.

En 1997, continuó en niveles muy bajos la elaboración obtenida directamente en las bodegas (casi nulos), mientras que la producción obtenida en las llamadas “mosteras” continuó con el fuerte incremento que se observa desde 1994 alcanzando casi el 340% desde dicho año.

---

<sup>44</sup> Desde 1994, los gobiernos de Mendoza y San Juan establecen anualmente el porcentaje de uva para industria que debe destinarse a la elaboración de mosto. El objetivo, como se verá en el capítulo siguiente de este trabajo, es diversificar la producción y mantener el precio interno del vino.

Mendoza ha elaborado desde 1979, en promedio, el 60% del total nacional de mosto concentrado, aunque en 2009 dicho porcentaje disminuyó hasta casi el 47%, siendo el total producido en 2009 de 1.830.892 hl. El resto es elaborado en San Juan, que en ese mismo año elaboró 1.820.180 hl, lo que deja en evidencia que estas dos provincias concentran casi la totalidad del mosto elaborado, representando conjuntamente el 94% del total del país.

A continuación se exponen los cuadros con los datos relevantes de la producción de mosto del país y de las provincias, extraídos del INV.

*Tabla Nº 3.3: Elaboración de mostos en el país.*

AÑOS	MOSTOS				Total
	Sulfitado	Concentrado	Virgen	Otros	
1991	1.483.118	557	-	7.601	1.491.276
1992	2.633.687	1.755	-	6.702	2.642.144
1993	739.076	3.105	19.336	1.370	762.887
1994	1.516.778	242	57.867	1.172	1.576.059
1995	5.936.741	7	118.999	-	6.055.747
1996	3.249.512	-	127.683	-	3.377.195
1997	5.727.134	17	265.452	-	5.992.603
1998	2.537.491	95	229.170	-	2.766.756
1999	2.896.229	307	164.111	-	3.060.647
2000	4.012.667	193	290.736	-	4.303.596
2001	3.247.536	-	52.169	45	3.299.750
2002	4.323.557	-	104.778	-	4.428.335
2003	4.282.253	-	74.799	*** 20.414	4.377.465
2004	4.493.837	-	139.811	*** 65.902	4.699.549
2005	5.878.404	-	183.798	*** 41.312	6.103.513
2006	5.829.141	-	331.490	*** 226.787	6.387.417
2007	7.603.226	-	361.375	141.604	8.106.205
2008	5.824.596	-	344.987	*** 211.940	6.381.524
2009	3.699.724	-	159.606	620	3.859.949

*Tabla Nº 3.4: Datos provisorios - cosecha 2010.*

<b>Mendoza</b>	<b>1.796.660,50</b>
<b>San Juan</b>	<b>1.572.144,03</b>
<b>Otras provincias</b>	<b>113.187,25</b>
<b>Total País</b>	<b>3.481.991,78</b>

Tabla Nº 3.5: Producción de mosto concentrado en el país, en hectolitros.

AÑOS	Mendoza	San Juan	Otras Provincias	TOTAL	TONELADAS OBTENIDAS
1991*	191.280	161.651	3.880	356.811	47.991
1992	253.469	170.895	1.395	425.759	57.265
1993	130.545	48.522	187	179.254	24.110
1994	119.291	80.291	-	199.582	26.844
1995	386.760	355.669	-	742.429	99.857
1996	588.779	268.317	-	857.096	115.279
1997	591.949	280.133	-	872.081	117.295
1998	344.712	178.278	9.952	532.942	71.681
1999	424.253	180.489	4.710	609.452	81.971
2000	350.367	216.439	5.006	571.813	76.909
2001	462.873	181.473	5.637	649.983	87.423
2002	625.687	288.266	4.569	918.522	123.541
2003	728.771	278.097	5.765	1.012.633	136.199
2004	607.763	382.776	5.570	996.109	133.977
2005	652.202	489.774	6.983	1.148.958	154.535
2006	783.690	547.214	4.629	1.335.533	179.629
2007	988.183	670.183	4.974	1.663.340	223.719

La producción de mostos sulfitados tiene como destino el mercado interno donde se utiliza en la elaboración de dulces, edulcorantes y jugos, entre otros. Por su lado, la producción de mosto concentrado (si bien tiene usos similares) es vendida al exterior casi en su totalidad debido, en parte, a que representa menores costos de transporte por su menor volumen. Como se observa en el cuadro anterior, Mendoza es la principal provincia exportadora de mosto concentrado al mercado mundial, debido a su alta participación en la elaboración de este producto.

La elaboración de mostos concentrados se realiza en establecimientos dedicados especialmente a este producto, ya que además presenta un mercado con características distintas al del vino.

### 3.6. Los despachos de vinos al mercado nacional

#### 3.6.1. Características generales del consumo

Argentina posee el mismo comportamiento en cuanto al consumo de vino que los países mediterráneos, tradicionales productores y consumidores. El resultado de este fenómeno es una disminución del consumo total de vinos en las dos últimas décadas.

El país es históricamente un fuerte consumidor de vinos de mesa, aunque en los últimos años la demanda se ha volcado hacia los vinos finos y espumantes, en desmedro de los primeros.

Si se analiza la composición de dicho cambio, es evidente que la caída en el consumo se debe fundamentalmente a la disminución del consumo de vinos de mesa, principal componente del agregado total.

Contrarrestando en parte tal disminución, ha aumentado la participación de los vinos finos y espumantes en el total, ya que se ha incrementado en forma notable la demanda por vinos de mayor calidad.

A continuación se incluye la tabla con los datos relevados para la provincia de Mendoza por el INV.

*Tabla Nº 3.6: Despachos de vino autorizados para el consumo, por tipo de vino, en hectolitros.*

Año	MENDOZA			Total
	Mesa	Fino	Otros	
1991	8.830.114	1.982.925	528.255	11.341.294
1992	8.185.657	2.038.645	530.932	10.755.234
1993	6.516.274	2.174.734	560.737	9.251.745
1994	5.793.875	2.137.000	524.538	8.455.413
1995	6.269.914	1.934.704	325.635	8.530.253
1996	6.404.183	2.373.392	270.574	9.048.148
1997	6.584.047	2.573.881	338.550	9.496.478
1998	6.375.456	2.733.165	251.213	9.359.834
1999	6.273.262	2.813.425	263.651	9.350.338
2000	6.526.530	2.861.317	212.457	9.600.304
2001	6.827.231	2.652.703	179.625	9.659.559
2002	6.732.946	2.678.316	153.286	9.564.548
2003	6.620.909	3.124.543	245.782	9.991.234
Año	Vinos y Varietales*		Otros	Total
2004	8.723.867		290.963	9.014.830
2005	8.139.014		302.753	8.441.767
2006	8.235.664		369.013	8.604.677
2007	8.236.976		419.102	8.656.078

\* A partir de la Liberación de los vinos nuevos, (Res. INV Nº 12 /04) se pone en marcha el proceso de DESCATEGORIZACIÓN DE LOS VINOS, debiéndose indicar solamente con la palabra VINO. Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura - Elaborado: Departamento de Estadísticas y Estudios de Mercado.

Mientras que en 1991, los vinos de mesa representaban aproximadamente el 78% del total despachado a consumo (11.341.294 hl), en 2003 dicho porcentaje fue del 66% (9.991.234

hl). En contrapartida, mientras que en 1991 los despachos de vinos finos representaban apenas el 17,5% (1.982.925 hl) y sin olvidar que dicho porcentaje incluía vinos reserva, los cuales constituían la mayor parte, en 2003 se incrementó la participación al 31,3%, alcanzando los 3.124.543 hl. Por su parte, el consumo de vinos espumosos también aumentó con los años.

Para completar la situación, se destaca que el consumo de vinos reserva –tipo intermedio entre el vino de mesa y el fino- ha disminuido hasta prácticamente desaparecer, al igual que el de los vinos especiales, aunque también hay que considerar los cambios en las denominaciones del INV, que incluyen los vinos reserva en otras clasificaciones.

Mendoza es la principal provincia despachadora de vinos al consumo. En 2007 representó el 78% del total, despachando 8.656.078 hl de 11.165.998 hl totales.

Es interesante destacar también la evolución de la composición de estos despachos al consumo de vinos. En Mendoza se evidencia el cambio, anteriormente expuesto, de la demanda hacia vinos finos, dejando atrás los vinos comunes o de mesa.

Como se mencionó oportunamente, la tendencia hacia el fraccionamiento en origen es creciente: se trata de asegurar la legitimidad y calidad del vino enviado a consumo. A comienzos de la década de los '80, aproximadamente el 70% del vino se comercializaba a granel, pero dicho valor ha disminuido en forma constante, al mismo tiempo que la comercialización del vino fraccionado gana participación. En 2007, se verifica que el vino comercializado a granel alcanzó apenas el 0,6% del total, siendo el 99,4% restante distribuido ya fraccionado. Estos valores se encuentran desagregados en el cuadro siguiente.

Tabla Nº 3.7: Despachos de vino autorizados para consumo, fraccionado y granel, en hectolitros.

Año	FRACCIONADO EN BODEGA				GRANEL ( a plantas de fraccionamiento)				CONSUMO APARENTE litros por habitante
	Mendoza	San Juan	Otras Provincias	TOTAL	Mendoza	San Juan	Otras Provincias	TOTAL	
1991	8.545.994	2.998.495	1.010.839	<b>12.555.328</b>	2.795.300	1.435.269	297.608	<b>4.528.177</b>	<b>52,39</b>
1992	7.961.751	3.219.818	994.135	<b>12.175.704</b>	2.793.483	971.825	253.850	<b>4.019.158</b>	<b>49,53</b>
1993	7.231.239	3.417.644	1.107.691	<b>11.756.574</b>	2.020.506	593.093	188.301	<b>2.801.900</b>	<b>44,43</b>
1994	7.480.528	3.827.187	1.302.355	<b>12.610.070</b>	974.881	469.709	124.884	<b>1.569.474</b>	<b>43,22</b>
1995	7.789.649	3.624.638	928.171	<b>12.342.458</b>	740.604	335.048	73.669	<b>1.149.321</b>	<b>41,08</b>
1996	8.641.711	3.309.482	939.514	<b>12.890.707</b>	406.437	155.177	89.503	<b>651.117</b>	<b>41,09</b>
1997	9.231.041	2.844.432	892.181	<b>12.967.654</b>	265.436	106.112	96.313	<b>467.861</b>	<b>40,29</b>
1998	9.145.253	2.515.542	897.427	<b>12.558.222</b>	214.581	74.506	80.861	<b>369.948</b>	<b>38,83</b>
1999	9.174.064	2.523.396	1.110.530	<b>12.807.990</b>	176.272	84.706	44.419	<b>305.397</b>	<b>38,74</b>
2000	9.451.919	2.094.781	687.613	<b>12.234.313</b>	148.385	56.567	51.999	<b>256.951</b>	<b>37,75</b>
2001	9.445.340	1.641.447	636.534	<b>11.723.321</b>	214.219	45.683	53.220	<b>313.122</b>	<b>36,30</b>
2002	9.290.225	1.697.488	506.317	<b>11.494.030</b>	274.323	114.279	105.864	<b>494.466</b>	<b>32,90</b>
2003	9.741.205	1.526.351	531.279	<b>11.798.836</b>	250.028	122.874	166.628	<b>539.530</b>	<b>33,68</b>
2004	8.867.746	1.284.525	695.085	<b>10.847.355</b>	147.085	72.351	45.788	<b>265.223</b>	<b>29,87</b>
2005	8.361.677	1.686.157	785.084	<b>10.832.918</b>	80.091	33.366	26.079	<b>139.536</b>	<b>29,18</b>
2006	8.541.423	1.615.054	835.871	<b>10.992.348</b>	63.254	23.728	24.608	<b>111.590</b>	<b>29,23</b>
2007	8.620.869	1.666.837	811.580	<b>11.099.286</b>	35.210	10.885	20.617	<b>66.711</b>	<b>29,08</b>

(\*)Hasta 1994, form. 1450 (pedidos de valores fiscales). En 1995, hasta junio MV-05, a partir de julio, MV-01 C. -

En los últimos años ha variado también la composición por tipos de envase de los vinos fraccionados en origen. En el período 1979-1985, indudablemente la mayor parte se vendía en damajuanas, siendo el volumen comercializado en botellas bastante menor. El vino fraccionado en damajuanas representaba el 65% del total, mientras que en botellas el 35%.

A partir de 1986, y con la incorporación de nuevos tipos de envase, cambia la composición del fraccionamiento de vinos. El vino envasado en tetra-brick gana importancia rápidamente, al igual que en sachet. En contrapartida, disminuye la participación de la damajuana, que venía de representar el 69,33% en 1991 y empieza a caer hasta el 8,93% en 2007. Por su parte, el vino en botella aumentó en participación al 47,35%. En 2007, el vino comercializado en tetra-brick representó más del 43% del total fraccionado en origen (cuando en 1991 sólo cubría el 9% de los despachos fraccionados en bodega).

En el siguiente cuadro se detallan los despachos de vinos, según el tipo de envase para los últimos 17 años.

Tabla N° 3.8: Despachos de vino autorizados para el consumo, según modalidad de envío, en hectolitros

Año	FRACCIONADO EN BODEGA						Total	GRANEL	TOTAL
	Damajuana	Botella	Tetra-brik *	Sachet	Bag in Box	Otros			
1991	8.705.133	2.682.641	1.167.554	-	-	-	12.555.328	4.528.177	17.083.505
1992	7.386.076	2.506.253	2.283.375	-	-	-	12.175.704	4.019.158	16.194.862
1993	5.653.245	2.850.996	3.252.333	-	-	-	11.756.574	2.801.900	14.558.474
1994	4.834.493	3.451.783	4.296.127	27.667	-	-	12.610.070	1.569.474	14.179.544
1995	4.252.439	2.634.059	5.432.122	23.838	-	-	12.342.458	1.149.321	13.491.779
1996	3.726.695	2.791.055	6.334.429	18.263	20.265	-	12.890.707	651.117	13.541.824
1997	3.076.810	3.155.170	6.710.456	12.843	12.375	-	12.967.654	467.861	13.435.515
1998	2.379.756	3.285.359	6.879.299	5.154	8.654	-	12.558.221	369.948	12.928.169
1999	1.952.155	3.361.192	7.185.628	502	3.116	-	12.502.593	305.397	12.807.990
2000	1.590.448	3.382.119	7.258.864	-	1.712	1.169	12.234.312	256.951	12.491.263
2001	1.240.403	3.370.803	7.109.817	-	989	1.310	11.723.321	313.122	12.036.444
2002	1.727.907	3.472.122	6.291.751	-	948	1.301	11.494.030	494.466	11.988.496
2003	1.780.108	4.104.096	5.912.484	-	108	2.091	11.798.886	539.530	12.338.416
2004	1.468.986	4.293.380	5.082.032	-	261	2.696	10.847.355	265.223	11.112.578
2005	1.250.954	4.478.967	5.094.210	-	4963	3.824	10.832.918	139.536	10.972.454
2006	1.120.860	4.906.621	4.951.323	-	8524	5.020	10.992.348	111.590	11.103.938
2007	991.353	5.256.050	4.847.541	10	824	3.509	11.099.286	66.711	11.165.998

(\*) incluye bag in box hasta el año 1995.

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura -

Elaborado: Departamento de Estadísticas y Estudios de Mercado.

Las razones que ocasionaron estos cambios en los tipos de envases escogidos por el consumidor fueron diversas. En primer lugar, la incorporación de nueva tecnología permitió reemplazar la botella y la damajuana por el tetra-brick, el cual es más liviano, económico y no presenta los riesgos del vidrio. Por otro lado, da una imagen de mayor higiene y seguridad.

Un aspecto negativo del tetra-brick es la poca imagen estética, y la fuerte asociación a vinos de bajo precio. Por esta razón, el vino fino principalmente es envasado en botella. Esto está relacionado, a su vez, con el mayor consumo actual de vinos finos, por lo que es evidente que el envasado en botella sea el más representativo del momento. Además, el abandono del consumo diario de vinos en el seno familiar determinó el desaparecimiento de la tradicional damajuana, reemplazándola por envases de menor volumen.

Otra explicación de este cambio se encuentra en el sonado caso de adulteración de vinos con alcohol metílico de 1993, que causó la muerte de varias personas. En esa época, Covisan, que estaba estudiando ingresar en la etapa de la distribución de vinos de mesa, estimó que la damajuana desaparecería en la preferencia del público. Por esos días, International Paper ingresaba a la Argentina, como una compañía importante en el suministro de envases

multilaminados. Así, esta empresa decidió llevar a cabo la compra de máquinas para fraccionar en caja. Las otras grandes fraccionadoras tuvieron un comportamiento similar.

### 3.6.2. El consumo per cápita

El consumo per cápita en 2009 alcanzó algo menos de 27 litros por persona por año, valor bastante lejano a los casi 76 litros que se consumían en 1980. El consumo interno total de agosto de 2010 arrojado por el INV, es de 877.139 hl. Como es de esperar, el consumo per cápita disminuyó al igual que el consumo total. El ritmo de decrecimiento ha sido mayor que en el caso del consumo total, lo que es lógico si se toma en cuenta no sólo la baja demanda sino el aumento de la población. El vino reserva experimentó una mayor caída con relación al vino común (aunque nuevamente se debe tomar en consideración los cambios en las denominaciones), mientras que por su lado, el vino fino aumentó su nivel de consumo per cápita en los últimos años.

Esta evolución del consumo y su tendencia puede apreciarse en el cuadro y gráficos siguientes.

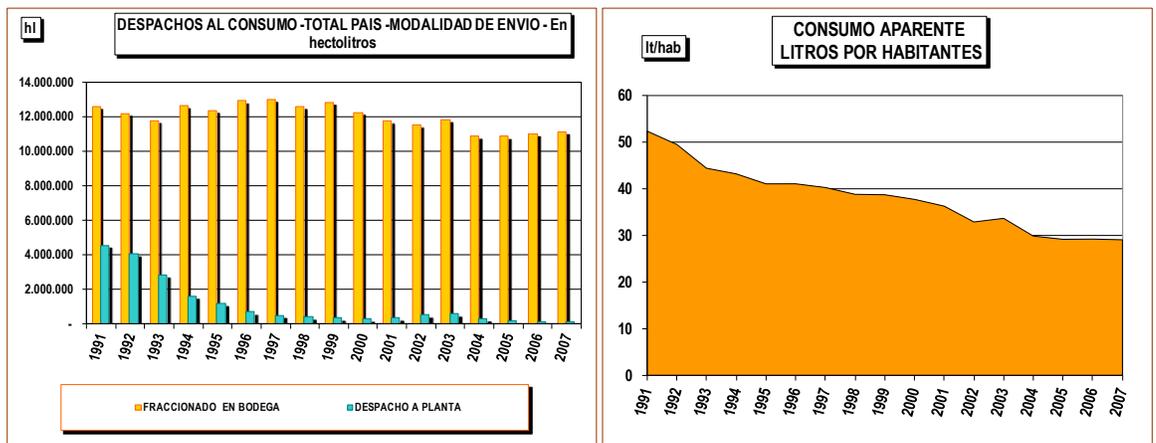
*Tabla Nº 3.9: Evolución del consumo per cápita del país, en litros por habitante, 1930-2009.*

Años	Tetra	Botella	TOTAL
1930			46,32
1940			50,78
1950			65,54
1960			79,88
1970			91,79
1980	70,19	6,09	76,28
1990	46,02	8,13	54,15
2000	26,89	10,85	37,75
2009	11,28	13,22	26,57

Fuente: Bodegas de Argentina.

Como se puede apreciar, los consumidores tendieron a sustituir el envase tetra-brick por botella, el cual se adapta mejor a la imagen de los vinos finos. Además, se observa la gran disminución presentada en el consumo per cápita a través de los años.

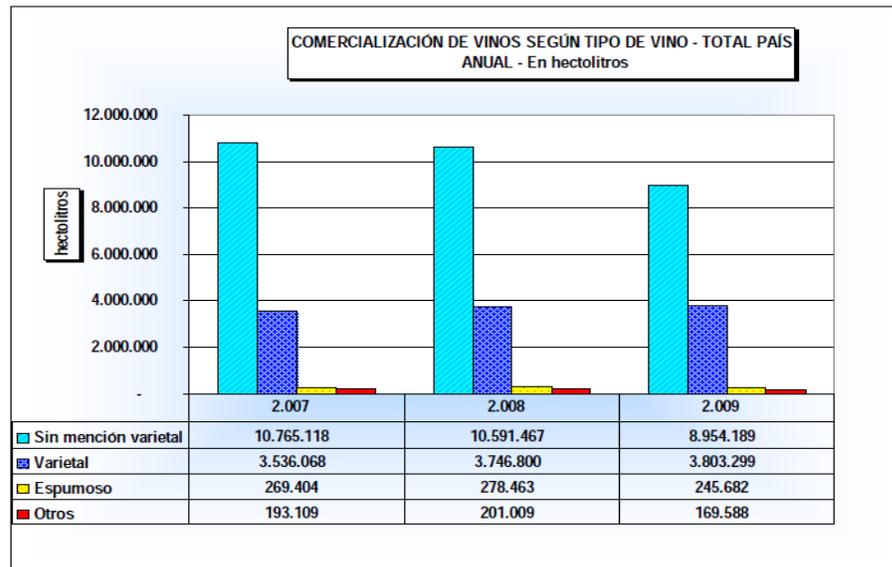
Gráfico N° 3.12: Consumo per cápita en el país, en litros por habitante, 1991-2007.



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura  
Elaborado: Departamento de Estadísticas y Estudios de Mercado.

Como mencionamos anteriormente, los despachos al consumo interno de vino sin fraccionar han disminuido hasta casi desaparecer, ya sea por normas de calidad impuestas por los organismos reguladores, o por factores más subjetivos como mejor presentación, etc.

Gráfico N° 3.13: Comercialización por tipo de vino, Argentina, 2007-2009.



Fuente: Formulario MV-01/C y Formulario Documento Exportación

Si se analizan las cifras por tipo de vino, se observa una disminución del 15,46% en los vinos sin mención varietal, del 11,77% en los espumosos, y en los otros vinos el 15,63%. Los vinos varietales crecieron el 1,51%, siempre comparando el año 2009 con el 2008.

### **3.7. Las exportaciones**

Argentina ocupa un importante lugar en el contexto vitivinícola mundial y comienza a posicionarse como un exportador altamente competitivo de los tradicionales países vitivinícolas tales como Francia, España e Italia.

Para afianzar su imagen y facilitar los intercambios comerciales, Argentina, a través del INV, ha mantenido una fuerte participación y protagonismo en los foros vitivinícolas internacionales y ha participado de distintas negociaciones en materia vitivinícola, tanto a nivel Mercosur, en los vínculos Mercosur - Unión Europea y con los países del Grupo Mundial de Comercio de Vinos (ex Países Productores de Vino del Nuevo Mundo) que nuestro país integra desde su fundación.

La inserción en los mercados internacionales generó una notable innovación en la vitivinicultura argentina, motivada principalmente por la necesidad de adecuarse a las nuevas exigencias de los mercados importadores. Esto se traslada directamente al sector vitivinícola de la provincia de Mendoza, ya que las exportaciones de la misma representan casi el 80% del total que realiza el país.

#### **3.7.1. Exportaciones de vinos**

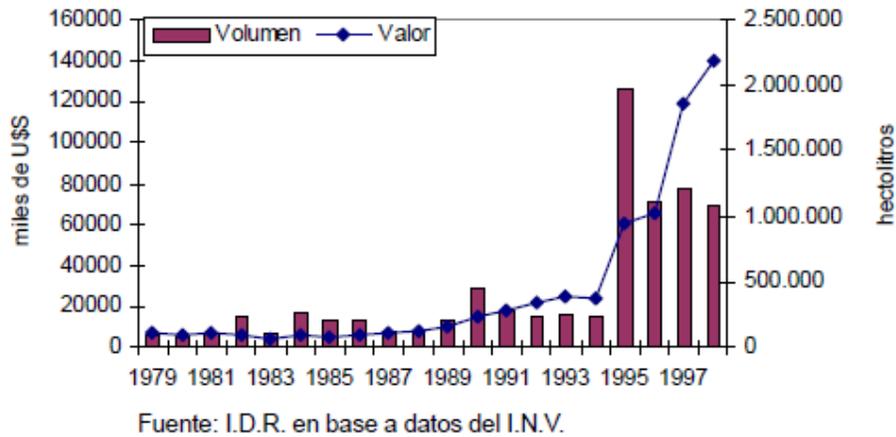
Las exportaciones argentinas de vinos han experimentado fuertes cambios con el correr de los años. Para poder analizarlo de manera más ordenada y coherente, dividiremos el análisis en dos grupos de períodos: primero se observarán los años comprendidos entre 1980 y 1998, y luego desde 1995 a 2009.

### 3.7.1.1. Período 1980-1998

Si se consideran las décadas del '80 y '90, se evidencia fácilmente la estabilidad del comportamiento de las mismas, además del bajo nivel que presentaban en el período 1979-1994, a partir del cual experimenta un asombroso crecimiento del 770% para 1995, declinando levemente para los años siguientes.

Dicho comportamiento se muestra en el gráfico siguiente.

Gráfico Nº 3.14: Evolución de la exportación de vinos total, Argentina, 1979-1998.



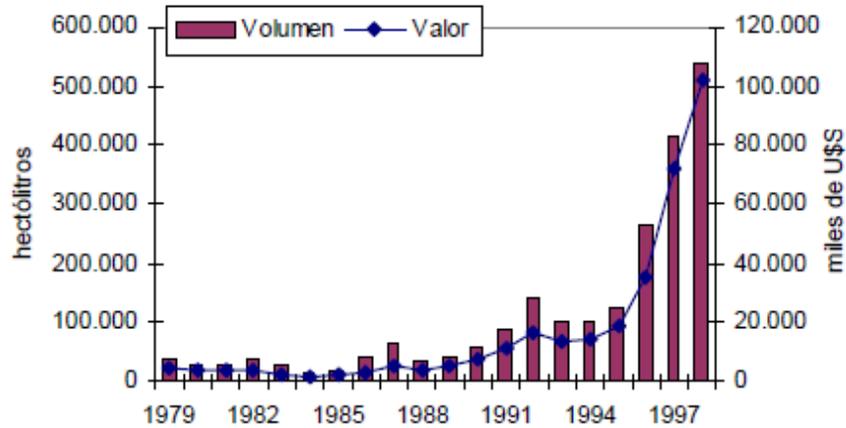
Si se analizan los cambios mencionados, se encuentra que el fuerte aumento de las cantidades vendidas al exterior en 1995, se debió principalmente a la gran demanda de vinos de mesa de ese año en particular, que pasó de aproximadamente 120.000 hl en 1994 a más de 1.800.000 hl en el siguiente año.

Es evidente que dicho cambio fue coyuntural, ya que a partir de 1996 cambia nuevamente la composición de las exportaciones, ganando una creciente participación los vinos finos y disminuyendo los de mesa.

El resultado final para fines de los '90 mostró una tendencia creciente, con un fuerte incremento en la comercialización de vinos finos, que en 1998 también se extiende a los vinos espumosos. Para esos años, el precio FOB promedio del vino presenta una tendencia creciente, con pequeños altibajos, destacándose el alcanzado en 1997, con un aumento del 22%.

En los gráficos siguientes se presenta la evolución observada en las exportaciones de vinos, tanto en volúmenes como en valores, discriminados por tipo de vino, para este periodo de tiempo.

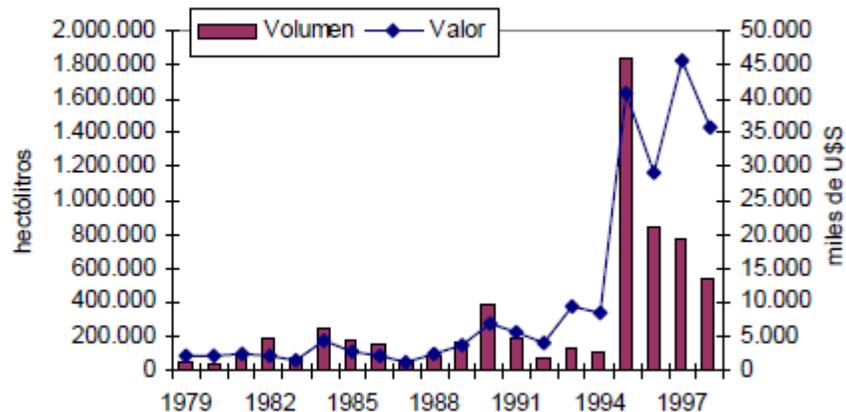
*Gráfico N° 3.15: Evolución de las exportaciones de vinos finos, Argentina, 1979-1998.*



Fuente: I.D.R. en base a datos del I.N.V.

En el año 1986, tanto los vinos finos como los espumantes experimentaron fuertes incrementos en los volúmenes enviados al exterior, alcanzando 107% y 287% respectivamente. En 1991 y 1992 también se produjeron profundos cambios, con porcentajes de aumento que alcanzaron 63% y 56% en cada caso.

*Gráfico N° 3.16: Evolución de las exportaciones de vinos de mesa, Argentina, 1979-1998.*



Fuente: I.D.R. en base a datos del I.N.V.

El valor de las exportaciones ha mantenido la tendencia creciente a lo largo de todo el periodo '80-'90, acentuándose en los últimos 3 años. Se observa que, en los dos últimos años, la disminución de la cantidad de vinos de mesa no afectó el valor FOB, que se compensó con el mayor precio obtenido de los vinos finos, si bien debe tenerse en cuenta que este valor puede verse afectado por tres factores fundamentales: variación en los volúmenes comercializados de vinos de mesa, aumento en cantidad de los vinos de alto precio, y aumento en los precios obtenidos en cada caso.

### 3.7.1.2. Período 1995-2009

De acuerdo a los datos obtenidos de la Fundación ProMendoza, las exportaciones de vino mendocinas de la última década presentan, en general, un marcado ascenso en cuanto a volumen y valor comercializados. Resultará más fácil para el análisis de este comportamiento si se toman por separado categorías bastante diferentes de ventas al exterior, como son: vinos de uvas frescas, espumosos (excepto champaña); vinos de uvas frescas, espumosos tipo champaña; vinos de uvas frescas, fraccionado en envases de hasta 2 litros; y vinos de uvas frescas, los demás, incluido a granel. Los gráficos se incluyen a continuación.

*Gráfico N° 3.17: Evolución de las exportaciones de vino espumoso, excepto champaña, 1995-2009.*



Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

Como se observa en el gráfico, las exportaciones de vinos espumosos, hacia mediados de los años noventa, eran casi nulas. Luego, a partir de las transformaciones estructurales que sufrió el sector, además de la gran entrada de capitales extranjeros interesados en invertir en la cadena vitivinícola de la provincia, se generó un vuelco de la producción hacia vinos de este tipo, con un marcado sesgo hacia la exportación.

*Gráfico N° 3.18: Evolución de las exportaciones de vinos espumosos tipo champaña, 1995-2008.*



Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

En cuanto a las exportaciones de champaña, se puede apreciar que alcanzó picos en el año 2000 y 2008, aunque su comportamiento es mucho menos estable que para las demás variedades analizadas. La tendencia observable es creciente, y se espera que la colocación en el mercado externo de este producto continúe por la misma senda de crecimiento, compitiendo con países líderes de este mercado como Francia e Italia.

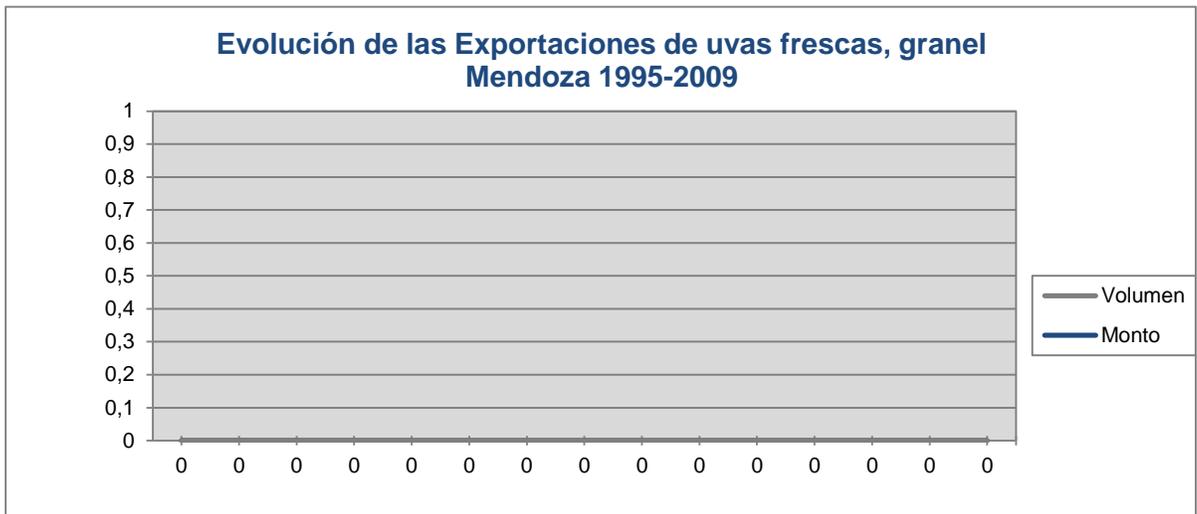
Gráfico N° 3.19: Evolución de las exportaciones de vino de uvas frescas, fraccionado, 1995-2009.



Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

El gráfico presentado para vinos de uvas frescas fraccionados permite apreciar que es el producto que mayor valor y volumen alcanza dentro de las exportaciones vitivinícolas. Los vinos finos, sobre todo, son los que permiten el aumento sostenido de los precios, ya que son los productos mendocinos que más reconocimiento están ganando alrededor del mundo entero, por su calidad e unicidad.

Gráfico N° 3.20: Evolución de las exportaciones de uvas frescas, granel, 1995-2009.



Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

En cuanto a las ventas al exterior del vino a granel, se puede decir que presentan un comportamiento más inestable, sobre todo en volumen comercializado. Los expertos del sector destacan que esta modalidad de venta disminuirá cada vez más con el correr de los tiempos, debido a que presentan menor calidad y precios más erráticos, por lo que los exportadores se vuelcan más a envasar en origen.

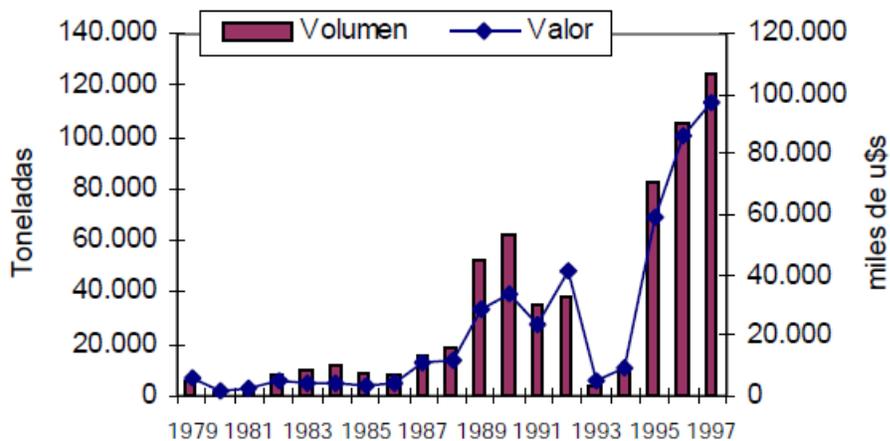
### 3.7.2. Exportaciones de mostos

Argentina se encuentra entre los principales productores y exportadores de mostos del mundo. Éstas han evolucionado en el mismo sentido que las de vinos, con algunos períodos de mayor crecimiento como el de 1988-1990 y 1994-1996, con variaciones que alcanzaron 129% y 306%, respectivamente.

El principal componente del volumen de exportaciones, en este tipo de producto, es el mosto concentrado sin alcohol. Las exportaciones de mostos sulfitados son significativamente menores.

Si se comparan las fluctuaciones de los volúmenes exportados con sus respectivos valores, se observa que han mantenido una evolución similar.

*Gráfico N° 3.21: Exportaciones argentinas de mosto concentrado, 1979-1997.*



Fuente: I.D.R. en base a datos del I.N.V.

A partir de 1994, se observa un explosivo aumento de las exportaciones de mostos concentrados, que sólo entre 1994-95 aumentó 644%, manteniéndose el crecimiento para los años siguientes a un ritmo menor. En 1997, el volumen comercializado fue 124.000 tn, a un valor de 85,5 millones de dólares. De ellos, 110.900 tn correspondieron a mostos concentrados sin alcohol, siendo las 13.000 tn restantes de mostos concentrados con alcohol.

En lo que respecta a la comercialización de mostos sulfitados, hubo una pequeña experiencia de exportación en 1984, pero se comienza a enviar cantidades más importantes recién a partir de 1988 y se ha mantenido en niveles muy bajos. Se destaca el gran volumen exportado en 1995 (283.870 hl), situación evidentemente coyuntural, mientras que en 1997 se vendieron apenas 33.600 hl a 800.000 dólares.

Debe destacarse que si bien los volúmenes de mostos enviados al exterior presentaron un comportamiento inestable, el valor de los mismos ha ido en constante aumento, alcanzando desde 1995 un aumento de 73% (casi 100 millones de dólares).

Actualmente, Argentina es el principal exportador de mosto del mundo, según publica Bodegas de Argentina en 2008<sup>45</sup>, pues alcanzó las 194.000 tn, y un monto de US\$ 224.518.320.

En los cuadros y gráficos siguientes, se puede observar la evolución de la última década de las exportaciones de mosto del país, ya sean de mosto sulfitado o concentrado.

---

<sup>45</sup> Bodegas de Argentina; Op. Cit.

Tabla Nº 3.10: Volumen de las exportaciones argentinas de mosto.

AÑO	MOSTO SULFITADO	MOSTO CONCENTRADO (tn)		
	hl	c/alcohol	s/alcohol	Total
1991	2.106	2.982	32.550	35.532
1992	2.168	3.673	35.104	38.777
1993	-	1.453	2.667	4.120
1994	40.612	2.471	8.647	11.118
1995	283.870	12.123	70.689	82.812
1996	104.464	8.887	96.615	105.502
1997	33.644	13.065	110.911	123.976
1998	5.141	15.735	43.394	59.129
1999	26.550	8.331	61.654	69.985
2000	8.435	4.751	53.019	57.770
2001	7.181	8.098	61.071	69.168
2002	47.380	8.428	85.626	94.054
2003	3.890	9.059	97.745	106.803
2004	6.523	6.948	97.354	104.302
2005	5.620	6.706	129.817	136.523
2006	2.545	6.269	154.738	161.007
2007	5.607	7.024	190.807	197.831
2008	17.698	7.672	184.056	191.728
2009	7.690	6.417	99.331	105.748

Tabla Nº 3.11: Valor FOB de las exportaciones argentinas de mosto.

AÑO	MOSTO SULFITADO	MOSTO CONCENTRADO		miles US\$
	miles US\$	c/alcohol	s/alcohol	Total
1991	49	2.511	21.103	23.613
1992	71	3.676	37.506	41.183
1993	-	1.663	3.139	4.802
1994	639	2.691	6.669	9.359
1995	3.606	10.760	48.065	58.826
1996	1.403	8.291	77.628	85.919
1997	798	11.179	85.630	96.809
1998	239	18.850	35.185	54.035
1999	1.467	11.149	59.910	71.059
2000	198	5.351	48.529	53.880
2001	124	6.987	44.014	51.001
2002	858	5.193	45.056	50.249
2003	52	4.906	50.816	55.722
2004	183	4.215	69.227	73.442
2005	163	4.274	95.885	100.159
2006	59	4.451	113.282	117.733
2007	132	8.176	165.556	173.732
2008	809	10.387	210.940	221.327
2009	250	9.959	122.069	132.027

Gráfico N° 3.22: Evolución de las exportaciones de mosto 1999-2009



Como se ha mencionado, el mosto es un commodity, por lo que es común observar comportamientos poco estables e incluso oscilantes de sus exportaciones. Se observa que en el año 2009 las mismas cayeron en monto y volumen.

### 3.7.3. Principales destinos de las exportaciones

Una notoria característica de las exportaciones argentinas de vinos es la gran diversidad de países receptores de las mismas. Sin embargo, las participaciones de los distintos países en las exportaciones de la provincia han variado continuamente a lo largo de las décadas '80, '90 y en la actualidad. Puede decirse, igualmente, que los principales mercados destino de la industria vitivinícola son EEUU, Brasil, Japón, Canadá, Uruguay y Reino Unido.

Debe destacarse la importante participación de Paraguay, que si bien perdió su lugar en la actualidad como principal mercado para Argentina (y el más estable), durante la década anterior acumuló el 20% de los volúmenes comercializados. Por otro lado, si se toma en cuenta el gran volumen exportado en 1995, puede notarse que el importante aumento fue motivado por las cantidades que España importó, pero dado que fue una situación coyuntural (mala cosecha española), no se lo incluye entre los principales países compradores de vinos argentinos.

La creciente demanda de vinos de Japón, impulsada por programas locales de incentivo al consumo, también se ve reflejada en las cantidades que importó desde Argentina en 1998, 135% superiores con respecto a 1997. Actualmente es el mayor importador de vinos a granel de Mendoza.

Las exportaciones de vino de mesa aumentaron sus niveles a fines de los '90, con respecto a las dos décadas anteriores, como fruto de la apertura comercial que se produjo para todos los productos vitivinícolas. Sin embargo, tras el aumento espectacular de 1995, comenzó nuevamente a descender, alcanzando en 1998 los 526.695 hl, volúmenes 71% inferiores a los de 1995.

En cuanto a los países de destino de los vinos de mesa, España fue el principal comprador durante 1995 y 1996. Paraguay conservó en todo el período considerado una importante participación en el volumen comercializado. En 1998 se constituyó como el principal comprador, con 205.000 hl, esto es, el 39%, seguido por Chile, con más de 97.000 hl, (18%), Japón, con 86.000 hl, (16%), Uruguay y Bolivia, ambos con el 11%.

Por otro lado, las condiciones climáticas adversas en países productores de vinos provocan ocasionalmente grandes compras a Argentina, como es el caso de Francia, Sudáfrica, España y Chile.

Otro factor importante del explosivo aumento de las exportaciones, sobre todo de vinos finos, ha sido la mayor inserción en el mercado de Inglaterra, que si bien ha sido un constante consumidor de vinos finos argentinos, desde fines de los '90 registra un aumento marcado, y en 1998 constituyó el 18% del total comercializado, con un volumen de más de 94 mil hectolitros. Al ser un destino importante de sus exportaciones, los empresarios del sector ponen énfasis en las promociones llevadas a cabo allí. Si bien ha perdido un poco de impulso, este mercado sigue generando interés entre los bodegueros de la provincia, los cuales cuentan con gran apoyo del gobierno para financiar sus promociones.

A continuación, se presentan los gráficos con la participación de cada país importador en el total de exportaciones de vinos de Mendoza, diferenciados de acuerdo al producto comercializado.

Gráfico N° 3.23: Principales destinos de las exportaciones de vinos espumosos, 2009.



Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

Los principales demandantes de vinos espumosos mendocinos son Brasil, EEUU, Uruguay, Venezuela y Chile. Los dos primeros se llevan la mayor participación en el año 2009, alcanzando casi el 50% del total exportado de este producto. Si bien esto fue así el año pasado, anteriormente EEUU ha sobrepasado por mucho a Brasil en cuanto a cantidades exportadas, superando el 40%. Lo mismo ocurre con Uruguay, el cual ha disminuido notablemente su demanda, pero que sólo hace algunos años representaba el primer destino de los vinos espumosos de la provincia.

Gráfico Nº 3.24: Principales destinos de las exportaciones de vino fraccionado, 2009.



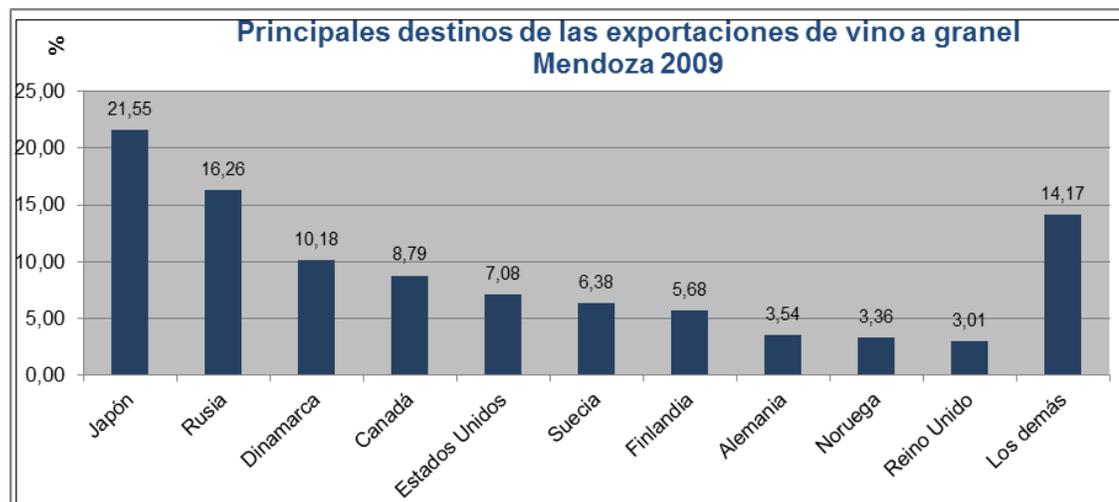
Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

Se destaca el crecimiento de los volúmenes exportados a Estados Unidos, que en los últimos años han experimentado un incremento espectacular. Organismos públicos y privados relacionados con la actividad vitivinícola se encargan con ahínco de promocionar los vinos mendocinos en el mercado estadounidense, el cual parece afianzar cada vez más sus preferencias por nuestros vinos. Recientemente se conoció por la prensa local que vinos argentinos habían desplazado a los canadienses, tradicionales proveedores de vino del mercado norteamericano. Ferias, eventos, promociones, viajes expeditivos, profesionales capacitados, entre otras estrategias que está llevando a cabo el sector provincial, permiten explotar este sobresaliente mercado, dejando ganancias gigantescas para la provincia e incluso el país.

Actualmente, se está llevando a cabo el Plan Estratégico Vitivinícola 2020, por el cual la Cooperación Vitivinícola Argentina (COVIAR) se propone incrementar las ventas a los países del norte de América en un 100%.

Canadá, Brasil y Reino Unido también participan activamente del comercio con Argentina, aunque en una magnitud mucho menor que EEUU.

Gráfico N° 3.25: Principales destinos de las exportaciones de vino a granel, 2009.

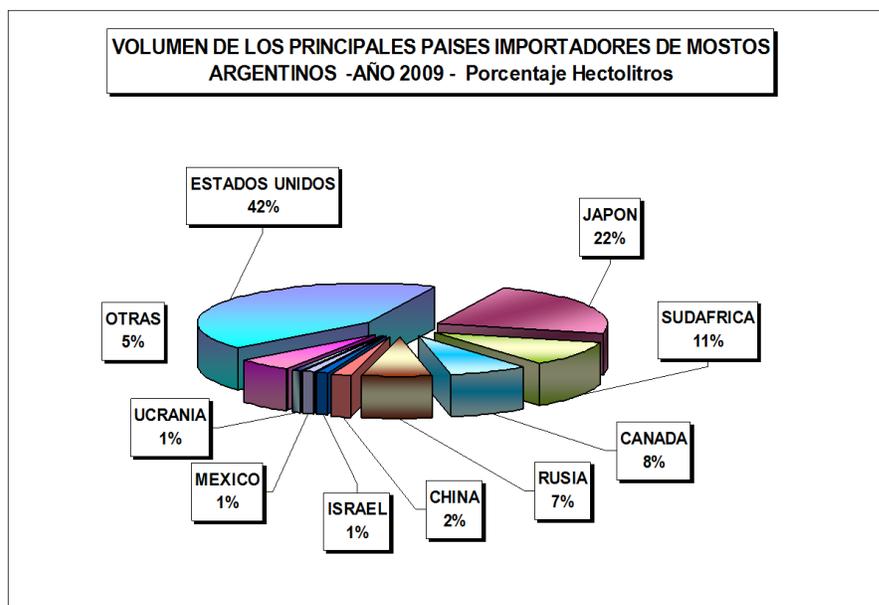


Fuente: elaboración propia en base a datos de Promendoza.

Las ventas de vino a granel tienen como principales destinos a Japón y Rusia, dos grandes potencias que demandan mosto y vino sin fraccionar para sus propias industrias vitivinícolas. En el pasado, EEUU representaba una parte importante de las ventas, aunque luego se volcó mayormente a la compra de vinos en botella, preponderando los vinos finos y espumosos.

Por otro lado, los principales consumidores de mosto concentrado argentino son Estados Unidos y Japón, siendo sus características de consumo diferentes. Mientras que EE.UU. consume en su mayor parte mosto concentrado sin alcohol para destinarlo a la elaboración de jugos naturales de frutas, Japón consume mosto concentrado alcoholizado argentino para la elaboración de sus vinos. El mosto concentrado argentino que se destina a Japón contiene un volumen de alcohol vínico de 1,5%. Otros mercados de importancia son Sudáfrica y Canadá.

Gráfico N° 3.26: Volumen de los principales países importadores de mostos argentinos, 2009.



Fuente: INV.

EE.UU. y Japón se llevan el 64% del total exportado de mosto argentino, según datos suministrados por el INV, en 2009. Otros países importantes de destino de las exportaciones de mosto argentino son: Sudáfrica (11%), Canadá (8%), Rusia (7%) y China (2%).

### 3.8. Las importaciones

Las importaciones argentinas de vinos han disminuido en forma notoria desde 1995, así como también ha cambiado la composición de las mismas. Mientras que en 1993 se importaron 289.325 hl en total, el volumen importado en 1997 apenas alcanzó los 75.263 hl, lo que significa una reducción del 74%, si bien aumenta en el mismo año respecto al '96. En 1999 se registra otro pico, para luego caer cada vez más.

A continuación se expone el cuadro con las importaciones de vino del país, diferenciando por tipo de vino.

Tabla N° 3.12: Importaciones argentinas de vinos, por tipo, en hectolitros.

AÑO	FINO	MESA	ESPUMOSO		OTROS *	TOTAL
			ESPUMOSO	FRUTADO**		
1991	5.659	-	3.280	-	355	9.294
1992	11.832	36	7.935	-	816	20.619
1993	72.596	202.318	10.206	18	4.187	289.325
1994	149.790	58.762	14.206	3.289	7.353	233.400
1995	27.425	1.690	13.832	7.032	640	50.619
1996	17.652	1.866	13.885	10.285	246	43.934
1997	22.677	1.610	28.045	22.048	883	75.263
1998	26.978	1.756	17.963	37.734	191	84.622
1999	31.013	1.802	16.888	44.474	2.279	96.456
2000	22.351	7.135	12.231	14.929	2.454	59.100
2001	32.208	4.324	15.420	12.528	662	65.141
2002	1.191	32	705	372	71	2.371
2003	375	-	2.054	-	-	2.429
2004	972	-	1.951	-	9	2.932
	VINOS	ESPUMOSOS	ESPUMOSO FRUTADO**	OTROS *	TOTAL	
2005	***352	1.943	-	250	2.193	
2006	*** 450	1.652	-	82	2.184	
2007*	***869	2.573	-	104	3.545	

\* incluye vino compuesto, especial, base espumoso, frizante, gasificado y especiales  
\*\* a partir de 1997 se refiere a Espumoso frutado - \*\*\* A partir de junio/04 se puso en vigencia la Res. INV  
12/04 que estableció la DESCATEGORIZACIÓN DE LOS VINOS, debiéndose indicar solamente con  
la palabra VINOS.

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

En 1993, las importaciones estaban constituidas principalmente por vinos de mesa, mientras que los vinos finos y espumosos tenían una pequeña participación en el total.

Cambios en las preferencias de los consumidores y en la demanda determinaron el abrupto descenso de las importaciones de vinos de mesa y, por lo tanto, del nivel de importaciones totales. Por el contrario, la demanda se ha volcado hacia los vinos finos y espumosos, resultando en un incremento (aunque no muy significativo) de las importaciones de dichos productos.

En 1997, Argentina duplicó sus compras al exterior de vino espumoso con respecto a 1996, como así también adquirió el 28% más de vino fino. Sin embargo, en 1998 disminuye las cantidades demandadas de espumoso en 31%, pero aumenta las compras de espumoso frutado en 71%.

Ya en 2007, se registran muy pocas importaciones de cualquier tipo de vino a la Argentina, mientras que sus exportaciones se encuentran en continuo ascenso debido al boom causado por la vitivinicultura mendocina en el mundo entero.

En cuanto a los principales proveedores de vinos de Argentina, podemos mencionar a Chile, Francia, España y Alemania. Chile fue el primero en la lista, cuando en 1998 conformó el 59% de las importaciones totales, ingresando más de 50.000 hl. Francia, España y Alemania, por otro lado, constituyeron el 35% del volumen total importado en ese mismo año. Actualmente, los consumidores argentinos prefieren los vinos franceses y españoles.

El principal producto ingresado desde Chile es el espumoso frutado (74%), seguido por los vinos finos (20%). Distinto es el caso de Francia, que se presenta como el mayor oferente de espumosos y el segundo más importante proveedor de vinos finos luego de Chile. En tercer lugar, como proveedor de vinos finos más importante aparece Alemania, mientras que en el caso de los espumosos ese mismo lugar lo ocupa España.

El volumen de las importaciones de mostos no resulta significativo en los últimos 5 años. En 1998 fueron de 97.000 hl. Las compras están constituidas principalmente por mostos sulfitados, a pesar de que en el último año aumentaron los volúmenes de mosto concentrado en 160%, alcanzando en 1998 el 2,3% del total importado. Chile es, por lo general, el único proveedor de mostos (tanto concentrados como sulfitados) de la Argentina.

### **3.9. Consideraciones finales**

En algunos aspectos Argentina ha repetido el comportamiento a nivel internacional de los principales países vitivinícolas. Prueba de ello es la marcada reducción de la superficie destinada a vid durante la década del '80, motivada por la reconversión del sector hacia productos de mayor calidad, y por la existencia de sobrantes estructurales en la elaboración de vinos.

A partir de la década del '90 se detiene la erradicación de viñedos, y se estabiliza la superficie. En este aspecto, se ha hecho evidente el cambio en las variedades implantadas. Si bien Argentina siempre ha producido principalmente variedades comunes, es notoria la

disminución de éstas, mientras que en contrapartida, variedades finas y premium han ganado importancia rápidamente. Debe aclararse que las estadísticas disponibles cuentan con un rezago de alrededor de 4 años, dado que es el tiempo que tarda una plantación en entrar en producción.

El destino principal de la producción vitícola argentina ha sido siempre la elaboración de vinos (más del 99% de la producción total de uvas), por lo que el comportamiento en este mercado es decisivo para el sector primario.

Acompañando el proceso de cambio en el sector vitícola, la elaboración de vinos se ha volcado hacia los vinos finos, al mismo tiempo que la apertura de la economía nacional permitió la entrada de alta tecnología que posibilitó mejorar la calidad del producto en todos sus tipos.

Los cambios de la demanda a nivel mundial también se observaron en el país, no solo en el mercado interno, donde los despachos de vinos finos se incrementaron significativamente, sino en las exportaciones, con un comportamiento similar.

Las ventas al exterior empezaron a ser significativas recién a partir de principios de los '90, y constituyeron en 1997 el 8,9% de la elaboración total. En 1995, la sequía que azotó a España provocó niveles récord de exportaciones a dicho país. Si bien esta situación fue coyuntural, actuó a modo de gatillo, y a partir de entonces las ventas se han mantenido en niveles muy superiores a los anteriores.

En los últimos años, las exportaciones crecieron sensiblemente en valor, debido a que la participación de vinos finos y de calidad superior aumentan constantemente. Esta particularidad es propia de los países emergentes, y como se mencionara oportunamente, Argentina comparte características en la comercialización con dichos países.

Otra causa del creciente valor de las exportaciones de vinos es el cambio en las ventas de vinos de mesa a países limítrofes, como Paraguay o Uruguay. Tradicionalmente dichas ventas se realizaban a granel, y actualmente se han incrementado las exportaciones envasadas en Tetra Brick, las cuales tienen un evidente mayor valor agregado.

El mercado de mostos actúa como un importante descompresor del mercado de vinos de mesa ya que se derivan aproximadamente 4 millones de hectolitros a su elaboración. La totalidad del mosto concentrado se exporta. Por su calidad de commodity se encuentra sujeto a grandes variaciones, en lo que también influye el ser un sustituto perfecto del Jugo Concentrado de Manzana y de Pera. Indudablemente el aporte en valor de estas exportaciones es muy inferior al del vino, por su ausencia de valor agregado.

Un signo propio del momento actual en el sector vitivinícola, es no sólo el altamente potencial mercado externo que se abre a los vinos argentinos, sino la fusión de mercados locales, que ha logrado hacer del bloque de países limítrofes un solo mercado, con Argentina como su principal abastecedor.

Las importaciones de vinos han sido y son insignificantes en volúmenes, lo que además de indicar nuestra condición de grandes elaboradores, muestra la fortaleza del mercado que no ha dejado penetrar marcas extranjeras, a través de los grandes distribuidores. En este sentido se ha hecho evidente la lealtad del consumidor local por los productos nacionales.

## **CAPÍTULO IV**

# **HISTORIA DE LA VITIVINICULTURA Y ANÁLISIS DEL ACUERDO INTERPROVINCIAL MENDOZA-SAN JUAN**

En el presente capítulo se realizará, en primer lugar, una breve reseña de la historia del sector vitivinícola mendocino, su auge y despegue, seguido por las sucesivas crisis que afectaron al mencionado sector.

Luego, se hará énfasis en la decisión del gobierno provincial de unir fuerzas con el Estado de la vecina provincia de San Juan, cuyo objeto es enfrentar la dura crisis del sector en lo referente a los bajos precios recibidos por los productores de vinos de mesa. Se describirá el debate frente a la aplicación del mismo, además de las causas y consecuencias que trajo su implementación, a partir del año 1995 hasta la fecha.

### **3.1. Breve reseña histórica del sector**

#### **3.1.1. Introducción**

El interés por abordar la situación de la vitivinicultura en Mendoza tiene que ver con la permanente discusión que se da en los distintos sectores de la producción, gobierno y comunidad respecto a las políticas implementadas en el sector a lo largo de los últimos años. De los aciertos y desaciertos que han llevado a que la producción madre, que tiene un alto contenido y valor cultural, que es fuente de trabajo y orgullo de los mendocinos, siga atravesando sucesivas crisis.

Desde sus orígenes la vitivinicultura fue una actividad regulada, donde existió un fuerte intervencionismo económico. Las políticas implementadas fueron variando de acuerdo a la situación vivida por el sector. Se pasó de grandes superficies de uvas de baja calidad a la erradicación de viñedos. El excedente de uvas utilizadas para la producción de vinos generó

que el precio tuviera un valor inferior a su costo de producción, lo cual era posible gracias a los subsidios por parte del Estado.

Este modelo se transforma radicalmente a partir de 1990 con el cambio de política económica que se establece a nivel nacional, como también lo hace debido a la desregulación de las actividades institucionales y el surgimiento de nuevas formas de organización de los mercados y sub-mercados vitivinícolas.

El aumento en la superficie implantada y en los niveles de producción, fundamentalmente de uvas finas, está estrechamente relacionado con una fuerte inversión en el sector vitícola. Una de las características centrales del proceso tiene que ver con la adquisición de empresas familiares por parte de grupos económicos de capitales extranjeros.

La tendencia a la concentración de la producción, es decir, la incidencia que tienen las firmas de una actividad económica y la centralización en cuanto a los procesos en los cuales unos pocos capitalistas acrecientan el control sobre los medios de producción, mediante la expansión de su presencia en una o varias actividades económicas (compra de empresas, fusiones, asociaciones, etc.) están profundamente vinculados a las políticas públicas impuestas en las últimas décadas.

En este escenario, el proceso de reconversión implicó la incorporación de tecnología de punta, nuevos sistemas de riego, la utilización de sistemas antigranizo, la implantación de variedades de uvas finas, etc.

Por otra parte, al momento de observar el mercado de la uva vemos que la heterogeneidad de la uva para vinificar (según su color, variedad y zona de producción) implica una notable dispersión de precios para una misma variedad y zona. Esto ha llevado a que, en los últimos años, uno de los principales problemas que enfrenta la vitivinicultura mendocina sea la ausencia de un mercado de uvas.

### 3.1.2. Origen de la vitivinicultura en Mendoza<sup>46</sup>

El origen del cultivo se remonta a la época de la Colonia, ya que está identificado con las prácticas agrícolas del colono español. La introducción de la vid a las provincias de Cuyo ocurrió desde Santiago del Estero, prácticamente junto con la fundación de Mendoza y San Juan.

En la segunda mitad del siglo XIX, suceden hechos que afectan y modifican la estructura vitivinícola. Este nuevo modelo de agricultura cuyana se ve influenciado por un centro ya hegemónico del país en el aspecto político y económico como es el mercado del Gran Buenos Aires.

En 1855 se introducen en la provincia cepajes franceses de variedades de reconocida aptitud enológica, que van sustituyendo las vides criollas de la época. La llegada del ferrocarril a Mendoza en 1884, y luego a San Juan, es un acontecimiento de trascendental importancia que afecta favorablemente a la naciente industria, proporcionándole a la zona la vía de comunicación necesaria para ampliar debidamente el mercado. Como consecuencia de todo esto se le asignó a las provincias de Cuyo el papel de proveedoras de vino y productos frutihortícolas, tanto para satisfacer mercados nacionales como internacionales a través de la intermediación porteña.

La principal característica de este modelo agrícola es la explotación familiar, hecho que puede considerarse favorable para la región cuyana y en general muy bien aceptado por los inmigrantes que en 1895 comienzan a colonizar tierras mendocinas.

Este hecho se refleja en la siguiente estadística: entre 1887 y 1895 se produce un incremento promedio de la superficie implantada del 15% anual. En 1895 la población de Mendoza asciende a 120.000 habitantes y cuenta con 13.500 ha de vid, durante los próximos trece años (período de introducción de contingentes europeos) el aumento anual de la superficie cultivada es del 5,6%.

---

<sup>46</sup> Para mayor detalle consultar: RICHARD-JORBA, Rodolfo A, Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005, Universidad de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA-CONICET) y Universidad Nacional de Cuyo, volumen 16, número 31, (febrero-septiembre de 2007).

Entre 1907 y 1911 el incremento anual promedio es del 20%, hecho que hace que en pocos años se duplique la superficie de viñedos mendocinos. Esto se debe fundamentalmente a precios remunerativos para el sector y a la importancia de viticultores italianos y españoles que representaban el 30% de la población de Mendoza.

A partir de esa fecha, y hasta fines de la década del 30, el crecimiento se estabiliza en un 2% anual, en las décadas del 40 y 50 el crecimiento promedio es del 3,5% anual.

Desde la década del 60 los ciclos de esta industria se hacen cada vez más frecuentes y agudos; años en que la buena situación económica y los beneficios impositivos favorecieron las grandes plantaciones -1972/73 con un incremento en el área del 10,5%- y otros en los que no se producen incrementos de la superficie o inclusive disminuye la superficie cultivada, como en el bienio 1978/79.

### 3.1.3. Antecedentes y marco legal de la vitivinicultura

Numerosos documentos del Cabildo de Buenos Aires de muestran ya en la época colonial un marcado intervencionismo económico en esta actividad. Esta injerencia estatal no sólo paralizó la producción, sino que lesionó los intereses del consumidor con el pretexto de defenderlo, estableciendo a veces el monopolio en el comercio del vino.

En 1904 regía la ley 4363 junto a una serie de disposiciones reglamentarias y, en 1959, se sanciona la ley 14.878, al término de casi un siglo, y bajo el resguardo de estas dos leyes se ha ido sucediendo una intrincada normativa regulatoria. Por ello, hay que reconocer que las crisis de este sector adquieren real importancia recién a principios del siglo XX.

Las principales políticas provinciales consistieron en exenciones impositivas, creación de instituciones bancarias, formación de recursos humanos y fomento de la inmigración. El mayor aporte del gobierno federal fue la construcción del Ferrocarril Andino, habilitado en 1885, que conectó Mendoza y San Juan con los mercados del centro, este y norte del país.

A partir de 1874 se pusieron en vigencia, aunque sin éxito, disposiciones legislativas de promoción de los cultivos de vid, olivos y nogales. Una ley de 1881 eximió de impuestos provinciales a las nuevas plantaciones de viñas, olivos y nogales, hasta 1891 inclusive. Leyes

posteriores (1889, 1895, 1902) fijaron períodos de cinco años de exención, de modo que el productor comenzaba a pagar cuando su explotación producía en plenitud. El Estado subsidiaba parte de la inversión privada, esperando incrementar sus ingresos a futuro.

Para esa época, el país se encontraba inmerso en una crisis general a la cual no fue ajena la región y, por ende, la vitivinicultura. El problema más grave y difícil de solucionar fue el hipotecario, ya que el 28% de la superficie total de la propiedad privada de Mendoza se encontraba hipotecada.

Otro aspecto de esa crisis vitivinícola fue el excedente de uvas que no tenían bodega para su elaboración, situación que afectó notablemente los precios pagados por el producto. Además, influyó en la desvalorización del vino la desproporción entre el aumento de la producción y el régimen de consumo. Como dato ilustrativo, se destaca que entre 1895 y 1914 se produjo un aumento de la población en la República Argentina del 100%, mientras que en el mismo lapso la producción de vinos creció en un 700%. También afectó el precio la falsificación del producto en los centros de consumo, consistente en aguado y venta de vinos averiados, factor fundamental en la disminución de la calidad de los vinos y el consumo del mismo.

Las medidas que adoptó el gobierno para paliar la crisis fueron la construcción de bodegas regionales, la prohibición de nuevas implantaciones de viñedos, la injertación con variedades para mesa o pasas, la destilación de vinos averiados y el fomento del consumo de vinos, entre otras.

En 1926, el régimen impositivo al comercio de vinos a granel, fuera de los lugares de producción, creaba dificultades. Sin embargo, en 1929 la vitivinicultura estaba frente a una nueva crisis.

Luego de un período de aparente calma, se llega a la crisis de 1932/35; en la cual la acumulación de vinos hace que el precio de éstos tenga un valor de venta inferior a su costo de producción. Se forma así la Junta Reguladora de Vinos. La misma tomó la drástica medida de erradicar 20.000 ha de vides, para de tal manera equilibrar la elaboración de vinos con su demanda. Esta medida permitió disminuir la superproducción existente y regresar a la normalidad.

Pero esta normalidad comenzó a transformarse en escasez, situación que hizo eclosión en 1951 agravada por el hecho de una merma del 40% en la cosecha de ese año, que sumado al insuficiente stock de vinos produjo para la industria una de las crisis más serias.

Como medidas para atenuar la crisis se permitió la venta de vinos con baja graduación alcohólica, disminuyendo con ese estiramiento su calidad y reduciendo notablemente su consumo.

También es posible observar como las distintas políticas públicas nacionales han producido un efecto decisivo en los patrones evolutivos del complejo vitivinícola. Un ejemplo ilustrativo es la sanción de la ley 11.682 (de impuestos a los réditos) en 1966, la cual estuvo vigente hasta 1973 fecha en la que se sanciona la ley 20.628 (del impuesto a las ganancias).

Entre 1966/67, se produce una nueva crisis de superproducción, en parte debido a la existencia de precios altos pero artificiales. Como medida para solucionar esta nueva crisis, se promulgó la ley de prorrateo y bloqueo de vinos.

Estas medidas que, aparentemente resultaron satisfactorias se vieron perjudicadas por una descontrolada expansión de hectáreas cultivadas a principios de la década del 70, favorecida por beneficios impositivos. Llegando de esta manera a la crisis de 1973, que prácticamente se mantiene hasta nuestros días, con excepción del período de acumulación de stock a través de maniobras políticas.

En la década 1970/79 el ritmo de crecimiento de la superficie con vid baja a la mitad de la década anterior (1,25% de crecimiento anual) y se llega hasta la erradicación de viñedos. En 1980, existe una superficie inferior a la del promedio 1975/79. La ley 22.211 entró en vigencia en mayo de 1980 y fija un nuevo régimen de fomento impositivo para las inversiones en tierras de baja productividad.

Entre 1980/89, continúa la crisis a pesar de la reducción de la superficie implantada, pero con un interesante cambio tecnológico. Esta crisis sólo se ve moderada por la sanción, en la Legislatura de la Provincia de Mendoza, de la Ley 5284/87, que faculta al Poder Ejecutivo para adquirir 4.900.000 hl de vino para ser destinados a destilación; además se crean los títulos de

ahorro vitivinícola de Mendoza (TIDAVIDEM). Esto permite una leve recuperación en el precio del vino, pero sin solucionar los problemas existentes a la fecha.

Más allá de las políticas públicas orientadas al desarrollo del sector, es importante hacer referencia a la legislación nacional que, no siendo específica del sector, ha influido negativamente proponiendo incentivos generalmente tributarios como en el caso de la ley 22.973 de 1983 destinada a la promoción de las actividades económicas de la provincia de San Juan. La misma significó, la promoción indiscriminada de todo tipo de radicación de capitales, con pocos aportes de recursos propios de los inversores que se tradujo en inversiones fundamentalmente especulativas, asociadas a la implementación de vides de muy baja calidad enológica<sup>47</sup>.

#### 3.1.4. El contexto vitivinícola de la década del '90

Hacia el inicio de la década de los '90, la vitivinicultura argentina comenzó a transitar un proceso de profundas transformaciones que, con el transcurso del tiempo, permitieron eliminar prácticas de producción anticuadas. El origen de estas transformaciones es complejo y responde a la interacción de diversos factores, tales como la apertura de la economía al comercio internacional, el cambio en las preferencias de los consumidores, el cuestionado desempeño de empresas vitivinícolas estatales, etc.

En este contexto se produce la sanción del decreto 2.284/91 de desregulación de las actividades económicas. El mismo significó en el ámbito sectorial una profunda transformación tanto en el plano regulatorio como en el institucional (particularmente en lo relativo a las misiones y funciones del Instituto Nacional de Vitivinicultura), como también en nuevas formas de organización de los mercados.

Las transformaciones del sector vitícola pueden verse, por ejemplo, en la introducción de nuevas variedades de vid que generaron la reconversión de un gran número de viñedos, y la fuerte inversión en tecnología de la producción que tuvo lugar en el período. A esto se suma la

---

<sup>47</sup> Un régimen de promoción similar se aplicó en las provincias de La Rioja (ley 22.021 de 1979) Catamarca y San Luis (ley 22.702 de 1982), cuyos principales beneficios consistían en la posibilidad de diferir el pago de impuestos por un monto equivalente al 75% de la inversión y en la desgravación del pago del impuesto al valor agregado.

reaparición del mercado de compra-venta de uvas, prácticamente inexistente en décadas anteriores debido a las intervenciones estatales.

#### 4.1.4.1. Situación político-económica<sup>48</sup>

Se puede decir que con la privatización de Bodegas y Viñedos GIOL Sociedad del Estado, llevada a cabo a fines de los '80 por el gobierno de la provincia, se produce un cambio político-institucional que acompañará las grandes transformaciones que registra la vitivinicultura mendocina, porque determinó la eliminación de la figura del *Estado Empresario* en el sector, proceso que se extendería al resto de la economía en los '90.

La crisis hiperinflacionaria de 1989 y la reestructuración económica y social posterior no tienen su apoyo en lo que tradicionalmente existía durante el proceso de sustitución de importaciones, respecto a la distribución del ingreso entre el capital concentrado y los asalariados. Es decir, durante esa época el conflicto se produce entre el capital concentrado interno y los acreedores externos.

Estas transformaciones recientes se generalizaron en el marco de políticas neoliberales aplicadas por el gobierno nacional, que condujeron a la apertura "irrestricada" de la economía argentina y a la desregulación de la actividad vitivinícola en todo el país desde fines de 1991.

El decreto nº 2284/91 establece, entre otras cosas, la disolución de los entes reguladores del mercado de diversos productos agrícolas regionales, la derogación de regulaciones al comercio interior y exterior de productos agropecuarios tradicionales, y algunos regímenes de promoción industrial y la supresión de los márgenes de preferencia derivados de la legislación del comercio nacional.

Sin embargo, el proceso de desregulación del mercado muestra particularidades. Lo que se observa en realidad, es la existencia de una re-regulación. Dos ejemplos paradigmáticos de esto son la sanción de un régimen de protección de la industria automotriz y la no remoción de

---

<sup>48</sup> Para más detalle consultar: COLLADO, Patricia, Desarrollo vitivinícola en Mendoza-Argentina. Apuntes sobre su origen, CRICYT-CONICET, (2006).

diversos regímenes de promoción regional (La Rioja, Catamarca, San Luis, San Juan y Tierra del Fuego).

Ahora, es cierto que buena parte de las desregulaciones removieron reglamentaciones de efecto social negativo o innecesario, pero también es real que significaron la transferencia del poder regulatorio de determinados mercados a quienes pueden abusar de posiciones oligopólicas u oligopsónicas. En definitiva, las desregulaciones tienen un denominador común: su papel trascendental en la profundización del proceso de concentración y centralización del capital y en el aumento de un poder económico cada vez más excluyente.

Desde mediados de los '90, los cambios registrados apuntan a la concentración de capitales que va evidenciando una rápida adquisición de paquetes accionarios o compra de empresas familiares. En ese momento, cinco bodegas productoras de vinos finos (de un total de ochenta) controlaban el 40% del mercado y, al menos dos de ellas, pertenecían a un fondo de inversión. Seis empresas atendían el 80% de la franja de vinos de mesa, pero sólo dos aglutinaban el 50%.

Se observa también una reorientación productiva hacia vinos finos y champañas, lo que conlleva la incorporación de tecnología extranjera de punta, agrícola e industrial (en finca, riego presurizado, mallas antigranizo, cepas francesas y californianas, cambios en el modo de recolección de la uva; en la bodega, prensas de última generación, tanques de acero inoxidable, equipos de frío o empleo de gases inertes, etc.). El resultado es la producción de vinos denominados de "alta gama" y un fuerte crecimiento de caldos de precios intermedios y otros relativamente bajos (los denominados "finitos").

Para 1996, la superficie con viñedos era de 143.764 ha, y las cepas varietales para vinos finos ya alcanzaban el 35%, frente a la masa sin clasificar que caracterizaba la viticultura hasta los años '70. En departamentos reconocidos por la excelente aptitud de sus suelos, los cepajes finos son dominantes (66% en Tupungato y 70% en Luján). Si bien se reconvierten antiguas explotaciones vitícolas, el mayor desarrollo se observa en nuevos terrenos donde se implantan las cepas de alta calidad enológica. El Valle de Uco (Tunuyán y Tupungato) ha sido el espacio

preferido para estos nuevos emprendimientos, que avanzan sobre el piedemonte y se ubican por encima de los 1.100 metros sobre el nivel del mar.

Los cambios introducidos mejoran la calidad de los vinos y ello es factible de ver en la cantidad de premios internacionales obtenidos por empresas de Mendoza, aunque éstos generan otros problemas. Como consecuencia del fenómeno globalizador, se produjo un proceso de transferencia de empresas Etchart, Flichman, Martins, Norton, Premier, Santa Ana, Toso, Weinert, Nieto y Senetiner, Grupo Peñafior-Trapiche, entre otros, a grandes grupos extra-provinciales, casi mayoritariamente transnacionales, lo que no sólo traslada a otros espacios geográficos el poder de decisión económica sobre la región, sino que se deprime la industria local proveedora de equipo y las actividades de investigación y desarrollo asociadas a la actividad.

El capital transnacional impide, al menos parcialmente, los antiguos encadenamientos productivos regionales. Algunos se originaron en los comienzos de la primera modernización, aunque el desarrollo efectivo de la industria proveedora de máquinas y equipos se produjo en una etapa de consolidación desde la década de 1940, es decir, cuando avanzaba el modelo de desarrollo industrial por sustitución de importaciones. Esa limitación se genera al incorporarse al proceso productivo parte importante de tecnologías y equipos provenientes en su mayoría de los países de origen de los nuevos inversores. El empresariado local hace otro tanto, al comprar la mejor tecnología de punta con precios y financiación que difícilmente puedan obtenerse en el país.

Por supuesto, este proceso disminuye considerablemente la acumulación de capital local que distinguió a Mendoza en las etapas anteriores de la vitivinicultura, y se produce el desempleo como consecuencia general de cualquier modernización, profundizando los problemas de exclusión social.

Las políticas públicas aplicadas durante las décadas del '80 y '90 reflejan claramente un fenómeno característico que muestra la consolidación de los grupos económicos, capitales extranjeros o asociación entre ellos, acompañado de la incorporación de capital extranjero, transferencia de empresas privadas o privatización de empresas públicas.

Se reproducen así en la provincia los procesos que registra la Argentina en su conjunto: el retiro de importantes sectores del empresariado de buena parte de las actividades productivas, por temor o imposibilidad de competir con las transnacionales.

#### 4.1.4.2. Evolución de las principales variables vitivinícolas

Como se describió en el capítulo anterior del presente trabajo, las principales variables vitivinícolas pueden ofrecernos mucha información relevante sobre lo que ocurría en el sector en el período considerado. Se hará referencia precisamente al consumo, producción, exportaciones, contingencias climáticas, entre otras variables relevantes<sup>49</sup>.

Para comenzar, cabe aclarar que 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.

Argentina no ha permanecido ajena a dicho proceso. En efecto, mientras que a principios del decenio de los años '70 el consumo medio por habitante ascendía a casi 90 litros, en 1980 equivalía a 76,3 litros por persona, a principios de la década de los '90 ya había caído a 54,1 litros, y a fines de dicha década no llegaba a alcanzar los 40 litros por habitante (prácticamente la mitad de los registros de principios de los '80)<sup>50</sup>.

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 (una caída del 50% en el consumo por habitante, al cabo de 19 años), como por persistencia temporal.

---

<sup>49</sup> En el anexo econométrico de este trabajo puede apreciarse en mayor detalle la evolución de algunas de estas variables mencionadas aquí, ya que se intenta establecer una regresión clara entre el precio del vino común y las variables que influyen sobre el mismo.

<sup>50</sup> AZPIAZU, D. Y BASUALDO, E; El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), diciembre 2000, pág. 56.

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 las tendencias más generales. Así, los cambios en los hábitos y en las conductas alimentarias, 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 de mesa en la dieta alimentaria.

Así, por ejemplo, en el caso argentino, mientras los despachos de vinos al consumo decayeron entre 1990 y 1999 a un ritmo promedio de -3,2% anual acumulativo, el consumo de cervezas se incrementó, en idéntico período, a una tasa media anual de 8,2% (en 1990, representaba poco más de la tercera parte de la demanda doméstica de vinos; en el 2000, seguramente, el consumo de cervezas supere al de vinos), y las gaseosas hicieron lo propio pero a una tasa anual de 11,1% (en 1999, el consumo anual de gaseosas más que duplica al de vinos, cuando nueve años atrás no alcanzaba a representar el 60% del volumen consumido de vinos de mesa)<sup>51</sup>. Al respecto, en la tabla puede constatar el carácter sostenido y sistemático que adopta, en el ámbito local, el proceso de sustitución del vino de mesa a favor de las cervezas y, en especial, de las gaseosas.

---

<sup>51</sup> AZPIAZU, D. Y BASUALDO, E; El complejo vitivinícola..., Op.Cit; pág. 57.

Tabla N° 4.1: Ventas de vinos y de las principales bebidas sustitutas, (Miles de hectolitros).

Año	Vinos	Bebidas Espirituosas*	Cervezas	Gaseosas
1990	17.714	572	6.170	10.065
1991	17.084	716	7.979	15.561
1992	16.195	745	9.518	19.545
1993	14.558	792	10.305	20.565
1994	14.180	777	11.272	22.528
1995	13.492	677	10.913	20.025
1996	13.542	724	11.615	20.665
1997	13.436	764	12.687	23.109
1998	12.928	731	12.395	25.240
1999	12.808	674	12.503	25.960
<b>t.a.a. 90-99</b>	<b>-3,5</b>	<b>1,80%</b>	<b>8,20%</b>	<b>11,10%</b>

\*Producción anual.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la CEPAL..

La desregulación de los mercados, en general, y el vitivinícola, en particular, ha traído aparejada la irrupción de conductas empresarias que, ante las consiguientes laxas actividades de fiscalización oficial, han conspirado gravemente contra la salud pública (la adulteración de vinos) y, secundariamente, contra el consumo de vinos de mesa en general (muy particularmente, como derivación de ese caso, contra el vino de mesa envasado en damajuana). La muerte de varias personas por la simple razón de haber consumido vino adulterado conllevó, naturalmente, una mayor retracción de la demanda que, aunque se focalizara originalmente en el vino envasado en damajuana, terminó por alentar esos procesos sustitutivos que, en el campo del mercado ampliado de las bebidas, operan en detrimento de la demanda doméstica de vinos.

Por otro lado, 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 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 asistió, con ligeros matices temporales, la economía argentina desde mediados de los años '70.

Se puede decir entonces que se evidencia una profunda caída en la demanda de vinos de mesa comunes y un 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 alcanzó 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 suma, desde la perspectiva del consumo aparente de vinos, la década de los años 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.

En el plano productivo, las marcadas fluctuaciones cíclicas emergen como el rasgo sobresaliente de los noventa, a punto tal que se suceden, en forma discontinua, cinco años de crecimiento (los más significativos en los años 1994 y 1999, en los que la elaboración de vinos se incrementó en más de un 25%), y cinco 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 ya que, como se señaló en el capítulo anterior, casi la totalidad de la producción de uva tiene por destino la vinificación.

Históricamente, por lo menos hasta mediados de los noventa, la industria vitivinícola se caracterizaba por, entre otras, su orientación claramente 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, cuando las ventas al exterior comienzan a asumir un papel protagónico en el desempeño sectorial e, incluso, a segmentar ciertos perfiles de desarrollo empresarial. 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 al millón de hectolitros, representando 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 nulo en la determinación del consumo local.

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 1999 entre el 6% y el 7% de la producción y los despachos, respectivamente<sup>52</sup>.

En lo relativo al alto grado de exposición de la producción primaria a las contingencias del tiempo, se puede inferir que, dada la variabilidad climática –en especial la intensidad y frecuencia del granizo y de las heladas–, se arriba a alteraciones interanuales de significación en los rindes medios de las cosechas. En tal sentido, durante la década de los años 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, del año 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, una mayor estabilidad relativa en los años noventa que en la década anterior. En ésta última,

---

<sup>52</sup> Ibidem, pág. 60.

el rasgo distintivo se lo confiere el persistente –aunque discontinuo– decrecimiento de los volúmenes elaborados de vino, mientras que en los noventa, sin que llegue a revertirse esa tendencia global de retraimiento en la producción de vinos, 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 decenio de los noventa tales registros medios se ubican en torno a los 15 millones de hectolitros., claro que con una muy distinta composición según tipos de vinos<sup>53</sup>.

Otro rasgo distintivo 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 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 (como en 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 en los años noventa respecto al decenio precedente. En tal sentido, en la década de los noventa los volúmenes elaborados de otros productos, fundamentalmente mostos, superan holgadamente los registros promedio obtenidos en los años ochenta.

#### 4.1.4.3. Los precios del vino

Para poder comprender mejor el contexto donde surgió el mencionado Acuerdo entre las provincias de Mendoza y San Juan, debemos analizar qué ocurría con los precios del vino, ya que una de las principales causas de que el gobierno decidiera intervenir en el mercado fue la gran depresión que sufrieron los mismos durante la década de los 90.

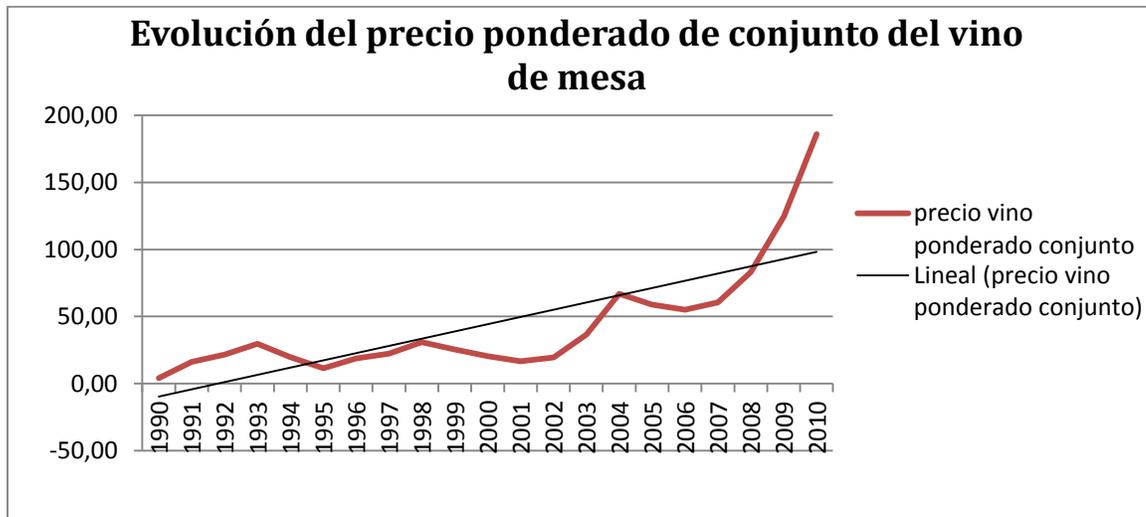
---

<sup>53</sup> Ibidem, pág. 63.

La fuente de información disponible es la que brinda sobre el mercado trasladista la Bolsa de Comercio de Mendoza.

A continuación, se expone el gráfico correspondiente a la evolución de los precios del vino de mesa.

*Gráfico Nº 4.1: Evolución del precio ponderado conjunto del vino de mesa (\$/hectolitros).*



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

Como primera observación, se menciona que el indicador tomado en este trabajo para analizar la evolución de los precios del vino de mesa, es el precio ponderado de conjunto de los mismos, teniendo en cuenta vinos tintos, blancos y rosados.

Seguidamente, se distingue claramente que el comportamiento de tal indicador no es estable, ya que presenta diversos altibajos a lo largo de los 20 años analizados. Sin embargo, la tendencia es creciente, presentando un despegue importante a partir del 2008.

Durante la década analizada, los precios de las variedades tintas se han ubicado por encima de las uvas blancas, incrementándose el diferencial de precios en el segundo quinquenio. Si bien la tendencia de precios del mercado de uvas fue creciente entre 1995 y 1999, los mismos sufrieron caídas superiores al 20% en las variedades tintas y al 7% en las blancas, en las cosechas 2000 y 2001. El año 1999 representa una excepción, ya que los altos precios pagados en el mercado de uvas fueron consecuencia de una fuerte demanda

internacional, además de que la cosecha 1998 fue muy pobre, por lo que los precios fueron empujados un poco hacia arriba. En tanto, en los años 2000 y 2001, el mercado ha tendido a estabilizarse, lo que explicaría la disminución de los años siguientes.

En suma, desde 1993 a 1995, se aprecia como los precios del vino de mesa tendieron a caer marcadamente. Esto fue motivo de preocupación para los pequeños productores encargados de dicho sub-mercado, ya que a comparación a las grandes bodegas encargadas de la elaboración de vinos finos, que presentaban cada vez mayores porcentajes de ventas y consumo, tanto interno como externo, ellos recibían poca retribución a cambio de su producción.

A partir de este panorama global introductorio, la subsección siguiente se encarga de analizar el surgimiento del Acuerdo Interprovincial Mendoza-San Juan.

## **4.2. Surgimiento del Acuerdo Mendoza-San Juan**

Frente a la difícil situación descrita anteriormente, se pensaron distintas alternativas para recuperar los precios del mercado vitícola. Entre ellas se han mencionado precios sostén, porcentajes de uva destinados a mosto, compra de excedentes por parte del Estado, etc.

A continuación, se analizarán las distintas propuestas que surgieron, y cuál parecía ser la más viable para la situación reinante.

### **4.2.1. Políticas propuestas para la recuperación del mercado vitícola<sup>54</sup>**

El desenvolvimiento del complejo vitivinícola se ha visto contextualizado por una muy amplia y heterogénea gama de regulaciones, de muy diversa índole, que han ido delimitando el entorno operativo en todas las fases de la cadena. Así, desde una perspectiva de largo plazo, se conjuga el fomento (muchas veces implícito o indirecto) 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 suma la regulación de precios mínimos para el vino de

---

<sup>54</sup> Sección basada en: CAILLY, S, y MERCAU, R; Propuesta para mejorar la situación del sector vitivinícola, Documento de trabajo, Fundación Libertador, (Mendoza, 2001), pág. 6.

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, entre otros. Se trata de algunos de los mecanismos que han ido condicionando 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 permanecen vigentes hasta la actualidad.

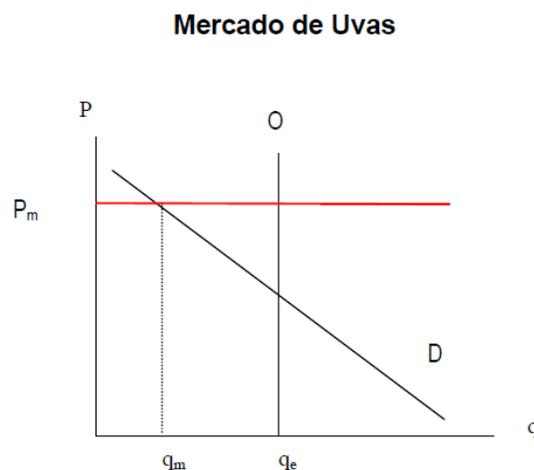
A continuación, se mencionan y analizan los casos más representativos, a modo de ejemplo.

*-Precio sostén y compra de excedentes*

El precio sostén se denomina técnicamente *precio mínimo*, e implica el establecimiento de un precio que está por encima del precio de equilibrio del mercado sin intervención.

En el siguiente gráfico puede apreciarse la situación que provoca este tipo de medidas.

*Gráfico N° 4.2: Oferta y demanda del mercado de uvas.*



En el eje vertical se presentan los precios de la uva y en el eje horizontal las cantidades que se planean transar en el mercado. La recta vertical indica la cantidad producida de uva en ese año,  $q_e$ . La recta D indica la demanda de mercado por la uva. Su inclinación indica que al bajar los precios, se demandaría más uva.  $P_m$ , es el precio mínimo establecido, ese precio está por encima del que se establecería si se deja al mercado operar libremente. Esto es, el precio que se establecería en la intersección entre la oferta y la demanda de uva.

Al fijarse el precio sostén por encima del precio de equilibrio, se producen excedentes, en una cantidad igual a  $q_e - q_m$ . Estos excedentes, sin otra medida complementaria –por ejemplo, compra de los mismos por parte del Estado– tiende a ser ineficaz, porque los excedentes presionan a la baja los precios de este mercado y terminan realizándose transacciones fuera del circuito normal (es decir, en un *mercado negro*).

¿Cuáles son los inconvenientes de esta política?

- 1) No soluciona el problema que está detrás del bajo precio y en los años subsiguientes la situación puede ser la misma.
- 2) Requiere un gasto fiscal adicional para que realmente sea efectiva.
- 3) Elimina una señal (el precio) que indica la necesidad de un ajuste o reorientación de la producción por parte de los agentes económicos.

*-Aumento de los porcentajes destinados a mostos*

Esta medida lo que trata de hacer es reducir la oferta de uva en el mercado de vinos y trasladarla al mercado de mostos. Debe recordarse que la demanda de uva es una *demanda derivada*. Esto es, se demanda uva en razón de la situación del producto final. Si el precio del vino es bajo, esto presionará a la baja el precio de la uva.

Con el aumento de los porcentajes destinados a mostos se pretende ocasionar una escasez en el mercado de uvas para vinificar y de este modo mejorar su precio. Esta medida será efectiva si el precio del mosto es tal que permite un aumento del precio de la uva en este mercado. Por otro lado, el aumento sobre el mercado de la uva estará determinado por la posibilidad que la menor producción de vinos provoque en el mercado de este producto. En

otras palabras, el efecto que sobre la demanda provoque una menor provisión de vino elaborado.

*-Otras medidas*

Otro tipo de medidas son variantes de las anteriores que tienen el objetivo de reducir la oferta de uvas o de vinos en los mercados respectivos:

- a) Compras por parte del Estado de mostos o vinos para ser exportados.
- b) Compras de uvas para otros destinos que no sean la vinificación o elaboración de mostos, tales como la industria de dulces.
- c) Apoyo institucional para ventas en el exterior.
- d) Elaboración de un Plan Estratégico para el sector.

#### 4.2.2. Tratado Interprovincial –Ley 6216:

Fue suscripto el 17 de noviembre de 1994 por los gobiernos de Mendoza y San Juan.

Por dicha norma se institucionalizó, de manera permanente, una acción política tendiente a diversificar la industria vitivinícola, que permitiera mitigar los efectos de los desequilibrios cíclicos de mercado, causados por una oferta que sobrepasaba la demanda de materia prima. Además, buscaba proteger los intereses de los eslabones más débiles de la cadena productiva del sector vitivinícola, como también brindar estabilidad institucional a las distintas acciones encaradas por ambos Estados, y garantizar los aportes presupuestarios que oportunamente se requirieran.

Por lo expuesto, cada año se establece un porcentaje de uva ingresado a los establecimientos vitivinícolas para la elaboración de mostos<sup>55</sup>. Esta regulación genera una relación inversa entre cantidad de vino y precio: a mayor stock, menor precio del vino. La diversificación produce una disminución de los stocks y esto se traduce en el incremento del ingreso para todo el sector. El presente año el porcentaje se fijó en un 20%.

Lo que es vital asegurar para el gobierno es el cumplimiento del mínimo exigido. De ahí que surge la duplicación de las multas (no se ajustaban desde 2004), cuya recaudación sirvió

---

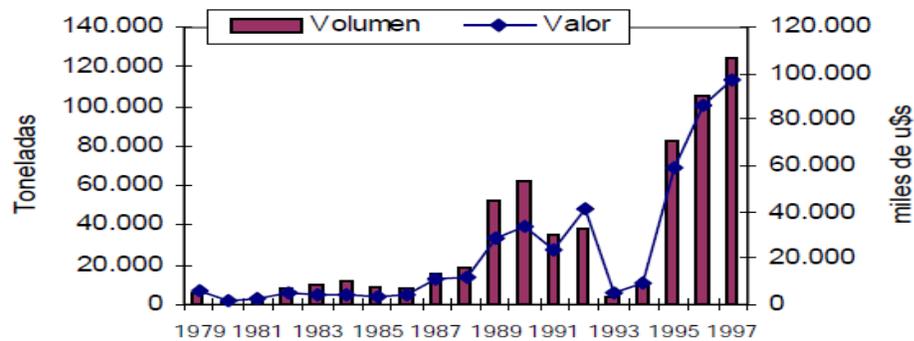
<sup>55</sup> Cabe aclarar que estos porcentajes son fijados de acuerdo a la coyuntura de los mercados vitivinícolas.

para financiar la creación del Fondo Vitivinícola de Mendoza, una iniciativa que ahora podría replicarse también en San Juan<sup>56</sup>. Además, durante el año 2008, el gobernador Celso Jaque firmó con sus pares de San Juan y La Rioja la incorporación de esta última a la política de regulación del mercado interno.

Por otro lado, casi la totalidad del mosto elaborado se destina exportaciones, por lo que se evidencia un marcado aumento de las mismas a partir de 1995 en adelante, logrando aumentar los ingresos percibidos por el sector vitivinícola mendocino.

A continuación se anexa el gráfico que ilustra la situación del mosto argentino<sup>57</sup>.

Gráfico N° 4.3: Exportaciones argentinas de mosto concentrado, 1979-1997.



Fuente: I.D.R. en base a datos del I.N.V.

Observamos en el gráfico que las exportaciones de mosto concentrado ascienden notablemente a partir de que se aplica el acuerdo en la provincia (ya que Mendoza representa casi la totalidad de las exportaciones nacionales de vino mosto).

Argentina se encuentra entre las principales naciones productoras de mostos, con más de 100 toneladas anuales y perspectivas favorables de seguir liderando las ventas al exterior de

<sup>56</sup> Por otro lado, estas medidas se acompañaron de otras, tal es el caso del fideicomiso del mosto, que se aplicó un período para verificar su comportamiento. Durante las cuatro temporadas en las que se probó se logró morigerar el ciclo de los precios de los productos vitivinícolas, sin que se haya incurrido en subvenciones. Esto quiere decir que quizá sea un instrumento que haya llegado para quedarse. Básicamente funciona logrando que el Estado compre los excedentes de uva y los revenda.

<sup>57</sup> Para un análisis detallado de esta situación referirse al capítulo 3 del presente trabajo.

jugo de uva concentrado, que crecieron en un modo significativo durante los últimos tres años en el país<sup>58</sup>.

#### 4.2.3. Comentarios a las políticas propuestas

Las regulaciones del pasado, tales como precios sostén, cupos de vinificación, bloqueos, etc., han demostrado su fracaso y, en general, han agravado la situación coyuntural – transformándola en estructural- impidiendo el ajuste necesario del sector. Esto es, al destruirse en el pasado las señales de precios, el sector no terminó de reconvertirse a las variedades que eran demandadas en el mercado internacional. Esto fue lo que hizo oportunamente Chile, aprovechando de ese modo una situación en la que los nuevos países vitivinícolas comenzaron a tener un rol preponderante en el mercado internacional de vinos (tal es el caso también de Australia, por ejemplo).

Actualmente, el Estado no puede implicarse en gastos –políticas de compras- para poder mejorar la situación del mercado de uvas o de vinos. Además, legítimamente podrían reclamar un mismo tipo de gasto otros sectores menos beneficiados.

En este sentido, el apoyo oficial o institucional para la colocación de vinos en el exterior parece la política más adecuada.

Una propuesta para el sector vitivinícola debe tener en cuenta las siguientes pautas<sup>59</sup>:

a) No debe introducir señales que desvíen el proceso de reestructuración que ha estado viviendo el sector y que le ha dado buenos resultados en el pasado reciente.

b) No debe requerir un costo fiscal excesivo. Esto es, dada la restricción financiera que viven los estados provincial y nacional, una propuesta viable debe demandar la menor cantidad de recursos del Estado.

c) Debe ser pro-mercado. Esto significa que debe reconocer claramente que no puede desconocer la tendencia decreciente que exhibe el consumo de vinos comunes, en el mercado

---

<sup>58</sup> El acuerdo contempla que en caso de no llegar al porcentaje fijado, se compensará con exportaciones de vino, es decir, que en cualquiera de los casos se retira vino del mercado interno para evitar la sobreoferta y la baja de precios.

<sup>59</sup> Pautas extraídas de: CAILLY y MERCAU, Propuesta..., Op.Cit; pág. 7.

interno, ni la necesidad de seguir aumentando la participación de la Argentina en los mercados externos.

d) No debe desconocer la realidad de la existencia de productos diferenciados, dentro del mismo mercado vitivinícola, ni las diferentes situaciones de los sectores a los que afecta. Esto es, se debe reconocer la dualidad que existe de variedades y empresas exitosas y con grandes perspectivas y otros sectores y otras variedades menos promisorias.

e) Debe aprovechar las instituciones existentes y que ya han dado buenos resultados en sus gestiones. Tal es el caso de ProMendoza en la nuestra provincia y la Comisión de Vinos Finos, a nivel nacional.

Por ello, se propone:

1. Para el sector de vinos y uvas finas, se debería hacer una agresiva campaña –con apoyo del Estado y de las Organizaciones Intermedias- para la colocación en el exterior de una gran cantidad de vinos, de modo de descomprimir el mercado y ofrecer mejores perspectivas para los vinos y uvas de mejor calidad. En este sentido, debería tenerse en cuenta a instituciones provinciales y nacionales.

2. Para el sector de vinos y uvas comunes, la rápida definición de los porcentajes de elaboración mostos quitaría la incertidumbre que existe en este segmento. La incertidumbre creada por la posibilidad de romper el acuerdo vitivinícola con San Juan y la falta de definiciones en los porcentajes ha dejado al mercado en una verdadera incertidumbre que ha agravado la situación de las uvas comunes –que son las que se destinan a la elaboración de mostos- y exacerbado la desaparición del mercado de las mismas por varios períodos.

3. El apoyo a la elaboración del Plan Estratégico que están elaborando instituciones del sector (tales como INV, INTA, etc.) debería ser apoyado, de modo de dar una clara señal al mercado de que no se están dando medidas que apuntan sólo a la coyuntura, sino que se tienen en cuenta las consecuencias de mediano y largo plazo.

## CONCLUSIONES

Para abordar las conclusiones, se respetará la estructura utilizada a lo largo del trabajo. Es decir, primero se analizará el marco teórico del mismo, luego se estudiará el grado de avance del cluster vitivinícola mendocino y por último se abarcará el surgimiento del Acuerdo interprovincial entre Mendoza y San Juan, para finalmente comprender sus implicancias para el complejo productivo. Se complementa este análisis con la información recabada en el anexo econométrico.

Respecto de la búsqueda teórica inicial se pudo reconocer que existe una gran diversidad de definiciones que se desprenden, según las corrientes y fuentes, del concepto de cluster más general pensado por el economista Michael Porter.

En el marco de referencia de esta investigación se decidió poner énfasis en dos definiciones consideradas como las más completas y reconocidas dentro del ámbito económico, la de Michael Porter y Joseph Ramos. Ambos son dos eminencias en lo que al tema respecta y, además, sus conceptos no difieren radicalmente uno del otro. Por esta razón, se intentó también reconocer similitudes y diferencias, de modo de contar con un criterio más amplio para evaluar particularmente al cluster vitivinícola de la provincia.

En primer lugar, cabe notar que, pese a la ausencia de unanimidad en cuanto al significado del término cluster, hay algunos elementos que pueden servir para concebir una idea más global del término. Particularmente nos referimos a la existencia de agrupamiento de las firmas, efectos sobre la producción –especialización, difusión del conocimiento, etc.-, interdependencias que dan lugar a externalidades y, finalmente, la existencia de algún modo de cooperación.

Establecidos estos elementos, se abordó el estudio de las características fundamentales que debería presentar un grupo de empresas para ser considerado como un cluster productivo. Este tópico fue de vital importancia para determinar cuáles serían las variables

clave que deberían tenerse en cuenta al momento de volcarse al sector vitivinícola en particular.

A continuación, se mencionan las principales conclusiones sobre el estado de estas variables en esta industria, basadas en la información que recaba el Censo Industrial Provincial 2003 (CIP2003).

**Localización:** la mayoría de las firmas se abastecen con materias primas de origen local (60%). Resulta una ventaja para la provisión de factores, dada su proximidad a los puntos de producción. Esta situación se ve confirmada para el caso de los proveedores, donde un 75% de las firmas manifiesta trabajar exclusivamente con productores de origen local.

**Mercado laboral y nivel de capacitación:** masa laboral fuertemente concentrada en el área de producción (70%). A su vez, el grado de especialización está muy relacionado con el nivel de capacitación y conocimientos de que disponen los empleados (existe una gran necesidad de realizar capacitaciones sobre el personal).

**Oportunidades y amenazas comunes a las firmas:** los factores que más afectan son las condiciones del mercado interno, lo cual es consecuencia directa del origen local de los proveedores, y que la colocación de productos sea en el mercado interno. Las políticas no podrán dejar de lado las fluctuaciones del nivel general de precios, el nivel de empleo, el nivel de ingresos y los determinantes de la demanda agregada, como la tasa de interés, el consumo y la inversión, entre otros.

**Competencia interna:** Según un estudio realizado por la CEPAL, el cluster vitivinícola indica una alta concentración del mercado, lo quiere decir que la competencia local interna resulta ser relativamente baja.

**Especialización:** se tiene en cuenta que las empresas tercerizan parte de sus actividades. Mientras mayor sea esta tercerización, mayor será la concentración de recursos propios en las actividades productivas, por lo que se favorecerá la especialización. En este caso, se observa una fuerte tercerización de los servicios de logística, lo cual libra de tiempo y factores.

**Innovación:** las firmas no manifiestan una conducta innovadora de acuerdo a los criterios de la CEPAL. Esto es así dado que la innovación se ha analizado desde el punto de vista de la

tecnología de la información. Sería importante observar cómo es el grado de acercamiento entre las firmas para favorecer el flujo de información. Este punto ha de tenerse en cuenta a la hora de diseñar políticas de desarrollo.

En cuanto al **grado de avance del cluster**, se puede decir que Argentina ha repetido el comportamiento a nivel internacional de los principales países vitivinícolas (reducción de la superficie destinada a vid, reconversión del sector hacia productos de mayor calidad, existencia de sobrantes estructurales en la elaboración de vinos). Además, la elaboración se ha volcado hacia los vinos finos, al mismo tiempo que la apertura de la economía nacional permitió la entrada de alta tecnología que posibilitó mejorar la calidad del producto en todos sus tipos.

Por otro lado, el mercado de mostos actúa como un importante descompresor del mercado de vinos de mesa. La totalidad del mosto concentrado se exporta aunque, por su calidad de commodity, se encuentra sujeto a grandes variaciones. Indudablemente, el aporte en valor de estas exportaciones es muy inferior al del vino, por su ausencia de valor agregado. Lo que se puede concluir en cuanto a las **regulaciones** del pasado (precios sostén, cupos de vinificación, bloqueos, etc.), es que han demostrado su fracaso y, en general, han agravado la situación coyuntural –transformándola en estructural- impidiendo el ajuste necesario del sector. Quizá la industria hubiera seguido su cauce natural hacia la innovación y competencia en menor tiempo de no haber sido así. Dos ejemplos de países que lograron el éxito en este proceso son Chile y Australia.

#### **En cuanto al Acuerdo Interprovincial entre Mendoza y San Juan:**

El Acuerdo implementado tiene seguidores y opositores dentro del sector. Más allá de su éxito o fracaso relativo, es una medida que ha logrado permanecer en el tiempo y que cumplió rápidamente varios objetivos, como la diversificación hacia productos poco reconocidos como el mosto. El mismo es casi totalmente exportado, lo cual incrementa notablemente los ingresos del sector.

Si bien el anexo empírico no deja afirmar si el Acuerdo logró reducir la varianza del precio del vino común o no, es posible observar en la regresión realizada la gran influencia del precio del mosto sobre el precio del vino común. Si aumenta, los productores tienden a destinar más uva a mosto, disminuyendo las cantidades elaboradas de vino, mejorando su precio.

Como ya se dijo, el Acuerdo sí fue efectivo como disparador del comercio del mosto. Actualmente, las penalizaciones por el incumplimiento del mismo casi no son aplicadas, debido a que se produce mayor cantidad que la estipulada por la Ley 6.216.

**Lo que debe tenerse en cuenta a la hora de plantear propuestas:**

- No debe introducir señales que desvíen el proceso de reestructuración del sector.
- No debe requerir un costo fiscal excesivo.
- Debe mantener una visión clara del mercado (para de este modo reconocer claramente la tendencia decreciente que exhibe el consumo de vinos comunes, y la necesidad de seguir aumentando la participación de la Argentina en los mercados externos).
- No debe desconocer la realidad de la existencia de productos diferenciados, dentro del mismo mercado vitivinícola, ni las diferentes situaciones de los sectores a los que afecta.
- Debe aprovechar las instituciones existentes de promoción, ya que en general han dado buenos resultados en sus gestiones.

En este sentido, el apoyo oficial/institucional para la colocación de vinos en el exterior parece la política más adecuada.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBURQUERQUE LLORENS, F, Desarrollo económico local en Europa y América Latina, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, (Madrid, 1999), 150 págs.
- ALBURQUERQUE, Francisco, Clusters, territorio y desarrollo empresarial: diferentes modelos de organización productiva, Cuarto taller de la red de proyectos de integración productiva, Fondo Multilateral de Inversiones (MIN/FOMIN), Banco Interamericano de Desarrollo, (San José, Costa Rica, 2006), 100 págs.
- ALEX R. HOEN, Identifying Linkages with a Cluster-based Methodology, Economic Systems Research, (Taylor and Francis Journals, June 2002), vol. 14(2), 230 págs.
- ALTENBURG, T, La promoción de los clusters industriales en América Latina, (Buenos Aires, 2001), 60 págs.
- ARGENTINA, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Instituto de Desarrollo Rural, Caracterización de la cadena agroalimentaria de vitivinicultura de la provincia de Mendoza, (1999), 215 págs.
- ARGENTINA, Mendoza, Instituto Nacional de Vitivinicultura, Departamento de estadística y estudios de mercado, Informe de cosecha y elaboración año 2009, 19 págs.
- AZPIAZU, D. y BASUALDO, E, El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones. División de Desarrollo productivo y empresarial de la CEPAL, Ed. Mimeo, (Santiago, 2000), 202 págs.
- CAILLY, Silvina y MERCAU, Raúl, Propuesta para mejorar la situación del sector vitivinícola, Documento de trabajo N°5, Fundación Libertador, (2005), 43 págs.
- CAILLY, S., La evolución del mercado de uvas en la provincia de Mendoza, Documento de trabajo N°2, Fundación Libertador, (2002), 24 págs.

- COLLADO, Patricia, Desarrollo vitivinícola en Mendoza-Argentina. Apuntes sobre su origen, CRICYT-CONICET, (2006), 28 págs.
- DIRVEN, Martine, Complejos productivos, apertura y disolución de cadenas, en Martine Dirven (comp.): Apertura económica y (des)encadenamientos productivos, Libros de la CEPAL, núm. 61, (Santiago de Chile, 2001), 16 págs.
- DORYAN, Eduardo, y otros, Análisis del reporte global de competitividad microeconómica para Centroamérica, (Nicaragua, 1999), 75 págs.
- FERNÁNDEZ SATTO, Víctor Ramiro, VIGIL-GRECO, José Ignacio, Clusters y desarrollo territorial. Revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina. Economía, Sociedad y Territorio, vol. VI, núm. 24, (2007), 1200 págs.
- JÖRG MEYER-STAMER, Ulrich Harmes-Liedtke, Cómo promover clusters, Documento de trabajo, Mesopartner, (2005), 26 págs.
- KRUGMAN, Paul, Geografía y comercio, Antón y Bosch, (Barcelona, 1992), 280 págs.
- LLACH, Juan, El crecimiento económico regional: el papel de los complejos productivos (clusters) basados en los recursos naturales. Trabajo realizado para el Programa de Maestría de Finanzas Públicas Provinciales y Municipales, Universidad Nacional de La Plata, Informe final del consultor, (1998), 45 págs.
- MERCAU, R. y otros, Análisis del impacto del impuesto interno en los costos del sector vitivinícola de Mendoza, Documento de trabajo N°2, Fundación Libertador, (1998), 28 págs.
- NAVARRO ARANCEGUI, El análisis de la política de clusters, (s. e., 2003), 30 págs.
- OECD, Policy Brief, Competitive regional clusters: National Policy Approaches, (USA, mayo 2007), 7 págs.

- OLIVIERI, Sergio, ¿Qué factores determinaron el desarrollo del cluster vitivinícola?, IERAL, Fundación Mediterránea, columna regional 07/11/03, 6 págs.
- PORTER, Michael, Clusters and the new economics of competition, Harvard Business Review, (November-December 1998), 20 págs.
- PORTER, Michael, Location, competition and economic development: local clusters in global economy, Harvard University Press, (2000), 25 págs.
- PORTER, Michael, Ser competitivo, Harvard University Press, (1998), 18 págs.
- RADA, Daniel, Evaluación de los efectos en la vitivinicultura argentina del Acuerdo Interprovincial Mendoza-San Juan (Ley 6216), (Diciembre, 2008), 39 págs.
- RAMOS, Joseph, Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales, (s.e., 1998), 31 págs.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo A, Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005, Universidad de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA-CONICET) y Universidad Nacional de Cuyo, volumen 16, número 31, (febrero-septiembre de 2007), 123 págs.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo A., Cambios tecnológicos y transformaciones económico-espaciales en la vitivinicultura de Mendoza, 1870-2000, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, (Agosto, 2000), 20 págs.
- ROMER, Paul, Endogenous technical change, The Journal of Political Economy, (1990), 102 págs.
- THE CLUSTER COMPETITIVENESS GROUP S.A., Identificación y Análisis de Clusters en Mendoza, (ART1003), (Mendoza, 2004), 81 págs.

THE CLUSTER COMPETITIVENESS GROUP S.A., Recomendaciones sobre el desarrollo de una Política de Mejora de la Competitividad basada en clusters en la Provincia de Mendoza, (AR-T1003), (Mendoza, 2004), 48 págs.

Registro de viñedos y superficie. Base de datos congelada al cierre de la cosecha 2010, Instituto Nacional de Vitivinicultura, (julio 2010).

Vitivinicultura de Mendoza, Bodegas de Argentina, Mendoza, 21 mayo 2010.

8° General Assembly of the OIV, Tbilisi 2010, World Statistics.

Sitios consultados:

- [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar) Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- [www.inv.gov.ar](http://www.inv.gov.ar) Instituto Nacional de Vitivinicultura.
- [www.idr.org.ar](http://www.idr.org.ar) Instituto de Desarrollo Rural.
- [www.mendozaproductiva.mendoza.gov.ar](http://www.mendozaproductiva.mendoza.gov.ar) Mendoza Productiva.
- [www.ieral.org](http://www.ieral.org) Fundación Mediterránea.
- [www.aredelvino.com](http://www.aredelvino.com) Área del vino.
- [www.oiv.int](http://www.oiv.int) Organización Internacional de la viña y el vino.
- [www.bodegasdeargentina.org](http://www.bodegasdeargentina.org) Bodegas de Argentina
- [www.mendoza.gov.ar](http://www.mendoza.gov.ar) Ministerio de Producción de Mendoza.

## ANEXO ECONOMÉTRICO

Para poder comprobar empíricamente la influencia del Acuerdo Interprovincial Mendoza-San Juan sobre los precios del vino de mesa, se incluyó como anexo del presente trabajo de investigación una regresión econométrica que reúne la suficiente información para verificar la hipótesis sugerida a continuación<sup>60</sup>. Además, en esta sección se trabajó con el software E-Views.

**Hipótesis:** el Acuerdo mencionado provocó un cambio estructural en la varianza del precio de los vinos de mesa.

Matemáticamente:

$$\sigma^2 = \alpha_0 + \alpha_1 \cdot Gr + \alpha_2 \cdot P^c + \alpha_3 \cdot P^m + \alpha_4 \cdot Ac + \mu$$

Siendo:

$\sigma^2$ : Varianza del precio del vino de mesa

Gr: superficie dañada por granizo

$P^c$ : Precio de la cerveza<sup>61</sup>

$P^m$ : Precio del mosto

Ac: Porcentaje fijado por el acuerdo

$\mu$ : Término aleatorio

A continuación, se realizará una breve descripción de la evolución de las principales variables tenidas en cuenta en el análisis.

---

<sup>60</sup> Se utilizaron las siguientes series históricas de datos:

De la Bolsa de Comercio de Mendoza: Precio ponderado conjunto del vino de mesa (\$/hectolitros), Precio promedio del mosto concentrado y sulfitado (\$/hectolitros).

Del INDEC: Del Índice de Precios Básicos al Productor, se extrajo el precio de la cerveza.

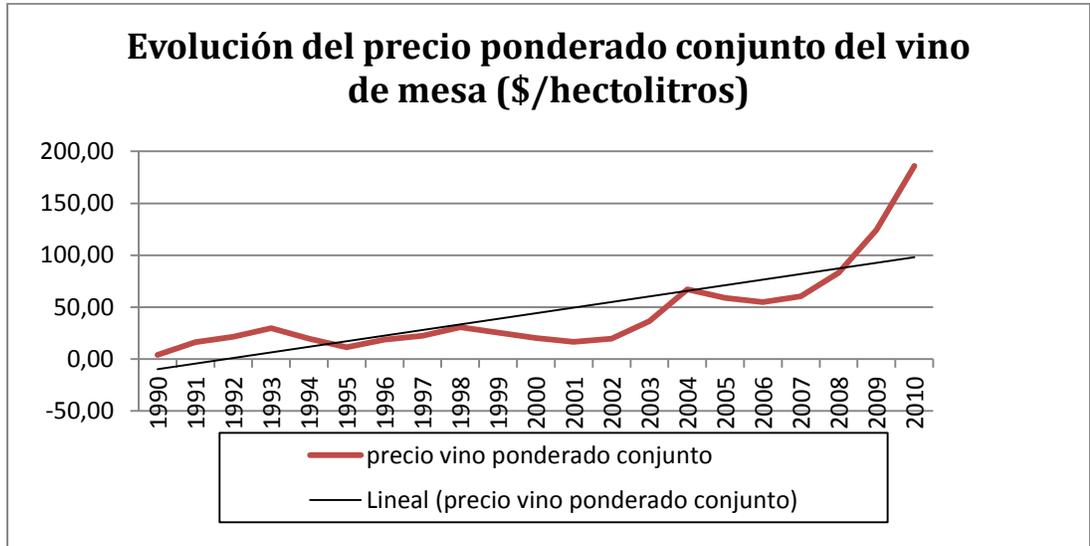
De la Dirección de Agricultura y Contingencias Climáticas: Superficie dañada al 100% por el granizo en la provincia.

Del Instituto Nacional de Vitivinicultura: Porcentajes de uva destinada a mosto fijados por el Acuerdo.

<sup>61</sup> Índice de Precios Básicos del Productor (IPP): Mide la variación promedio de los precios percibidos por el productor local por su producción. Por lo tanto, se excluye la oferta de bienes importados y en la ponderación de cada actividad están incluidas las exportaciones.

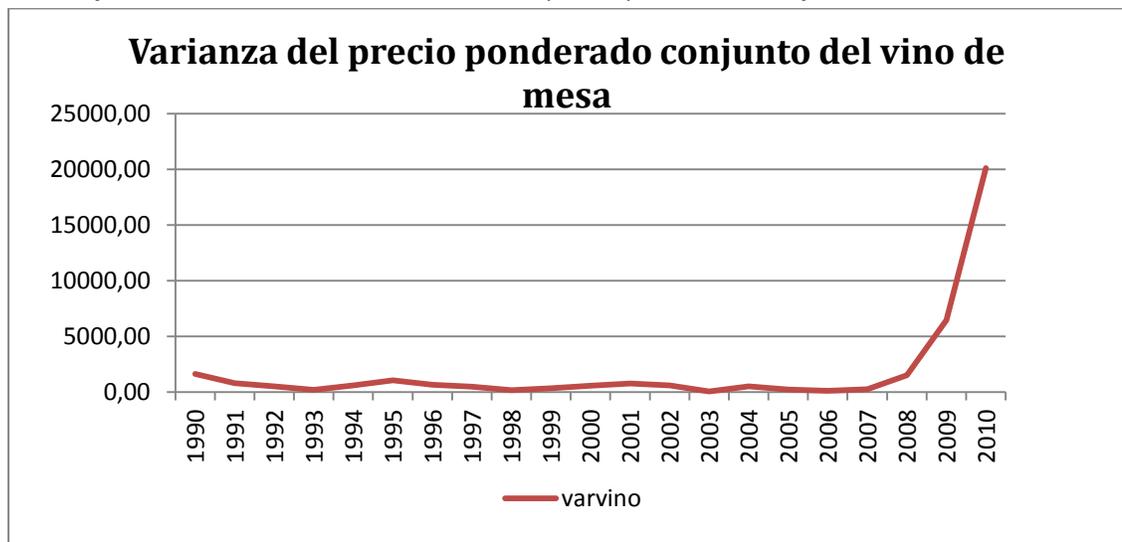
## Evolución de las variables

Gráfico Nº 1: Evolución del precio ponderado conjunto del vino de mesa (\$/hectolitros).



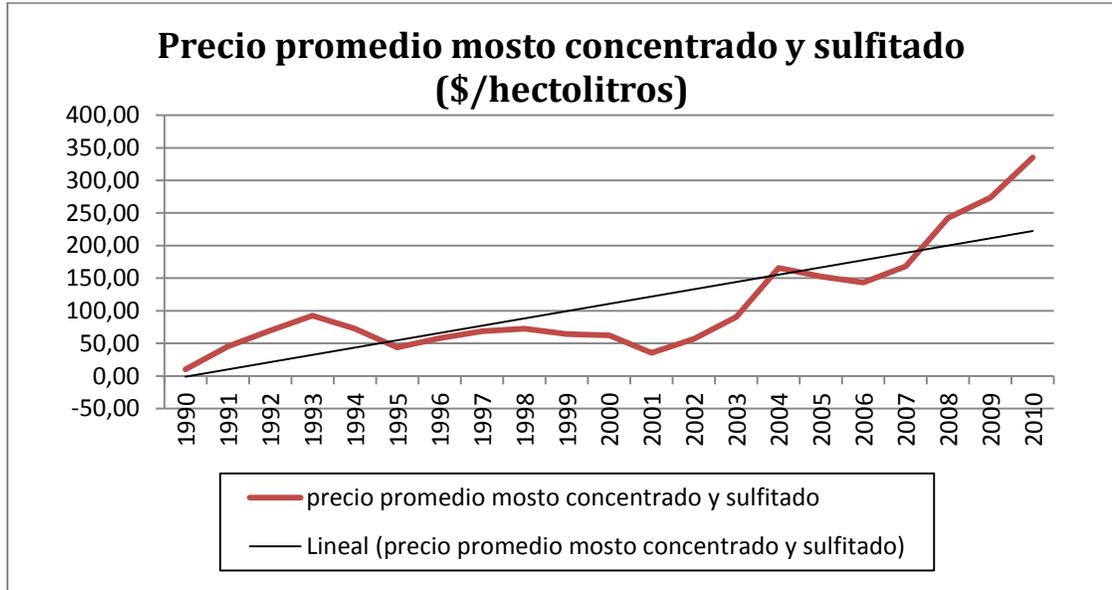
Observando la evolución de esta variable, puede deducirse que presenta una tendencia creciente a lo largo del período 1990-2010. Aun así, podría decirse que el precio del vino común claramente sufre altibajos por lapsos de 4/5 años. Es decir, presenta un comportamiento variable de acuerdo a las condiciones del mercado.

Gráfico Nº 2: Evolución de la varianza del precio ponderado conjunto del vino de mesa.



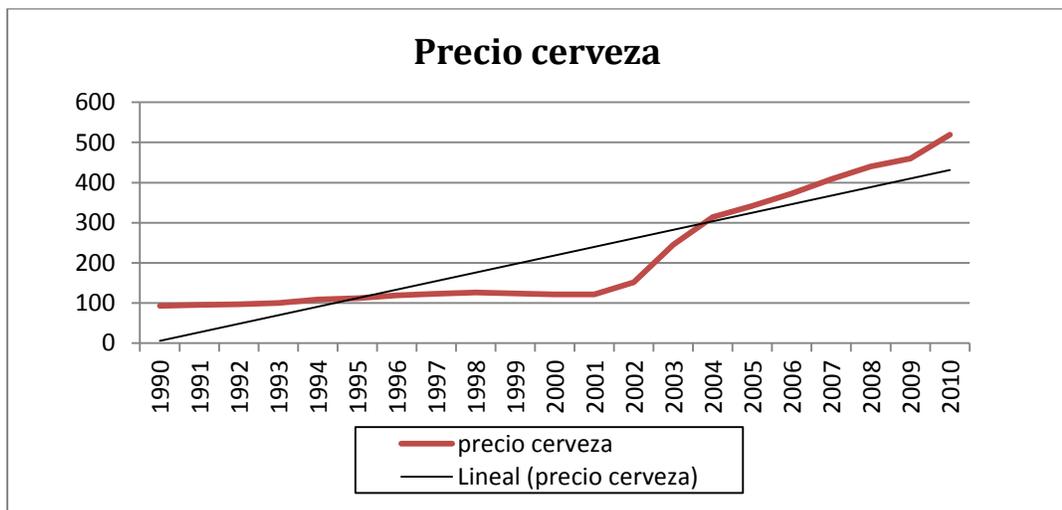
De la varianza del precio del vino de mesa se puede mencionar que permaneció casi constante durante casi todo el período analizado, para luego aumentar considerablemente a partir del año 2008 hasta hoy.

Gráfico N° 3: Evolución del precio promedio del mosto concentrado y sulfitado (\$/hectolitros).



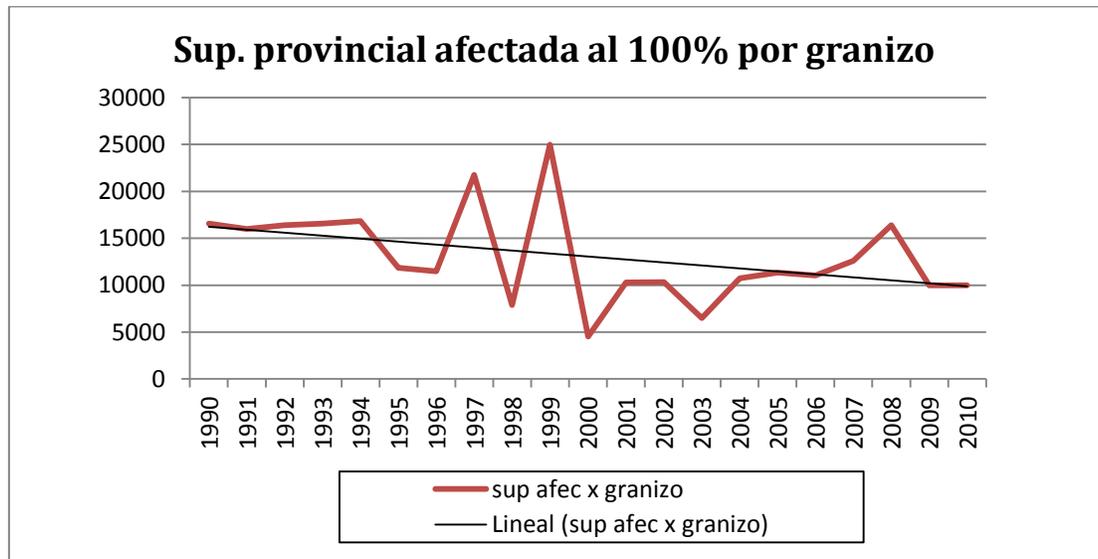
El precio del mosto también presenta una tendencia creciente a lo largo de los años, pero incluso con un precio mucho mayor al evidenciado por el vino de mesa. Además, el comportamiento es variable y cíclico como era de esperarse para un bien commodity.

Gráfico N° 4: Evolución del precio de la cerveza (medido por el Índice de Precios Básicos al Productor).



El precio de la cerveza tiene un comportamiento más estable que las demás variables analizadas. Se mantiene constante desde 1990 hasta 2001, para luego pegar un salto y continuar en alza.

*Gráfico N° 5: Evolución de la superficie provincial afectada al 100% por el granizo.*



En el presente gráfico puede observarse un leve decrecimiento de la superficie afectada totalmente por el granizo, que puede deberse a las mejoras en la tecnología que hacen posible disminuir el daño ocasionado. Además, deben tenerse en cuenta las facilidades que otorga el gobierno actualmente para subsidiar la colocación de mallas antigranizo y otros mecanismos previsores del daño, lo cual reduce notablemente los perjuicios.

Gráfico N° 6: Evolución de los porcentajes impuestos por el Acuerdo Interprovincial.



En cuanto al porcentaje de uva fijado por el Acuerdo para destinarse a mosto, se puede mencionar que ha ido subiendo con los años, por lo que la incidencia del mismo es cada vez mayor. Con frecuencia permanece fijo por unos años, de acuerdo a las condiciones futuras del mercado que se tienen en cuenta cuando se realiza su cálculo.

Una vez analizadas las variables que se utilizarán para este trabajo, se procede a realizar la primera regresión. A continuación se presenta la tabla con la información obtenida.

Tabla Nº 1: Regresión de la varianza del precio del vino respecto a las variables explicativas.

Dependent Variable: VARVINO

Method: Least Squares

Sample: 1990 2010

Included observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	952.6164	1876.984	0.507525	0.6187
MOSTO	71.53955	27.47370	<b>2.603929</b>	0.0192
CERVEZA	-22.32477	17.95329	-1.243492	0.2316
ACUERDO	-2524.745	8217.306	-0.307247	0.7626
GRANIZO	-0.015578	0.010763	-1.447286	0.1671
R-squared	<b>0.638324</b>	Mean dependent var		1792.637
Adjusted R-squared	0.547905	S.D. dependent var		4407.500
S.E. of regression	2963.515	Akaike info criterion		19.03040
Sum squared resid	1.41E+08	Schwarz criterion		19.27909
Log likelihood	-194.8192	F-statistic		<b>7.059622</b>
Durbin-Watson stat	1.392922	Prob(F-statistic)		0.001788

De la tabla podemos decir que:

- ✓ Sólo el coeficiente del precio del mosto es estadísticamente significativo, ya que  $|t| > 2$ .
- ✓ Existen elevados errores estándar (y por ende pocas razones «t» significativas).
- ✓ El  $R^2$  es relativamente alto, lo cual implica que la regresión es buena. A pesar de esto, se observan pocos coeficientes significativos de las variables explicativas.
- ✓ Valor F bastante alto.
- ✓ Estas características mencionadas de la regresión podrían evidenciar que la muestra tiene un problema: Multicolinealidad<sup>62</sup>.

<sup>62</sup> Consecuencias prácticas de la multicolinealidad:

- Errores estándar muy grandes.
- Varianzas y Covarianzas amplias para los estimadores de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO).
- Más amplios intervalos de confianza.
- Razones t no significativas.
- Elevado  $R^2$  pero pocas razones t significativas.
- Sensibilidad de los estimadores de MCO y sus errores estándar ante cambios pequeños en los datos.

Cómo detectarla:

Para comprobar dicho inconveniente y definir qué variables son las problemáticas, se calculó una matriz de correlación entre los regresores, cuya tabla se muestra a continuación.

*Tabla N° 2: Matriz de correlación entre las variables Precio del mosto, Precio de la cerveza, Porcentaje del acuerdo y Granizo.*

	MOSTO	CERVEZA	ACUERDO	GRANIZO
MOSTO	1.000000	<b>0.940105</b>	0.380592	-0.192081
CERVEZA	<b>0.940105</b>	1.000000	0.568928	-0.164452
ACUERDO	0.380592	0.568928	1.000000	-0.056384
GRANIZO	-0.192081	-0.164452	-0.056384	1.000000

Como se puede observar, las variables que están más relacionadas entre sí son el precio de la cerveza y el precio del mosto ( $r > 0.8$ ), por lo que esto podría ser la causa de la multicolinealidad existente en la muestra. Para solucionar este problema, se procede a eliminar alguna de las dos variables, ya que ambas estarían “explicando” el mismo comportamiento de la variable dependiente (varianza del precio del vino de mesa).

En ese caso, eliminaremos la variable Precio de la cerveza, por considerarse el Precio del mosto como la más relevante para nuestro trabajo. Luego realizaremos una segunda regresión para observar si se ajusta mejor que la realizada en primer lugar.

- 
- $R^2$  elevado pero pocas razones t significativas.
  - Altas correlaciones pares entre regresores ( $> 0.8$ )
  - Análisis de las correlaciones parciales
  - Regresiones auxiliares (entre variables explicativas)

*Tabla N° 3: Regresión de la varianza del precio del vino respecto a las variables explicativas, menos el precio de la cerveza.*

Dependent Variable: VARVINO

Sample: 1990 2010

Included observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	928.3525	1906.800	0.486864	0.6326
MOSTO	39.07618	8.694948	<b>4.494125</b>	0.0003
GRANIZO	-0.016224	0.010922	-1.485425	0.1557
ACUERDO	-9368.573	6199.165	-1.511264	0.1491
R-squared	0.603371	Mean dependent var	1792.637	
Adjusted R-squared	0.533378	S.D. dependent var	4407.500	
S.E. of regression	3010.753	Akaike info criterion	19.02741	
Sum squared resid	1.54E+08	Schwarz criterion	19.22637	
Log likelihood	-195.7878	F-statistic	8.620400	
Durbin-Watson stat	1.220778	Prob(F-statistic)	0.001063	

De acuerdo a esta nueva regresión, sólo la variable Precio del mosto es estadísticamente significativa para nuestro análisis. Por ello, se eliminará también la variable Acuerdo para verificar si cambia esta situación.

*Tabla N° 4: Regresión de la varianza del precio del vino respecto a las variables explicativas, menos el precio de la cerveza y el Acuerdo.*

Dependent Variable: VARVINO

Method: Least Squares

Sample: 1990 2010

Included observations: 21

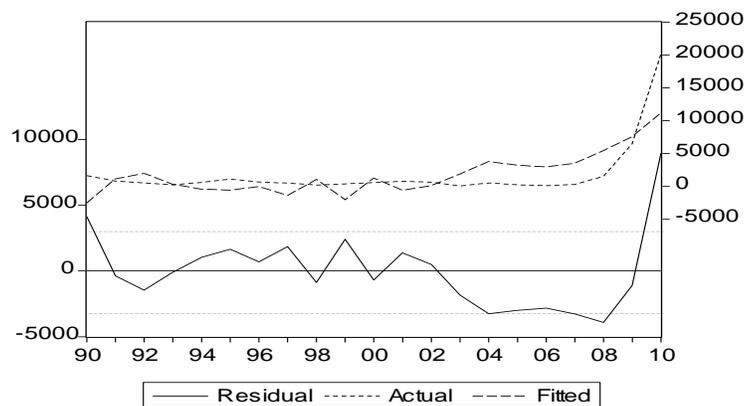
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-126.0946	1836.759	-0.068651	0.9460
MOSTO	34.11730	8.334262	<b>4.093619</b>	0.0007
GRANIZO	-0.016528	0.011303	-1.462273	0.1609
R-squared	<b>0.550085</b>	Mean dependent var	1792.637	
Adjusted R-squared	0.500094	S.D. dependent var	4407.500	
S.E. of regression	3116.280	Akaike info criterion	19.05823	
Sum squared resid	1.75E+08	Schwarz criterion	19.20745	
Log likelihood	-197.1114	F-statistic	11.00376	
Durbin-Watson stat	1.015960	Prob(F-statistic)	0.000755	

Como vemos, la variable granizo tampoco es significativa en esta nueva regresión. Igualmente, se dejará en el análisis porque su t estadístico casi alcanza el valor 2 (condición necesaria para que sea significativo el coeficiente).

Por otro lado, se saca la variable Acuerdo ya que se considera como la variable dummy (0 para los años anteriores al acuerdo, 1x% para los años con acuerdo). Se agrega si el Test de Chow indica cambio estructural, verificando si con ella puede explicarse el cambio de los coeficientes.

Antes de realizar el test, se analizará el gráfico de la regresión, para comprobar si se observa un quiebre en el año en cuestión (año en que se aplica el Acuerdo por primera vez).

*Gráfico N° 7: Gráfico de la regresión entre varianza del precio del vino común, el precio del mosto y el granizo.*



En el gráfico anterior se observan las siguientes características:

- ✓ No se evidencia cambio estructural en 1995 en el gráfico de la regresión.
- ✓ A partir del año 2008, la varianza del precio del vino de mesa aumenta considerablemente (es posible que haya cambio estructural para dicha fecha, pero no por las razones que nosotros intentamos demostrar).

A continuación, se intenta verificar la hipótesis de que el Acuerdo produjo un cambio estructural en la varianza del precio del vino de mesa. Para ello, se utiliza el software mencionado, que arroja la siguiente tabla.

Tabla N° 5: Test de Chow para el año 1995.

Chow Breakpoint Test: 1995			
F-statistic	<b>0.850318</b>	Probability	<b>0.487841</b>
Log likelihood ratio	3.298222	Probability	0.347890

- ✓ **No existe cambio estructural en 1995** (probabilidad >0.05).
- ✓ Se concluye que no se puede comprobar la hipótesis de que el Acuerdo ha generado un cambio estructural en el sector.

Dado el resultado del test, se intentó quitar la influencia de la tendencia en la serie de datos y realizar de nuevo la regresión, a fin de comprobar si el resultado cambiaba. La tabla se muestra a continuación.

Tabla N° 6: Regresión de la varianza del precio del vino respecto a las variables explicativas más una variable que representa la tendencia.

Dependent Variable: VARVINO

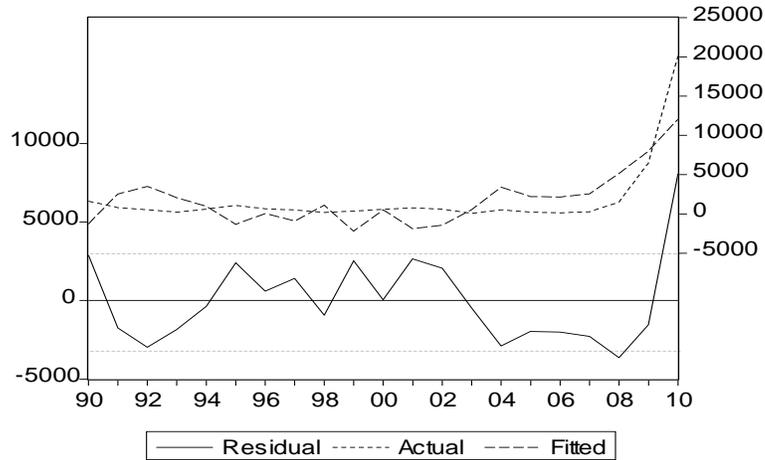
Method: Least Squares

Sample: 1990 2010

Included observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	877.1594	1963.761	0.446673	0.6611
MOSTO	45.05916	19.46562	<b>2.314807</b>	0.0342
ACUERDO	-5575.150	12680.65	-0.439658	0.6661
<b>TEN</b>	-133.0561	384.6653	<b>-0.345901</b>	0.7339
GRANIZO	-0.015718	0.011312	-1.389567	0.1837
R-squared	0.606315	Mean dependent var		1792.637
Adjusted R-squared	0.507894	S.D. dependent var		4407.500
S.E. of regression	3091.874	Akaike info criterion		19.11520
Sum squared resid	1.53E+08	Schwarz criterion		19.36390
Log likelihood	-195.7096	F-statistic		6.160404
Durbin-Watson stat	1.182039	Prob(F-statistic)		0.003376

Gráfico N° 8: Gráfico de la regresión entre varianza del precio del vino común, las variables explicativas y una variable que representa la tendencia.



Como podemos apreciar en la tabla y gráficos anteriores, la tendencia no resultó relevante para este conjunto de datos, por lo que se descarta que el resultado negativo del Test de Chow haya tenido que ver con la influencia de ésta última.

## Conclusiones

A modo de conclusión, se puede decir que la hipótesis planteada en este anexo empírico no pudo ser comprobada eficientemente, dados los datos relevados para cada variable. Este análisis podría ser completado con otro tipo de datos, otra forma de medir las variables, otro enfoque, entre otras cosas, lo que podría hacer variar el resultado.

Lo que sí puede afirmarse es la gran influencia del Precio del mosto en la formación del precio del vino común. Este hecho permite reafirmar la idea central de este trabajo en la cual se afirma que es posible intervenir en el mercado de vinos utilizando un producto sustituto cercano como es ese caso, ya sea el Acuerdo mencionado el instrumento efectivo o no.

**Declaración Jurada Resolución 212/99-CD**

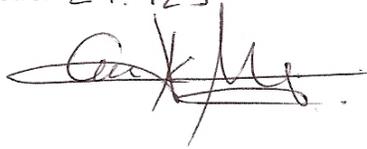
"El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta derecho de terceros".

Mendoza, 28 de febrero de 2011.

Apellido y Nombre: Musri Arias, Laura Karina

N° Registro: 24.925

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Laura Karina Musri Arias', written over a horizontal line.