

IERAL

Fundación
Mediterránea

Documento de Trabajo

Año 19 - Edición Nº 124 - 22 de Noviembre de 2013

Una Argentina Competitiva, Productiva y Federal

Actualidad y desafíos en la cadena vitivinícola de Argentina

Jorge Day

Edición y compaginación
Karina Lignola y Silvia Ochoa



IERAL Córdoba
(0351) 473-6326
ieralcordoba@ieral.org

IERAL Buenos Aires
(011) 4393-0375
info@ieral.org

Fundación Mediterránea
(0351) 463-0000
info@fundmediterranea.org.ar

Resumen Ejecutivo

- Este trabajo forma parte de la serie de documentos que el IERAL de Fundación Mediterránea viene publicando desde el año 2009 en el marco del Proyecto “Una Argentina Competitiva, Productiva y Federal”. Uno de los componentes centrales de este Proyecto propone identificar, evaluar y proyectar oportunidades de generación de valor económico y empleo en una serie de cadenas productivas del país, bajo una estrategia que prioriza la mayor inserción internacional de la producción, pero sin descuidar el fortalecimiento del mercado interno.
- En esta publicación se profundiza el análisis del potencial de la cadena vitivinícola (especialmente en el mercado externo), su impacto en las regiones productoras, los desafíos y amenazas que enfrenta el sector, para posteriormente concluir en recomendaciones de política económica que contribuyan a fortalecer su desarrollo futuro.
- En Argentina, la vitivinicultura ha pasado por distintas etapas en los últimos treinta años. En los ochenta había sobreproducción de uva y vinos, con sus consecuentes precios bajos de esos productos. Luego de varias medidas, a fines de esa década se recurrió a una fuerte erradicación de viñedos, cayendo casi en un tercio su superficie cultivada. Posteriormente, a mediados de los noventa, la vitivinicultura pasó a una etapa de modernización, gracias a la desregulación del sector, la apertura económica y un dólar barato, que permitió inversiones en equipamientos y tecnologías, muchas de ellas de origen extranjero. Estando preparados para competir con el mundo, con la devaluación del 2002, se produjo una explosión exportadora del sector, ganando mercados en el mundo. Actualmente, en contexto de problemas de competitividad de origen cambiario, la situación se ha complicado debido a que los costos internos se han elevado significativamente, afectando la rentabilidad del sector vitivinícola.

Esta publicación es propiedad del Instituto de Estudios sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IERAL) de Fundación Mediterránea. Dirección Marcelo L. Capello. Dirección Nacional del Derecho de Autor Ley N° 11723 - N° 2328, Registro de Propiedad Intelectual (en trámite). ISSN N° 1850-9800 (correo electrónico). Se autoriza la reproducción total o parcial citando la fuente. Sede Buenos Aires y domicilio legal: Viamonte 610 2º piso, (C1053ABN) Buenos Aires, Argentina. Tel.: (54-11) 4393-0375. Sede Central Córdoba: Campillo 394 (5001), Córdoba., Argentina. Tel.: (54-351) 472-6525/6523. E-mail: info@ieral.org ieralcordoba@ieral.org

- Características del mercado:
 - El vino no es una commodity, habiendo gran variedad. Para una primera clasificación, se los agrupa en dos categorías: varietales y genéricos (éstos últimos son en general de inferior calidad).
 - En Argentina, la demanda total de vinos se reparte en un tercio para vinos varietales y dos tercios para los genéricos, éstos últimos con un gran mercado interno.
 - El consumo interno ha venido cayendo notoriamente en las últimas tres décadas. De 70 litros per cápita en los inicios de los años ochenta, a un 25 en la actualidad. Las exportaciones han constituido una solución.
 - Vino fraccionado: en los últimos doce años, los montos exportados se sextuplicaron, gracias a mayores volúmenes y mejores precios. Compatible con la mayor demanda mundial de vinos, con una mejora en la participación argentina en el mercado mundial. Sus exportaciones están relativamente diversificadas. EEUU capta un tercio, seguidos de Canadá, Brasil y Reino Unido. Observando a los principales compradores mundiales de vino fraccionado, Argentina le vende poco a países como Alemania, Reino Unido, Rusia y China. En cambio, Chile sí les vende (salvo a Alemania y a Rusia) en un porcentaje similar al promedio mundial.
 - Vino a granel: sus exportaciones presentan mayor variabilidad, con tendencia creciente, en un mundo que demanda más de esta modalidad de envío. Principalmente, se vende a EEUU, y muy poco a otros grandes importadores (Alemania, Francia y Reino Unido).
- Pensando en el futuro, se espera una demanda mundial que crezca a menor ritmo que durante la década anterior. Y a esto se suma el bajo poder adquisitivo del dólar oficial, lo cual juega en contra del objetivo de aumentar la participación en el mercado mundial. Si no hay cambios, es difícil esperar aumentos importantes en exportaciones.
- Desafíos y amenazas para el sector:
 - A nivel mundial
 - Precios internacionales que crecen, aunque a menor ritmo que la soja y otras commodities agrícolas.

- Desventaja arancelaria para ingresar a otros mercados (México y la zona del Euro)
- Tendencia a importar mayor porcentaje de granel (especialmente por parte de EEUU y Reino Unido), afectando la industrialización vitivinícola en Argentina
- A nivel nacional (temas de los que surgen recomendaciones de política económica):
 - Costos crecientes en dólares
 - Altos costos laborales, incluidos los contingentes (indemnizaciones)
 - Fuerte presión tributaria (también a nivel provincial)
 - Altos costos de transporte, tanto interno como externo
 - Retenciones a las exportaciones y demora en la devolución del IVA del exportador
 - Falta de mano de obra para cosecha
 - Restricciones para importar
- A nivel sectorial
 - Necesidad de facilitar los trámites para el control de calidad de vinos.
 - Flexibilizar la exigencia del porcentaje de uvas cosechadas destinadas a jugo (mosto).

Actualidad y desafíos en la cadena vitivinícola

Este trabajo forma parte de la serie de documentos que el IERAL de Fundación Mediterránea viene publicando desde el año 2009 en el marco del Proyecto “Una Argentina Competitiva, Productiva y Federal”. Uno de los componentes centrales de este Proyecto propone identificar, evaluar y proyectar oportunidades de generación de valor económico y empleo en una serie de cadenas productivas del país, bajo una estrategia que prioriza la mayor inserción internacional de la producción, pero sin descuidar el fortalecimiento del mercado interno.

A diferencia de otros complejos agrícolas, la vitivinicultura argentina ha alcanzado un alto grado de industrialización, puesto que, en vez de uva, jugos de uva (mostos a granel) y vinos a granel, lo que más exporta este sector en el país son cajas de vino embotellado. Esto parece compatibilizarse con el ideal político de lograr una mayor industrialización, y así mayor valor agregado.

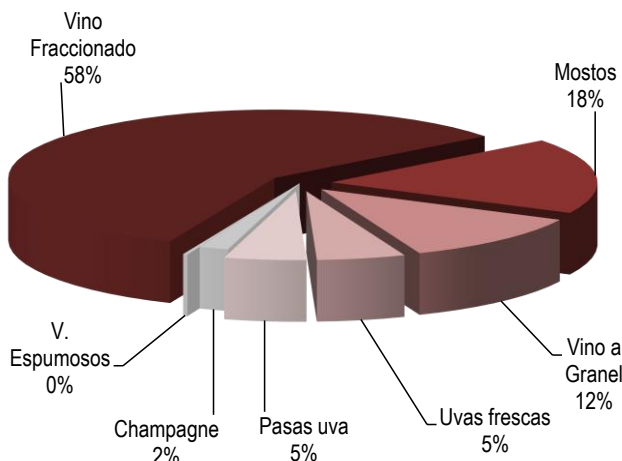
Este informe profundiza el análisis del potencial de la cadena (especialmente en el mercado externo), su impacto en las regiones productoras, los desafíos y amenazas que enfrenta el sector, para posteriormente concluir en recomendaciones de política económica que contribuyan a fortalecer a la vitivinicultura argentina.

Potencial del sector

En esta cadena, en la etapa agrícola se obtiene la **uva**, que en la etapa posterior (la industrial) pasa a ser la materia prima para la obtención de **vinos**, jugos (mosto), uva para consumo en fresco y pasas de uva.

Considerando montos exportados, los vinos fraccionados (en botella o en tetrabrick) representan el 58% de las exportaciones vitivinícolas, acompañada por los vinos que se venden a granel (12%). También son relevantes las exportaciones de mostos (18%). Dada su dimensión exportadora, parece más relevante concentrar el análisis en los vinos (tanto fraccionados como a granel) y hacer algunas menciones a los otros productos (especialmente mostos, como opción de exportación).

Gráfico 1: Composición de exportaciones vitivinícolas de Argentina Periodo 2012

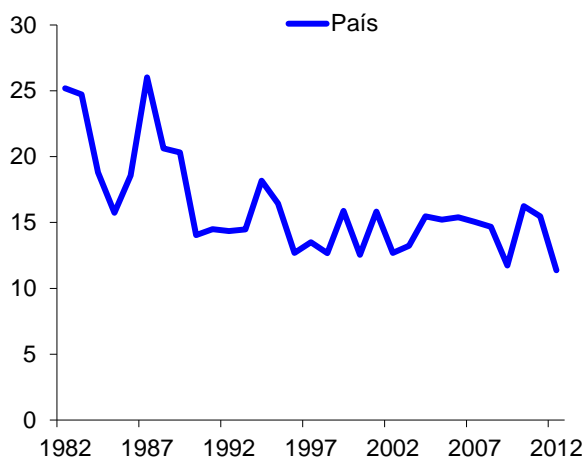


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INDEC.

Producción y mercado interno

En general la elaboración de vinos en Argentina se ubica en un rango entre 11 y 15 M de hectólitros. En los años 80s, se llegó a obtener más de 25 M, época de sobreproducción, y con varias medidas (entre las cuales, una importante erradicación de viñedos), se ha reducido los volúmenes elaborados a los niveles antes mencionados.

Gráfico 2: Producción argentina de vino -millones de hectólitros - periodo 1982 / 2012-

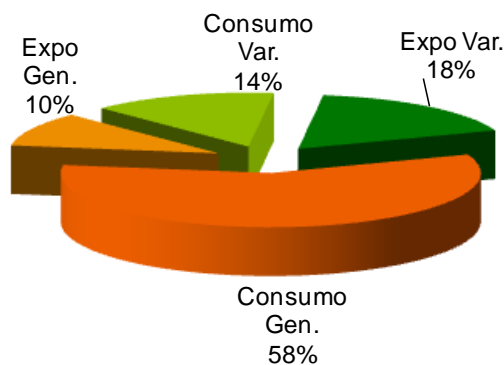


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

¿Cuáles son los destinos del vino? En el año 2012, del total de vinos vendidos, un 28% se destinó al mercado externo, dejando en claro la importancia del mercado interno.

Desagregando los vinos en dos tipos: vinos comunes (ahora genéricos) y vinos varietales (considerados de mejor calidad, como Malbec y Cabernet Sauvignon), las estadísticas indican que los comunes se destinan principalmente al mercado interno, mientras que los varietales se destinan más al mercado externo que al interno. En cifras, de la cantidad total de vinos vendidos, un 58% corresponde a consumo interno de vinos genéricos y un 10% a su exportación. Por otro lado, un 18% corresponde a exportación de vinos varietales, y un 14% a su consumo interno.

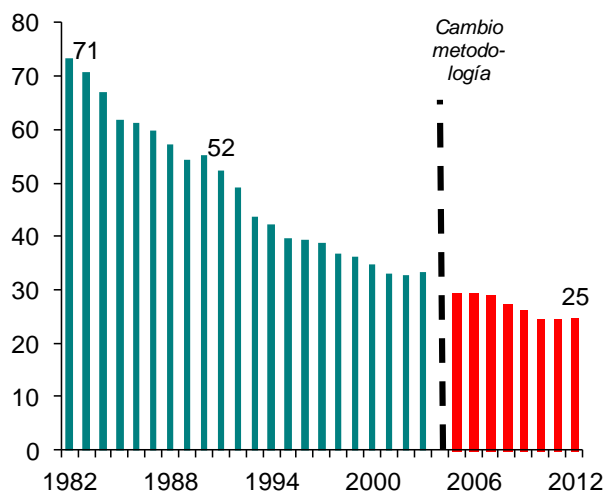
Gráfico 3: Demanda de vino argentino – participación - periodo 2012
 (“gen.”: vino genérico, y “var.”: vino varietal)



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

Un punto llamativo en el mercado interno es la continua disminución del consumo de vinos en Argentina. A inicios de los '80 se consumían 70 litros per cápita (en otros estudios se mencionaba que antes llegaba a 90 litros), para luego llegar a 25 litros en el año 2012.

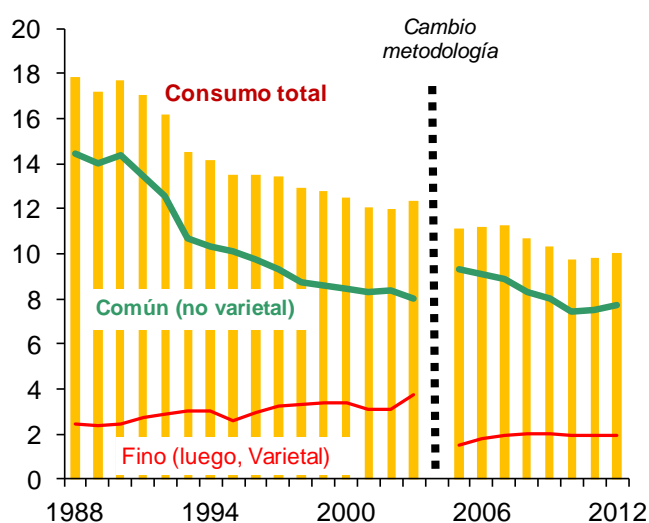
Gráfico 4: Consumo per cápita de vinos
 –litros promedio por habitante año- periodo 1982 - 2012



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

Desagregando por tipo de vinos, la caída se ha dado principalmente en los vinos de menor calidad (primero comunes, y luego genéricos), aunque tendrían un leve repunte en los dos últimos años. En cambio, ha habido un aumento gradual en los vinos de mejor calidad (antes denominados "finos", y ahora "varietales").

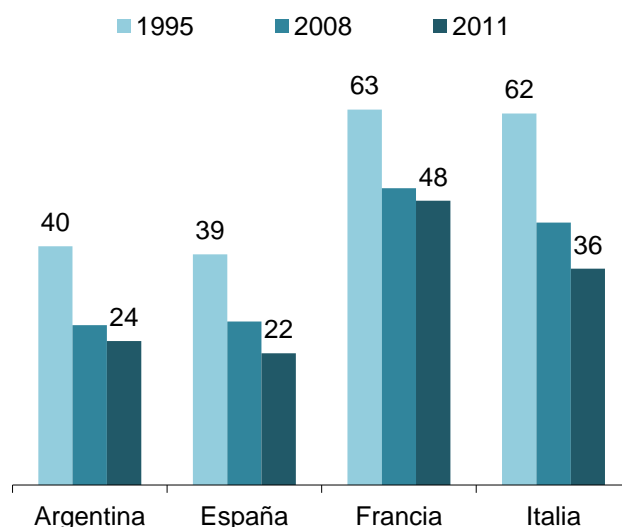
Gráfico 5: Consumo de vinos - millones de hectólitros - periodo 1988 - 2012



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

La disminución del consumo per cápita de vinos no es un fenómeno exclusivamente local, se observa también en los principales países productores de vinos.

Gráfico 6: Consumo per cápita de vinos en grandes países productores - por litro por habitante - periodo 1995 - 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en OIV.

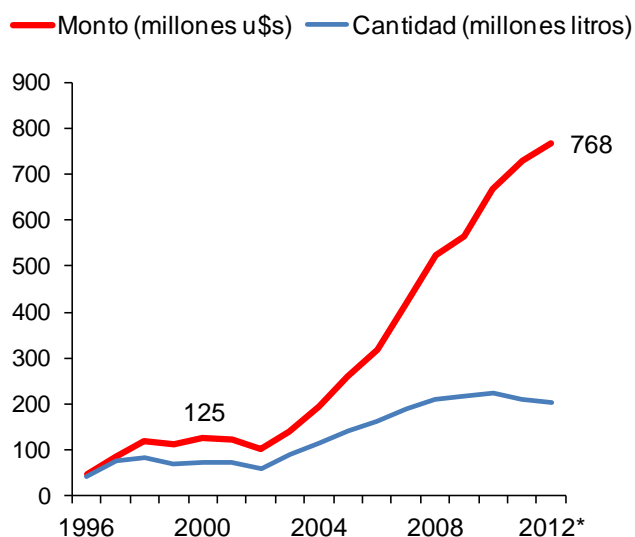
Mercado externo

Ante la amenaza de un consumo interno de vinos que caía en la Argentina, una opción de salida ha sido el mercado externo. A continuación se presenta cómo le ha ido al complejo en materia de exportaciones, y qué potencial tiene para colocar productos en el exterior.

Vino fraccionado

En los últimos doce años (2000 – 2012), las exportaciones de vino fraccionado argentino se sextuplicaron en montos y se triplicaron en cantidades exportadas.

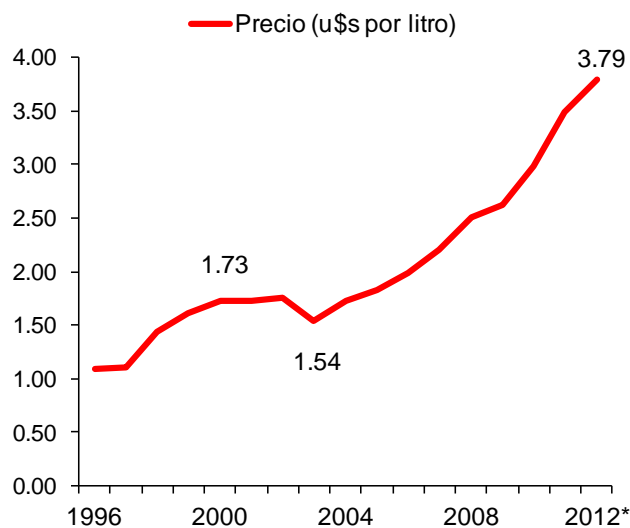
**Gráfico 7: Exportaciones argentinas de vino fraccionado
- Período 1996 / 2012 -**



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade e INV.

Que los montos exportados hayan aumentado más que sus cantidades es claramente una señal de mayores precios en dólares, los que se duplicaron en el periodo. Nótese que apenas producida la devaluación del año 2002, hubo una caída del precio promedio de venta (al disminuir los costos argentinos en dólares, se pudo exportar a menores precios), pero luego éste tomó una clara tendencia creciente.

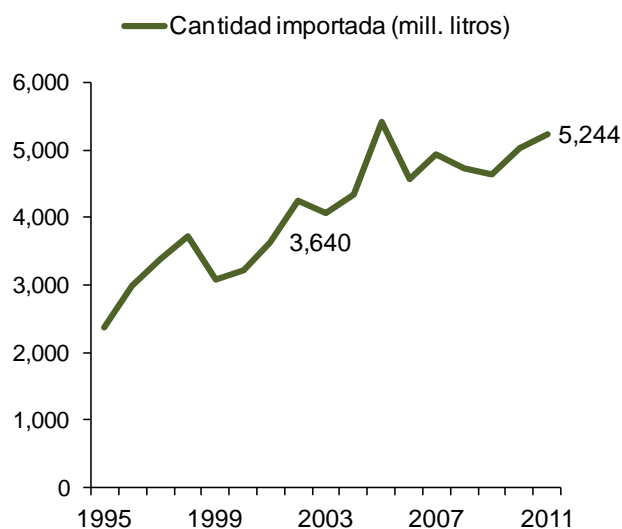
Gráfico 8: Precio promedio de vino fraccionado – periodo 1996 / 2012



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade e INV.

Las mayores cantidades exportadas por Argentina son compatibles con el aumento en los volúmenes importados por el mundo. En el transcurso de una década, dichas cantidades importadas se incrementaron en un 44%.

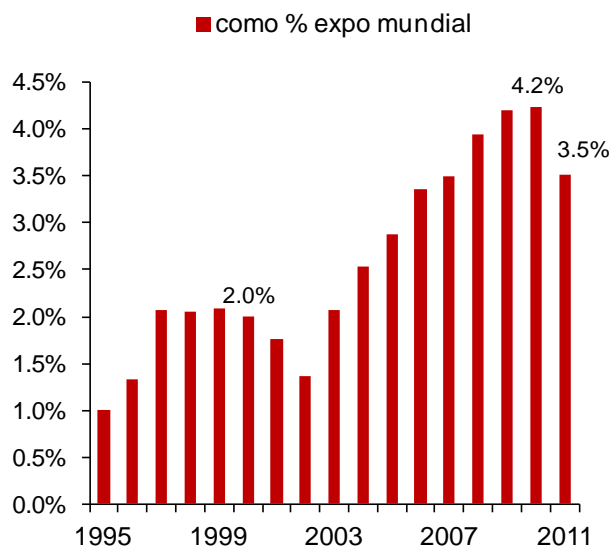
Gráfico 9: Importaciones mundiales de vino fraccionado – periodo 1995 / 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Como las exportaciones argentinas han tenido mejor dinámica, el país ha podido aumentar su participación en este mercado mundial, pasando del menos del 2% en el año 2001, al 4% de los años 2009/2010 y cerrando con el 3,5% en 2011.

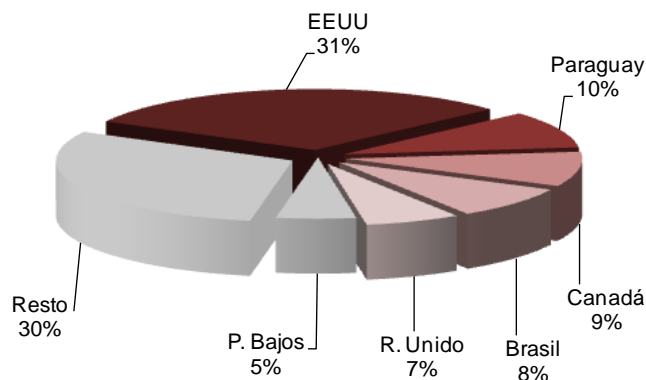
Gráfico 10: Participación de argentina en las exportaciones mundiales de vino fraccionado – periodo 1995 / 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

EEUU es el principal destino de los vinos fraccionados, seguido de lejos por Paraguay, Canadá, Brasil, Reino Unido y Países Bajos. El resto del mundo capta 30% de las ventas de estos vinos argentinos, señal de que estas ventas están relativamente bastante diversificadas.

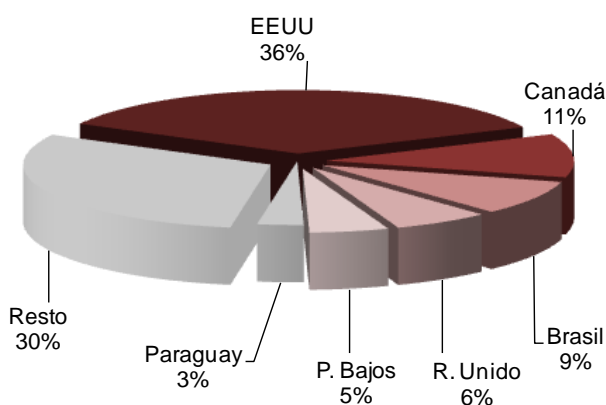
Gráfico 11: Principales destinos de las exportaciones argentinas de vino fraccionado – CANTIDADES - periodo 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Sorprende la alta participación del Paraguay en las cantidades compradas de vinos fraccionados argentinos. En realidad, a este país se vende vinos de menores precios (generalmente vinculado a vinos genéricos). Si en cambio se consideran los montos exportados, Paraguay pierde participación (confirmando que importa vinos de precios bajos), mientras que sube el protagonismo de Estados Unidos.

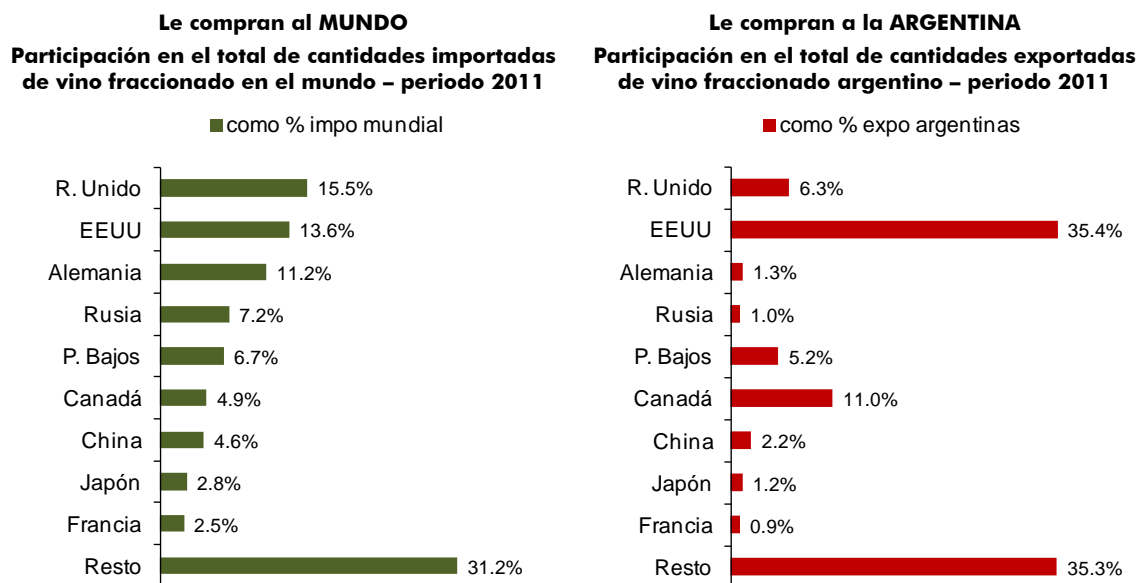
Gráfico 12: Principales destinos de las exportaciones argentinas de vino fraccionado – MONTOS - periodo 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Una manera de conocer el potencial para incrementar las exportaciones argentinas, desde una perspectiva mundial, consiste en identificar **países que son compradores importantes de vino fraccionado pero** a los cuales Argentina les vende poco: es el caso de varios países europeos. Por ejemplo, Alemania compra el 11% de los vinos importados mundialmente, pero Argentina vende a ese país sólo un poco más del 1% de los vinos fraccionados que exporta. En cambio, nuestro país es más intensivo en EEUU, con respecto al promedio mundial.

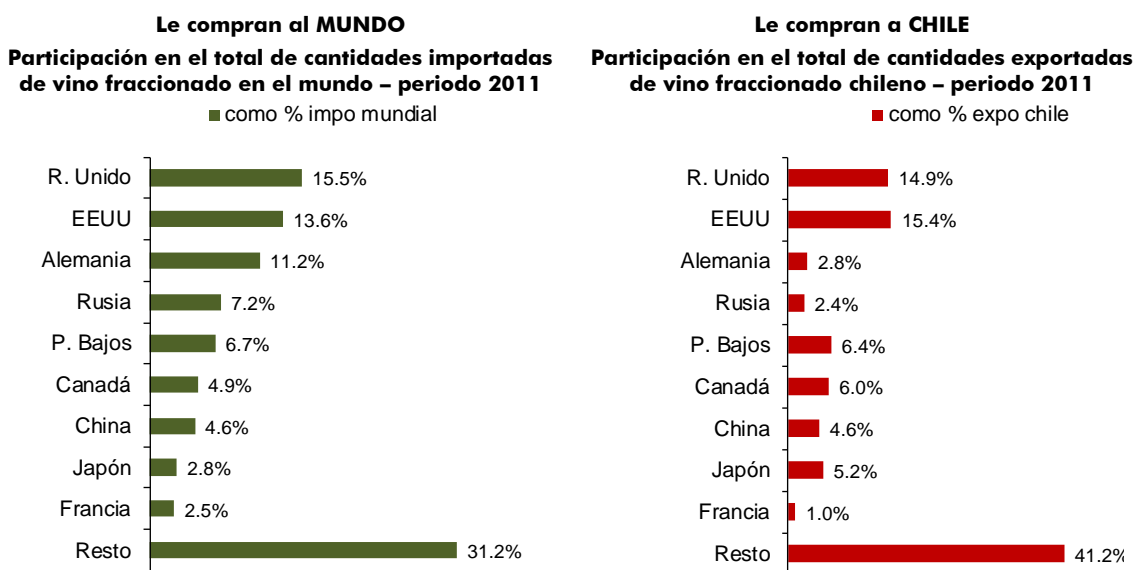
Gráfico 13: Comercio mundial de vinos fraccionados. Estructura de países importadores líderes y estructura de exportaciones argentinas según destinos



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Posiblemente, un argumento en contra es que no es tan fácil ingresar a los países europeos, que imponen más trabas arancelarias y para-arancelarias. Para comprobar esta hipótesis, se presenta el mismo gráfico, pero para el caso de vinos chilenos (país vecino, que se halla también alejado de esos mercados europeos).

Gráfico 14: Comercio mundial de vinos fraccionados. Estructura de países importadores líderes y estructura de exportaciones chilenas según destinos.



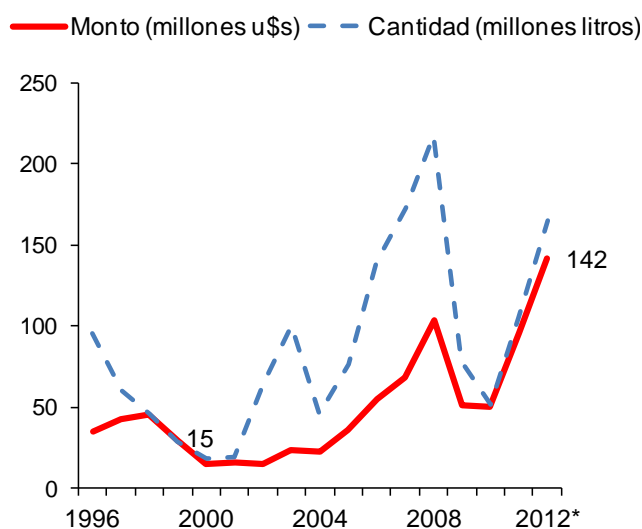
Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Como Argentina, Chile le vende mucho a EEUU y a Brasil. Pero también le exporta a los principales compradores mundiales de vino fraccionado, señal que al menos la lejanía no es el principal problema.

Vino a granel

En los últimos doce años (2000 – 2012), las exportaciones de vino a granel han aumentado notoriamente, pasando de US\$ 15 millones en el año 2000, a más de US\$ 140 millones doce años después.

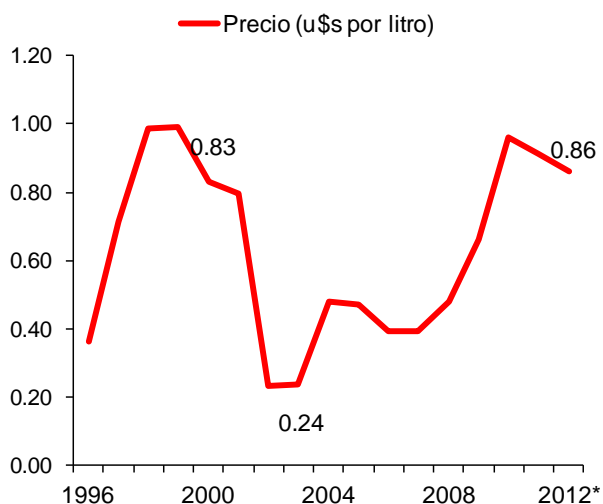
Gráfico 15: Exportaciones argentinas de vino a granel – periodo 1996 / 2012



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade e INV.

En materia de precios de exportación, en 2012 se pagaron precios similares a los de doce años atrás. Cabe aclarar que entremedio, hubo una importante caída de sus precios, para luego recuperarse a partir del año 2009.

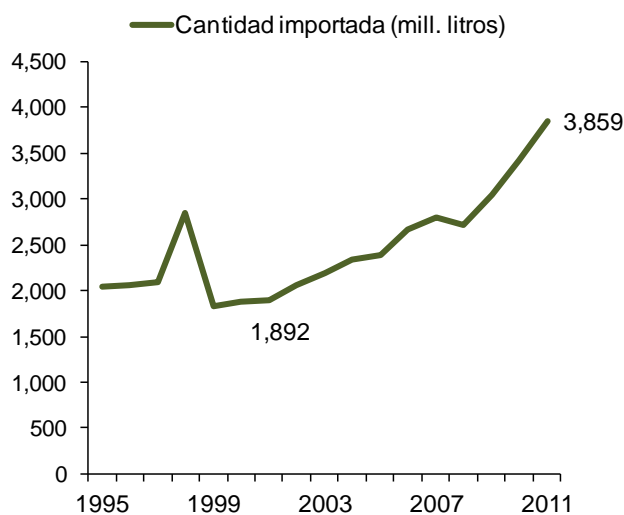
Gráfico 16: Precio promedio de vino a granel
 – Período 1996 / 2012 -



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade e INV.

Las mayores cantidades exportadas son compatibles con el aumento en las cantidades importadas de vino a granel en el mundo. En el transcurso de una década, dichas cantidades importadas se duplicaron.

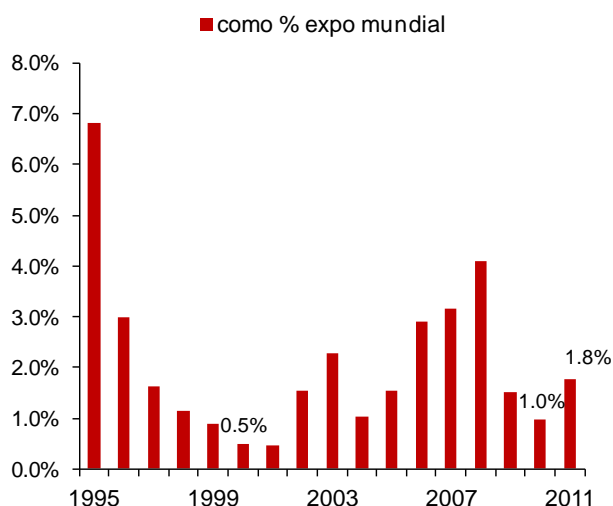
Gráfico 17: Importaciones mundiales de vino a granel
 – Período 1995 / 2011 -



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Como las exportaciones argentinas han tenido mejor dinámica, el país ha podido aumentar su participación en este mercado mundial, pasando del menos del 0,5% en el año 2001, al 1,8% luego de una década.

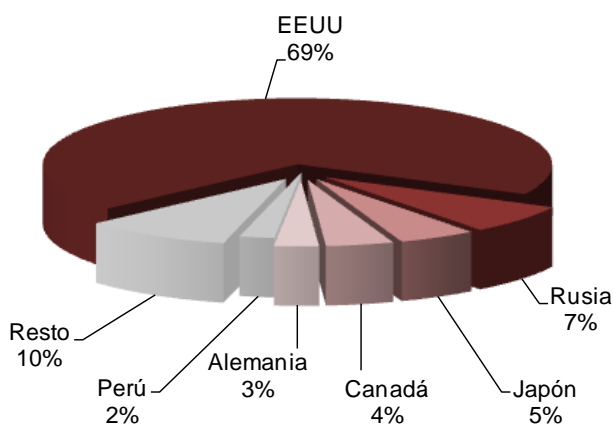
Gráfico 18: Participación de argentina en las exportaciones mundiales de vino a granel – periodo 1995 / 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

A diferencia de los fraccionados, las exportaciones argentinas de vino a granel están muy concentradas en Estados Unidos (69% del total), le siguen muy de lejos Rusia, Japón, y Canadá.

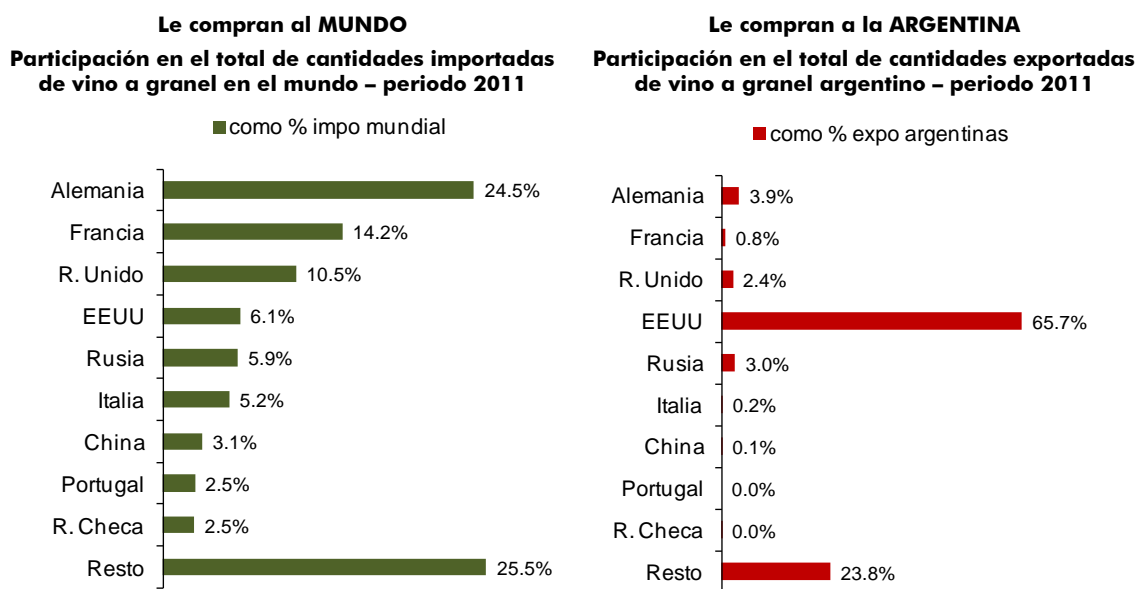
Gráfico 19: Principales destinos de las exportaciones argentinas de vino a granel – CANTIDADES - periodo 2011



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Alemania, Francia y Reino Unido son los principales compradores de vinos a granel, a los cuales Argentina les vende poco.

Gráfico 20: Comercio mundial de vinos a granel. Estructura de países importadores líderes y estructura de exportaciones argentinas según destinos



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

En realidad, la intención política es vender más vino fraccionado (y no tanto a granel), para lograr mayor industrialización del sector vitivinícola en el país.

Para concluir con esta sección, surge el interrogante de si Argentina puede seguir creciendo en exportaciones. No siendo fácil su respuesta, es conveniente tener presente dos factores:

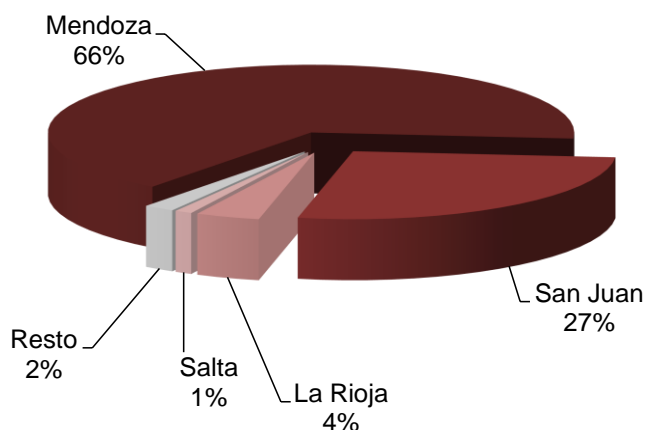
- ¿A qué ritmo aumentarán los **volúmenes importados** de vinos fraccionados por parte del **mundo en los próximos años?** Durante el periodo 2002-2005 esta demanda venía creciendo al 9% en promedio, mientras que luego ese porcentaje ha disminuido a la mitad. Razonable debido a la presencia de la crisis financiera internacional, y a un mundo que pasa a crecer a menor ritmo (con recesión en Europa).
- Posibilidad de **ampliar la participación argentina** en el mercado mundial: durante el periodo 2003-2006, las cantidades exportadas de vino fraccionado argentino crecieron a un promedio del 20% anual. También es lógico debido a la sustancial mejora en el poder adquisitivo del dólar en el país (luego de la devaluación del 2002), más la modernización previa que tuvo la vitivinicultura argentina. Con el tiempo, estas ventajas relativas han ido perdiendo fuerza, de tal modo que en 2012 hubo una caída en los volúmenes exportados.

Resumiendo, la demanda mundial de vinos crecería a menor ritmo, lo cual en condiciones macroeconómicas propicias, las exportaciones argentinas podrían crecer a un ritmo del 4% anual en promedio. Sin embargo, actualmente no son tan favorables aquellas condiciones macroeconómicas, por lo cual de no haber modificaciones en estas últimas, debería esperarse que las ventas al exterior crezcan lentamente.

Impacto sobre las economías regionales

La vitivinicultura se desarrolla principalmente en la zona Centro Oeste del país. Acorde a las cosechas de uva, las provincias más vitícolas son Mendoza (donde se cosecha dos tercios de toda la uva del país), y San Juan (27%), seguidas de lejos por La Rioja (4%) y Salta (1%).¹

Gráfico 21: Cosecha de uvas por provincias (2012)
En porcentajes del total nacional

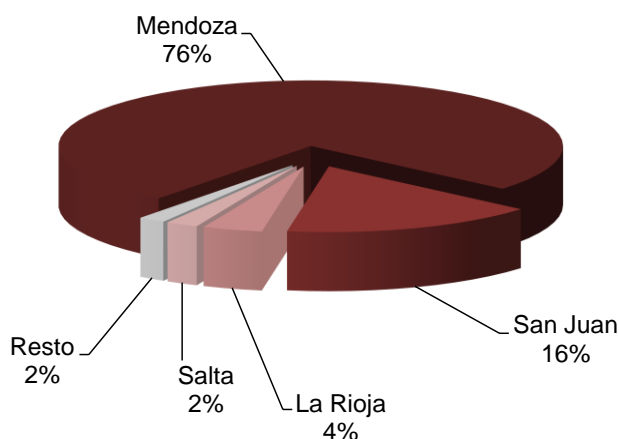


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

No todos destinan la misma proporción de uvas a la elaboración de vinos. Por ejemplo, San Juan elabora proporcionalmente más mosto, uvas en fresco y pasas de uva. Por eso, cuando se observa la elaboración de vinos, Mendoza incrementa su participación (76%), mientras que San Juan la reduce (16%).

¹ En general, todo el Oeste Argentino, desde Salta hasta Río Negro, cuenta con excelentes condiciones para el cultivo de la vid. Son condiciones de baja humedad, pocas precipitaciones y suelos adecuados, fundamental para una buena floración, cuaje y maduración.

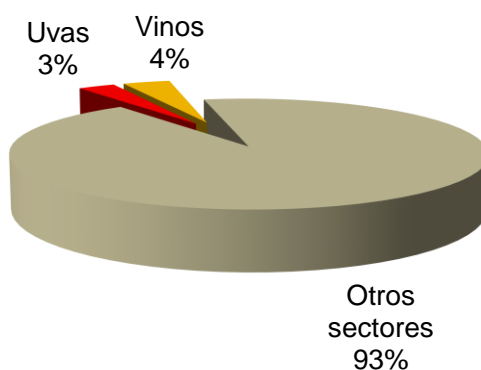
Gráfico 22: Elaboración de vinos por provincias (2012)
En porcentajes del total nacional



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

En el caso de la vitivinicultura argentina, son escasos los datos disponibles sobre su impacto sobre toda la economía del país. Sí se cuenta con estimaciones para la provincia de Mendoza, donde el complejo representaría 7% del Producto Bruto Geográfico. Este último número es llamativamente bajo. Acorde a especialistas, se considera que este porcentaje está subestimado, no sólo porque para su cálculo se consideran precios mayoristas (precio de traslado) que son más bajos que aquellos pagados por el consumidor o por los importadores, sino además que no refleja el efecto derrame de esta actividad, que resultaría significativo en dicha provincia.

Gráfico 23: Participación de la vitivinicultura en la economía de Mendoza (2012)

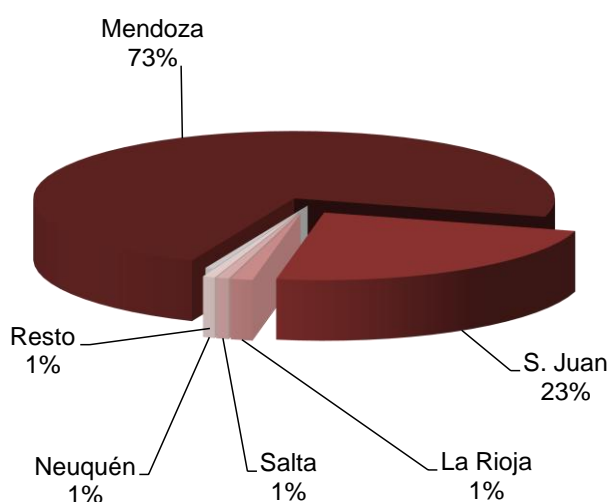


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en FCE – UNCuyo, DEIE e INV.

Otras maneras de conocer la magnitud de su impacto en las economías de las provincias son a través de los datos de exportaciones y del nivel de empleo.

- **Exportaciones:** primero se desagregan las ventas de la totalidad de los productos vitivinícolas (vinos, mostos, uvas en fresco, pasas de uvas) por regiones.

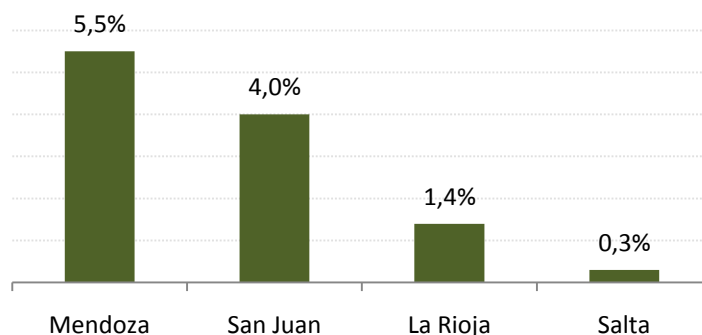
Gráfico 24: Exportaciones vitivinícolas 2012 -participación por provincias



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INDEC.

Para determinar su importancia en la economía, se expresan dichas exportaciones como porcentaje del PBG de cada provincia. En este caso, tienen fuerte peso en Mendoza y San Juan, mientras que es menor en La Rioja y Salta.

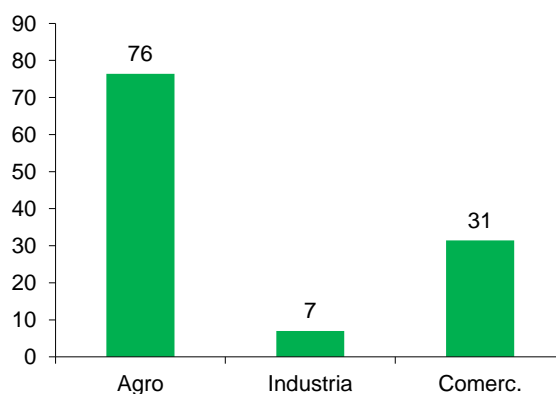
Gráfico 25: Exportaciones vitivinícolas (2012) En porcentajes del PBG de cada provincia



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INDEC, D. Estadísticas Provinciales y Monitor de Provincias.

- Empleo:** el sector vitivinícola presenta dos etapas, una agrícola (cuidar los viñedos y la cosecha) y otra industrial (elaboración de vinos y mostos). También se puede agregar la parte comercial. No hay datos sistemáticos y actualizados sobre este empleo, y por ello se acude a varios trabajos. Un primer informe (Llach, Juan J., Harriague, M. Marcela y O'Connor, Ernesto, 2004) estimaba un empleo vitivinícola (toda la cadena) de más de 100 mil personas a nivel país para el año 2003.

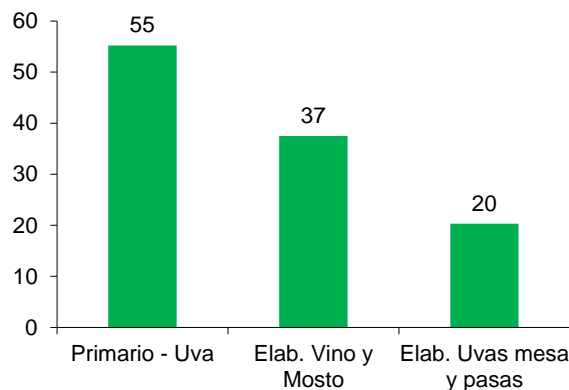
Gráfico 26: Empleo en sector vitivinícola en Argentina - miles de personas - 2003



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Llach, Harriague y O'Connor, 2004.

En un segundo trabajo, más actualizado del año 2010, se estimó un empleo directo de 113 mil personas, considerando sólo los empleados permanentes y sin incluir los servicios comerciales.

Gráfico 27: Empleo directo en sector vitivinícola en Argentina - miles de personas - 2010



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Abihaggle et al (2012).

Sabiendo que Mendoza y San Juan captan más del 90% de la producción del sector, se tomará en cuenta sus datos de empleo total. De esa manera para el año 2003 el empleo representaba un 14% del total de ambas provincias. Además en ese año todavía no producía el boom de exportaciones mencionado más arriba, por lo que es dable esperar que actualmente ese porcentaje sea mayor.

Desafíos y amenazas

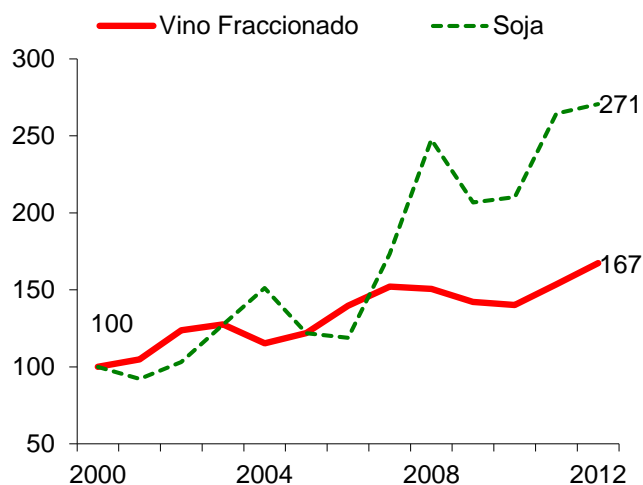
Para el sector vitivinícola, estos desafíos y amenazas serán agrupados en tres:

Mundiales

- **Precios internacionales crecientes:** el vino fraccionado ha tenido una mejora importante en sus precios de exportación durante el periodo 2001-2012; se trata de un aumento de casi el 70% (precio de referencia), que si bien no es el que muestra la soja, resulta relevante para mejorar condiciones en el complejo.

Gráfico 28: Evolución de precios internacionales del vino fraccionado y la soja en el periodo 2000 / 2012

En números índices año 2000=100

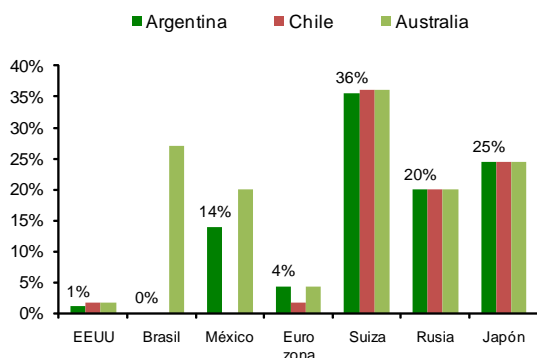


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en FMI e INV.

- **Aranceles a la importación de productos argentinos:** existen algunas diferencias entre los aranceles que paga Argentina y los que pagan sus competidores para ingresar en los principales mercados (resumidas en los siguientes gráficos).

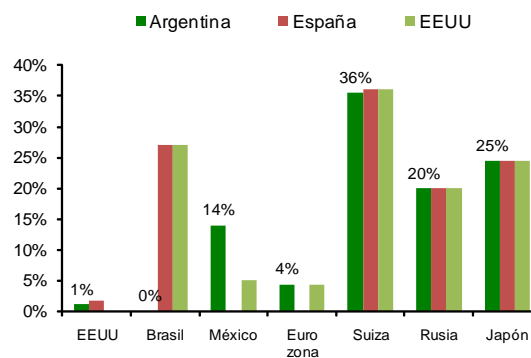
En el primer gráfico se compara con dos países del Nuevo Mundo (en materia de vinos), que son Chile y Australia, mientras que en el segundo se compara con EEUU y uno del Viejo Mundo, España. De estos datos se puede deducir los siguientes puntos: i) salvo los vinos chilenos, Argentina tiene ventajas para ingresar a Brasil (aunque existen otras trabas, como la exigencia de ingresar vinos con un precio mínimo, o sea, no se puede ingresar vinos baratos), (ii) también tiene una ventaja aunque menor para ingresar a EEUU, y (iii) presenta una desventaja para ingresar vinos a México y la euro zona.

Gráfico 29: Aranceles para ingresar vino embotellado de



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Market Access Map.

Gráfico 30: Aranceles para ingresar vino embotellado de

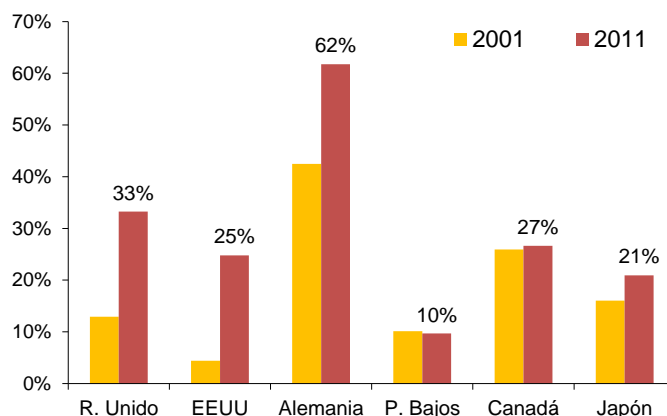


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Market Access Map.

Acorde a especialistas, otro mercado a expandirse en el futuro es el de los asiáticos (los tigres y China). Ya Chile y otros países productores de vinos están realizando acuerdos para ingresar a esos mercados (consiguiendo reducir las alícuotas de importación), generando así una desventaja para los vinos argentinos.

- **Mayor granel, menor industrialización:** en varios países compradores, se observa una tendencia a embotellar el vino en el mercado de consumo, generando una sustitución de vino fraccionado por vino a granel. En el año 2001, del total de vinos importados por Reino Unido, un 10% era a granel, y diez años después, ese porcentaje se elevó al 33%. Lo mismo ocurrió con EEUU (del 4% al 25%), en Alemania (del 43% al 62%) y en Japón (del 17% al 21%)

**Gráfico 31: Principales países importadores de vino fraccionado
Porcentaje de vino que es importado a granel – años 2001 y 2011**

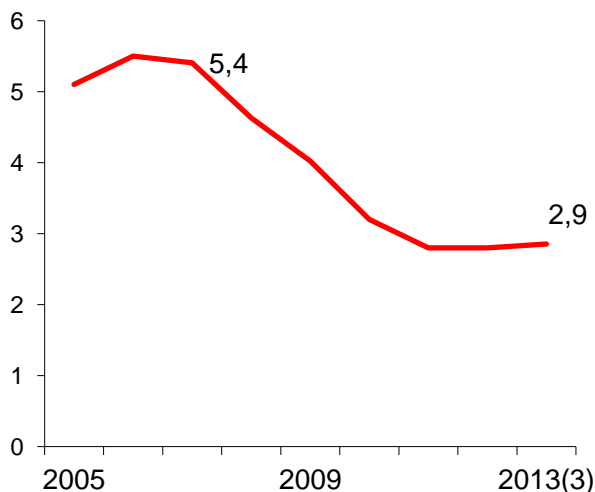


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Comtrade.

Hay varias causas que explican este fenómeno. En primer lugar, se logra un ahorro en costos de fletes, al pagar transporte sólo por el vino (y no botella y resto de insumos). Este ahorro está motivado por una necesidad de todos los países exportadores de reducir sus costos y mejorar la competitividad. Además esta sustitución es coherente a políticas de cuidado del medio ambiente, en cuanto a que se utilizan insumos reciclados de los países de destino. Y si fuese poco, por un tema cambiario (dólar barato), los costos de embotellar pasan a ser menores en dólares en los mercados de destino.

Frente a esta situación, en Argentina se ha observado que, en el vino malbec para exportar, la relación "precio fraccionado / precio a granel" ha ido disminuyendo en los últimos tiempos. Por el lado del vino a granel, ha experimentado una suba debido a (i) se han realizado exportaciones de vinos malbec de mayor calidad que lo que se hacía en el pasado, satisfaciendo una demanda cada vez más exigente y de mayor valor, y (ii) una fracción del ahorro que consigue el importador por comprar vinos a granel, lo absorbe el exportador permitiéndole subir los precios y mejorar la situación del sector. Por el lado del embotellado, sus precios no han subido acorde a las necesidades de la industria (afectada por la pérdida de competitividad cambiaria), para evitar sufrir una pérdida mayor de mercado.

Gráfico 32: Vino Malbec para exportar – Relación “precio fraccionado / precio a granel” – periodo 2005 -2013 (a marzo)



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

Como un apartado, con la perspectiva de EEUU, se observa que desde el año 2009 se está adquiriendo más vinos a granel a los países del Nuevo Mundo (Argentina, Chile y Australia), y más en 2012. Por otro lado, están comprando menos de los embotellados, especialmente los de origen australiano. Se nota una leve caída en la compra de vinos fraccionados de Chile y de Argentina durante 2012.

Gráfico 34: EE.UU. Cantidades importadas de vino fraccionado
– mill. litros – prom. mensual

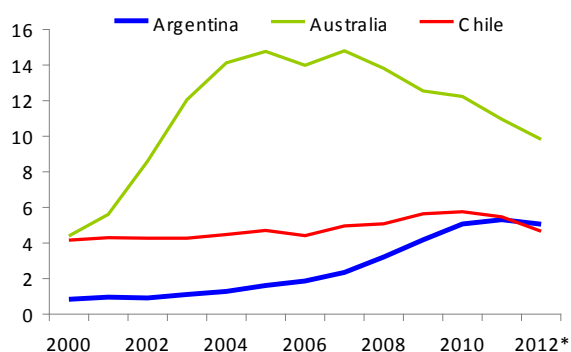
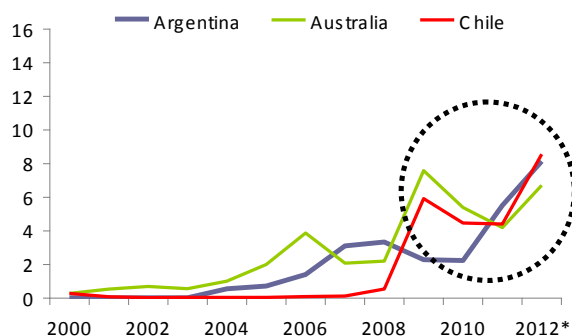


Gráfico 35: EE.UU. Cantidades importadas de vino a granel
– mill. litros – prom. mensual



(*) Promedio enero-julio.

Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en USDA.

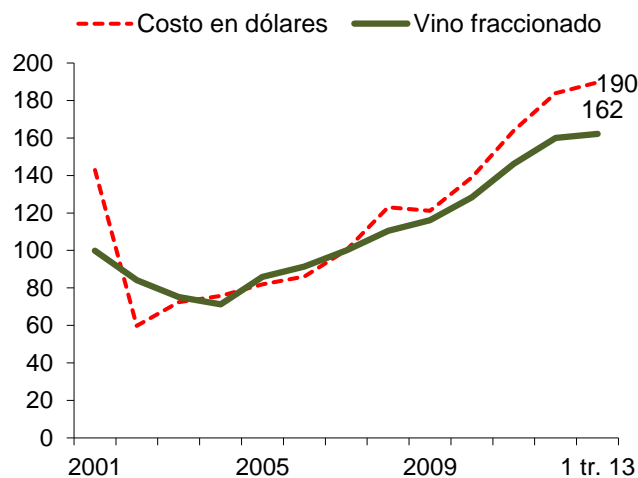
Sin embargo, no ocurre lo mismo con los vinos del Viejo Mundo (Italia, Francia, España). Durante el año 2012 se observa una mayor compra de vino a granel, estancándose la compra de vino italiano, pero si hay sustitución, es muy leve.

Nacionales

- **Costos crecientes en dólares:** para saber cómo ha evolucionado la rentabilidad de este sector, se tienen en cuenta dos variables relevantes. Por un lado, su **precio de exportación** (promedio), que ha seguido una tendencia levemente decreciente en los últimos cuatro años, con una leve mejora a inicios de este año. Por otro lado, los **costos unitarios²** en Argentina, expresados en dólares "oficiales"³, que experimentaron una abrupta caída con la devaluación del 2002, y luego han ido creciendo a un ritmo preocupante.

El gráfico muestra la evolución de ambas variables, tomando como base el año 2007, cuando el dólar oficial todavía no era tan barato. Desde ese año, los costos unitarios han crecido a un mayor ritmo. En el término de cinco años y algo, los precios de exportación del vino fraccionado han aumentado un 62% en dólares, mientras que el costo unitario argentino lo ha hecho al 90%.

Gráfico 36: Dinámica del precio de exportación de vino fraccionado y del costo argentino – en dólares - base 100: año 2007 – periodo 2001 / 2012 y 1º trimestre 2013



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en FMI.

- **Retenciones a las exportaciones:** actualmente están en el 5% del monto exportado; una tasa que puede ser baja en comparación a la tasa que pagan la soja o el petróleo; sin embargo resulta una carga importante dado que ese porcentaje se paga sobre el precio total de vino, que incluye la botella y los

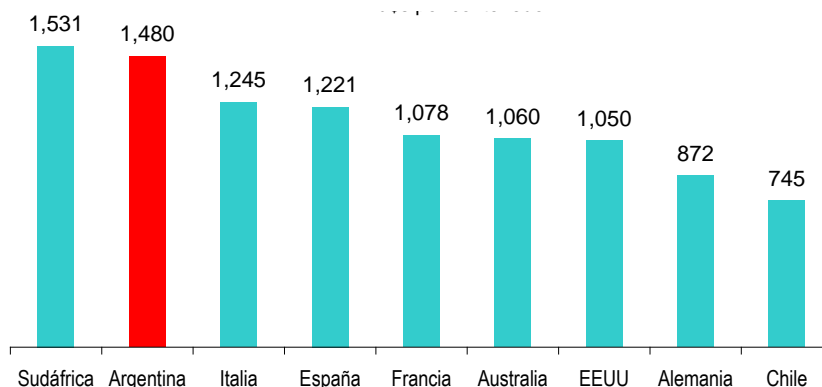
² Cada producto tiene su propio costo. Para simplificar el análisis, se considerará que el costo argentino en promedio evoluciona al ritmo del nivel general de precios.

³ Para su cálculo se tiene en cuenta la cotización oficial del dólar, relevante para el exportador. El fundamento de este comentario es que a partir de 2011, aparece otra cotización de referencia, que es el dólar "blue", que se adquiere en el mercado negro, y tiene un mayor valor.

otros insumos (corcho, cápsula, etc.). La mitad de esa retención es devuelta al gobierno provincial, quien decide su destino (como la promoción del vino, etc.). Puede ser valioso lo que realiza el gobierno, pero afectando negativamente a la rentabilidad del sector.

- **Altos costos laborales:** se resaltan dos puntos. Uno está vinculado al retraso del precio del dólar oficial, lo cual se traduce en costos salariales que crecen a un ritmo superior a la cotización de las divisas. El otro está en la elevada litigiosidad laboral. En el Este mendocino, una de las principales zonas vitivinícolas padecen el excesivo número de juicios laborales, con casos de personas que nunca han trabajado en bodegas y aducen haberlo hecho.
- **Falta de mano de obra para cosechar:** a nivel industrial, no hay problemas con la disponibilidad de personal, pero sí se nota a nivel agrícola. Este hecho se explica a dos razones: (i) el contexto nacional de bajo empleo, y (ii) el riesgo, que percibe el posible trabajador, de perder los beneficios de los programas asistenciales, en caso de aceptar un trabajo. El gobierno nacional ha desmentido que se llegue a tal situación, pero igualmente el riesgo sigue latente. Ante la dificultad para encontrar personas que puedan cosechar, aumenta aún más el costo laboral. Consecuentemente, surge el planteo de mecanizar los trabajos culturales, desde la poda hasta la cosecha.
- **Restricciones para importar:** En las últimas dos décadas, las bodegas en Argentina incorporaron tecnologías importantes, que le permitió lograr una mayor presencia en los mercados y se evitó la caída precipitada del mercado interno. Para todo esto fue necesaria la incorporación de equipos de riego por goteo, prensas, filtros, fraccionamiento, barricas y todo tipo de maquinarias que intervienen en la elaboración. Hoy, se necesitan repuestos para el mantenimiento de estas maquinarias, y deben ser traídos desde el exterior. En este sentido, las restricciones para importar, establecidas por el gobierno nacional, no contribuyen para mantener la tendencia recién mencionada.
- **Transporte:** Dentro de éste, se pueden mencionar los costos de llevar el vino desde su lugar de elaboración hasta los puertos, y los de hacer todo el trámite en aduanas. En los primeros se resaltan los inconvenientes de una infraestructura vial no tan apropiada (estado de rutas, falta de doble vía, los costos salariales del sector transporte) y los de la inseguridad (que obliga a contratar empresas de vigilancia de los camiones transportadores). En los segundos, está el alto costo aduanero. Según relevamientos del Banco Mundial y comparando con los principales exportadores de vinos, Argentina tiene los costos aduaneros más altos del mundo luego de Sudáfrica.

**Gráfico 37: Costos para exportar
u\$s por contenedor**



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en Doing Business 2010/2011.

- **Necesidad de financiamiento:** debido a los tiempos que requiere la actividad vitivinícola, que incluye dejar en condiciones los viñedos, la cosecha, la elaboración de vinos y su venta, el sector vitivinícola usualmente necesita una importante dosis de capital de trabajo. Por otra parte, las inversiones requieren altos montos, y por tanto, también implica mayor necesidad de fondos.⁴ En este sentido, se considera que en Argentina es muy bajo el crédito disponible, especialmente para la realización de inversiones que contribuya a la incorporación de tecnología a bodega. No hay una importante oferta de financiamiento a mediano ni a largo plazos, como sí ocurre en otros países competidores: Chile, Australia, Nueva Zelanda, EEUU.⁵

Sectoriales

- **Cumplimiento de normativas para preservar la calidad:** Las actividades de cosecha de uva, elaboración de vinos y su comercialización están sujetas a control, para evitar que se desvirtúe la calidad de los vinos. El Instituto Nacional de Vitivinicultura exige un número importante de trámites para las distintas etapas del vino. A tal punto son exigentes que hay bodegas que contratan gestores para la realización de esos trámites. Ha habido avances en los últimos

⁴ En exportaciones, se trabaja sobre ventas "relativamente" seguras de cobrar, y los tiempos de cobro son menores, reuniendo mejores condiciones para recibir préstamos. Sin embargo, la incertidumbre, y la disminución de los depósitos en dólares en el país ha reducido este tipo de financiamiento.

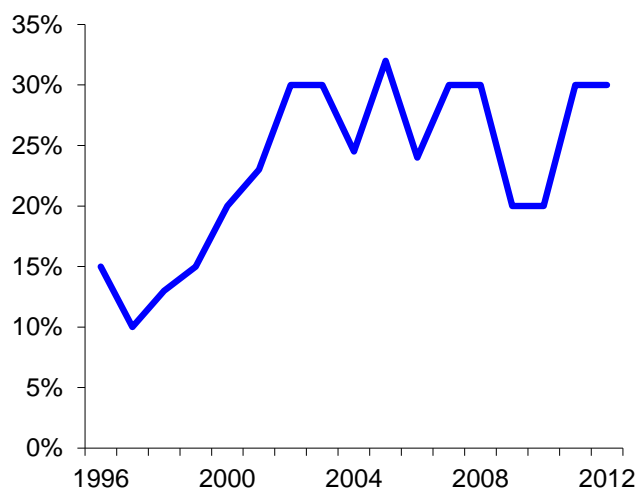
⁵ El financiamiento de mediano y largo plazos disponible está actualmente acotado al crédito público que se canaliza bajo distintos programas, en particular, el Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario.

años, pero es usual escuchar sobre la necesidad de simplificar la realización de esos trámites.

- **Cupo de mosto:** a nivel mundial (y también en Argentina) la vitivinicultura enfrenta a menudo un problema de sobreproducción (especialmente en las uvas y vinos de menor calidad), y por ende, también padece precios bajos, salvo en periodos de pobres cosechas (por ejemplo, debido a granizo y/o heladas). A mediados de los años noventa, en los que se padeció fuertemente este exceso de uvas, se implementó el "cupo para mosto", una medida que obliga a destinar un porcentaje de las uvas cosechadas a la elaboración, no de vinos, sino de otro derivado, el **jugo de uvas**, comúnmente denominado **mosto**. No es un porcentaje menor, habiendo llegado a ser del 32%. O sea, de cada 3 quintales cosechados de uva, uno debía destinarse a mostos.

Esta exigencia apunta a reducir la oferta de vinos, y por ende, a mejorar sus precios. Un punto a favor es que un alto porcentaje del mosto elaborado se destina a la exportación, y en los últimos años ha gozado de altos precios en dólares, favoreciendo aún más la mejora en los precios de las uvas y de los vinos de traslado.

Gráfico 38: Exigencia de cosecha de uva a ser destinada para jugo de uva (mosto) - % de cosecha – periodo 1996 -2012



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea, basado en INV.

Aun así, el cupo para mosto presenta algunos puntos a considerar. Un primer punto está en la exigencia⁶. Si el mercado de mosto ya está desarrollado, surge el interrogante de por qué se requiere esta exigencia, si los buenos precios del mosto deberían traducirse en buenos precios para las uvas que se destinan para producir ese mosto, alentando directamente a elaborar este jugo.

Otro punto está en el cumplimiento del objetivo propuesto, que es la mejora de precios de uvas y vinos de traslado, a través de la reducción de la oferta de vinos. Dicha mejora en precios favorecen el statu quo, o sea, la sobreproducción de uvas, que vuelve a presionar los precios a la baja. Mientras haya buenos precios internacionales de mostos, o haya cosechas pobres, no se nota este problema.

- **Amenaza de la urbanización:** por ejemplo, el Gran Mendoza, pensado como ciudad, se va extendiendo, llegando a terrenos de buena calidad para viñedos. De esta manera, algunos han desaparecido y se han transformado en loteos o barrios privados (hay productores que prefieren vender sus tierras y encarar otra actividad). Esta urbanización no sólo reduce la oferta de uvas de buena calidad, sino que además eleva los costos de la vitivinicultura.

Recomendaciones de política económica

Es un sector con alto potencial, en condiciones de competir con vinos franceses, californianos, chilenos, etc. Sin embargo, en la actualidad, la vitivinicultura nacional se halla en un contexto adverso: costos crecientes en dólares, un mundo que se desacelera, presión impositiva record, y con finanzas gubernamentales en problemas, que genera demoras en la devolución de impuestos al exportador.

Atendiendo a la complejidad de este panorama, y pensando en el mediano plazo, se presentan a continuación algunos desafíos de la vitivinicultura argentina. De esta manera, se brindan criterios a la hora de pensar en recomendaciones de política económica.

⁶ Cuando se implementó este cupo, obligaba a todos los viñedos a cumplir con esta exigencia. Así, perjudicaba principalmente a quienes tenían viñedos con uvas de alta calidad (conveniente para elaborar buenos vinos, y no mosto). Quien no quería destinar su uva a mosto, tenía dos opciones: comprar uva para mostos a otro viñatero o pagar una multa. En ambos casos, constituía un incremento de costo. Con el tiempo, esta exigencia se ha flexibilizado. Actualmente, aquellos con viñedos que no tengan ciertas variedades de uvas (ideales para mosto) y fraccionen la mitad de sus vinos, están exentos de esta obligación.

Inversión en la etapa agrícola

- **Reconversión:** hay quienes sugieren esta necesidad en ciertas zonas y variedades (especialmente en propiedades con bajos rendimientos y productos de bajos precios). Sin embargo, la reconversión es costosa (costos de erradicación, de implantación, y de ingresos que se pierden durante el periodo de transición, de al menos cinco años). El desafío está en cómo conseguir fondos para esta tarea.

Operación en la etapa agrícola

- **Cosecha:** genera una alta demanda de mano de obra en un periodo corto. Actualmente, hay escasez de trabajadores para la cosecha (explicado por bajo desempleo, poco atractivo de esta actividad, y un formato inadecuado en ciertos programas asistenciales, que reducen los incentivos a ofrecer servicios de trabajo en actividades de menor calificación).

Una opción es la mecanización de la cosecha, la cual requiere (i) la preparación de los viñedos, y (ii) la disponibilidad de máquinas cosechadoras. Estas pueden alquilarse o comprarse. En este último caso, debería reverse su financiamiento y la posibilidad de importarlas. En caso de sustitución de importaciones, la clave está en cómo lograr armar máquinas nacionales con buenos rendimientos técnicos y de bajos precios.

Negociación agrícola – industrial

- **Precios de la materia prima (uva):** dado que es un producto perecedero, en general la parte agrícola es más vulnerable en dicha negociación. Cuenta con la opción de mandar a elaborar vino con su cosecha, debiendo afrontar los costos también de su almacenamiento, hasta esperar mejores precios.
- **Intervención gubernamental:** aparece con mayor fuerza en periodos de bajos precios en uvas y vinos de traslado (ambos, materia prima del vino para el consumidor). Se implementan políticas como la compra gubernamental de esos productos, fijando precios mínimos. También se otorgan créditos para retener vinos. La desventaja de estas medidas es la acumulación de stocks vínicos (no se han notado en estos años por las pobres cosechas de las últimas campañas) y el mantenimiento de la sobreproducción, que se traduce en una presión bajista en los precios en el futuro.

Inversión en la etapa industrial

- **Permanente renovación:** para exportar se debe competir con vinos de primera calidad, por lo cual requiere una permanente mejora tecnológica. Esta tarea se dificulta ante las actuales trabas para importar bienes de capital.

Operación en la etapa industrial

- **Control de calidad:** esta tarea está centralizada, estando a cargo de un organismo estatal, lo cual implica que las bodegas asuman costos en trámites (tiempos y costos) y recurran a gestores para el cumplimiento de las distintas exigencias. En otros países, el control está descentralizado, con varios laboratorios que realizan análisis, lo cual agiliza este monitoreo (Chile).
- **Transporte:** se estima que actualmente un flete de Mendoza a Buenos Aires es más costoso que el marítimo a Rusia, señal de incremento sostenido de los fletes terrestres. A esto se suma que el costo de transporte para exportar en Argentina se considera alto con respecto a sus competidores.
- **Exigencia de mosto:** a mediados de los noventa, se estableció la exigencia de destinar un porcentaje (entre 20% y 30%) de la cosecha de uva a la elaboración de jugos (mosto). No deben cumplir esta exigencia quienes tienen viñedos sin uvas "típicas para mosto". Se cuestiona que se mantenga dicha exigencia, estando ya desarrollado el mercado de mosto.

Ventas en la etapa industrial

- **Mercado externo:** para ingresar vinos argentinos en algunos mercados (México y la Unión Europea), las bodegas deben pagar aranceles más altos que sus competidores (Chile). Sería conveniente la realización de acuerdo entre países, que permitan reducir estos aranceles y las trabas para-arancelarias.
- **Mercado interno:** aun no teniendo el vino un fuerte peso en el Índice de Precios al Consumidor, el sector padece controles de precios, los que deberían ser eliminados.

Bibliografía

Abihaggle, C., Pasteris, E., Rada, D. y Fiocchetta, C. (2012), "Impacto de la vitivinicultura en la economía argentina 2010", Fac. Cs. Económicas, UNCuyo.

Área del Vino. Publicaciones y noticias varias. <http://www.areadelvino.com/>

Bocco, Adriana; Dubbini, Daniela; Rotondo, Sebastián y Yoguel, Gabriel (2007), "Reconversión y empleo en la industria del vino. Estructura productiva y dinámica del empleo en el complejo vitivinícola: un análisis del sector bodeguero nacional", presentado en V Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Bolsa de Comercio de Mendoza. Publicaciones y noticias varias. <http://www.bolsamza.com.ar>

Comtrade, Market Access Map. <http://www.comtrade.com/>

IERAL (2011), "La cadena vitivinícola", Documento de Trabajo N°100, "Una Argentina competitiva, productiva y federal", IERAL de Fundación Mediterránea.

IERAL (2013), "Informe anual sobre la Economía de Mendoza".

Indec. Publicaciones varias. <http://www.indec.mecon.ar/>

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). Estadísticas varias. <http://www.inv.gov.ar>

Llach, Juan J., Harriague, M. Marcela y O'Connor, Ernesto (2004), "La Generación de Empleo en las Cadenas Agroindustriales", realizado para Fundación Producir Conservando.

Merino, J. (2010), "Proyecciones de la vitivinicultura argentina 2010 – 2015".

Observatorio Vitivinícola Argentino. <http://www.observatoriova.com/>

Organización Internacional del Vino (OIV). Publicaciones y estadísticas. <http://www.oiv.int/>

World Bank, IFC, "Doing Business, Regulaciones Inteligentes". <http://www.doingbusiness.org/>