

LAS EXPORTACIONES DE VINO ARGENTINAS: UNA HISTORIA BASADA EN episodios¹

Juan Manuel Cerdá²
Ricardo José Hernández Duarte³

RESUMEN: Este trabajo explora los diferentes episodios por los cuales transitó la industria vinícola argentina durante el periodo 1980-2012, en el marco de la globalización del sector. En particular, se estudia la importancia que tuvieron algunos bodegueros en dicho proceso así como el efecto que tuvo el tipo de cambio y los mercados receptores del vino argentino en la expansión de las exportaciones en los últimos años. La hipótesis de este trabajo es que, a partir de los años 80, los bodegueros vieron en las exportaciones una salida a la crisis más importante que atravesó el sector en la Argentina. Esto implicó, necesariamente, una transformación del mismo para producir vinos de calidad que pudieran ser vendidos en el mercado internacional. Así, los bodegueros sumaron a una tradición vitivinícola centenaria nuevas prácticas y estrategias de desarrollo. Por otro lado, a lo largo de 30 años, diversas políticas macroeconómicas influyeron en la expansión del sector en general y en las exportaciones en particular. En síntesis, en este trabajo intentamos demostrar que el crecimiento de las exportaciones de vinos argentinos tuvo un camino sinuoso y diferente a lo que la bibliografía hasta el momento ha encontrado para los países exportadores del "nuevo mundo". El trabajo se basa en diferentes fuentes de información cuantitativas brindadas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), en las estadísticas de la Bolsa de Comercio de Mendoza y la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), así como en entrevistas recogidas en fuentes secundarias a informantes claves del sector.

Palabras-claves: vitivinicultura, mercado de vino, globalización, Argentina.

ARGENTINE WINE EXPORTS: AN EPISODE-BASED STORY

ABSTRACT: This paper explores the different episodes through which the Argentina wine industry transited during the period 1980-2012, when the wine sector's globalization intensified. In particular, it shows the importance some wine makers acquired in this process and as well as transformations in the Argentine wine consumer market in recent years. The hypothesis of this work is that since the 80's Argentine winemakers exports have seen a way out of the biggest crisis of the sector in exports This implied necessarily a transformation thereof to produce quality wines that could be sold on the international market. Thus, the winemakers added new practices and development strategies to a centennial winemaking tradition. On the other hand, over 30 years various macroeconomic policies influenced the expansion of the sector in general and exports in particular. In short, this article we attempt to show that the growth of Argentine wine exports faced a winding path, different from what the literature has so far found for the exporting countries of the "new world". The work is based on different sources of quantitative information provided by the National Institute of Viticulture (INV), the statistics of the Stock Exchange of Mendoza and the International Organisation of Vine and Wine (OIV) as well as in interviews collected on secondary sources to key informants in the sector.

Key-words: viticulture, wine market, globalization, Argentina.

JEL Classification: F14, N16, N56, Q17.

¹Registrado en CCTC, REA-14/2015.

²Profesor en Historia, Dotor, Universidad Nacional de Quilmes (CONICET/CEAR-UNQ), Bernal, Buenos Aires, Argentina (e-mail: jmcerda@unq.edu.ar).

³Ingeniero Agrónomo, Universidad Nacional de Quilmes (CONICET/CEAR-UNQ), Bernal, Buenos Aires, Argentina (e-mail: rduarte@becarios.unq.edu.ar).

1 - INTRODUCCIÓN

Desde los inicios de la década de 1990 el sector vitivinícola argentino se ha destacado por un crecimiento sostenido de sus exportaciones. En cierta medida, los estudios han hecho especial énfasis a que eso se debió a la entrada de capitales durante la convertibilidad⁴, que permitió la incorporación de tecnología y la reconversión del sector. Sin embargo, estos trabajos no han explorado con suficiente cuidado otros tres factores fundamentales que influyeron sobre las ventas al exterior de vinos. En primer lugar, el cambio engendrado por los productores y las estrategias que estos diseñaron en las décadas previas al despegue de las exportaciones; en segundo lugar, el papel que jugó el tipo de cambio y, en tercer lugar, el grado de concentración de los mercados y de las empresas exportadoras del sector vitivinícola. Por lo tanto, este trabajo tiene como objetivo demostrar que el crecimiento exportador del vino argentino ha estado asociado a diferentes episodios y vinculado, a su vez, a diferentes actores que, en conjunto, permiten entender de una manera más compleja su evolución en un mercado caracterizado por la globalización y la elevada competencia.

Las exportaciones de vino se incrementaron entre 1990 y 2013 en 607% en términos de volumen y en 5.654% en términos de valor. Asimismo, las exportaciones pasaron del 3,2% al 30% del volumen total de vino producido en el país en dicho período. En parte, este incremento tan significativo en términos porcentuales se debió a un punto de partida con volúmenes exportables muy reducidos, debido a que el sector se encontraba orientado casi exclusivamente al mercado interno. En cierta medida, esto también explica que durante los años noventa hayan sido las exportaciones las que más llamaron la atención a los analistas del sector.

Sin embargo, aquí intentaremos mostrar que la

⁴El régimen de convertibilidad se implementó en marzo de 1991 estableciendo una paridad cambiaria de 1 peso argentino igual a 1 dólar estadounidense. El objetivo central de dicha política, donde el tipo de cambio fue usado como ancla nominal de precios, era la de frenar los altos niveles de la inflación que había soportado la economía argentina durante toda la década de 1980.

reconversión argentina tuvo origen a principios de la década de 1980, a partir de la acción individual de bodegueros y productores vitivinícolas. En medio a la crisis más grande que afectó al sector durante el siglo XX, algunos bodegueros comenzaron un proceso de modernización de sus bodegas y viñedos. Luego, estos fueron favorecidos por políticas económicas que permitieron, en primer lugar, la reconversión del sector en los años noventa y, en segundo lugar, la expansión de las exportaciones de forma significativa a partir de la devaluación de enero del 2002. Pero, como se mencionó, el origen de esta gran transformación se remonta a los años 80 debido a la estrategia llevada adelante por aquellos *entrepreneurs* que vieron en la exportación una salida a la crisis. Pero para ello debían transformar su producto, convertirlo en un bien que fuera atractivo para los consumidores internacionales y afrontar los riesgos de un mercado cada vez más competitivo. Al respecto, un directivo de Bodegas de Argentina⁵ afirmaba que:

El cambio fundamental lo hizo la industria [...] La industria fue la que se movió, salió al exterior, miró que es lo que pasaba, digamos; no fueron los departamentos comerciales. Es más, si uno mira la historia o la evolución a nivel de organigrama en las bodegas el peso de los departamentos comerciales, es mayor a partir de esta transformación liderada por la industria. ¿Quiénes la lideran? Los gerentes, los enólogos, los agrónomos, fueron los que salieron a ver afuera que pasaba en el resto del mundo y dijeron, bueno, acá hay cosas que se pueden hacer, cosas que se pueden mejorar, para salir de una crisis de la cual se venía, estoy hablando principios de los noventa, y ver que hacer, como cambiar. Entonces, esa visión, salir afuera a ver que hacen otros, ese aprendizaje fue el que se trajo hasta acá adentro y ahí fue donde se incorpora quizás

⁵Bodegas de Argentina es una Asociación Civil integrada por más de 230 empresas localizadas en todas las provincias vitivinícolas. Sus socios son empresas de diferente composición societaria, tamaño y origen, y son parte de todos los estamentos de la vitivinicultura nacional. Las bodegas asociadas facturan en el mercado interno el 65% de los vinos de consumo corriente y el 85% de los vinos Premium y Súper Premium, y el 90% de las exportaciones de vinos fraccionados. Información extraída de Bodegas (2015).

ese enfoque, ese cambio.⁶

Como puede observarse, aun cuando referentes importantes del sector reconocen el dinamismo del sector y la importancia que tuvieron algunos *entrepreneurs* en su evolución desde los ochenta, el imaginario de la reconversión ha quedado anclado a la década de 1990. Como intentaremos mostrar más adelante, esta percepción tampoco parece coincidir con los datos existentes.

Por otro lado, si bien se postula una influencia positiva del tipo de cambio sobre las exportaciones de un bien transable como lo es el vino, ésta no parece tener la misma intensidad a lo largo del tiempo. Por el contrario, es posible identificar distintas etapas por las cuales tuvo que atravesar el sector y que, en algunos casos, las exportaciones crecieron a pesar de que el tipo de cambio no los beneficiaba y viceversa. Ello se debe a interacción entre esta variable macroeconómica y ciertos comportamientos microeconómicos de los empresarios del sector, así como de cambios en la regulación del mismo. En este sentido, el proceso de concentración de los mercados de destino y de las empresas exportadoras también contribuye a entender las particularidades de la expansión del sector.

Por último, la Argentina es un país vitivinícola -por historia y por volumen de producción-, con importantes niveles de consumo *per cápita* y que ha comenzado a exportar recién en las últimas décadas. Esta característica lo diferencia de los "nuevos productores" de vino del mundo y explicaría, en parte, por qué el "gigante dormido" aún tiene un potencial de crecimiento exportador significativo.

En síntesis, este trabajo explora desde una perspectiva histórica los diferentes episodios por los cuales transitó la industria vinícola argentina desde comienzos de la década de 1980 y cómo fue su inserción en el mercado internacional. En particular, se estudia la importancia que tuvieron algunos bodegueros en dicho proceso así como el efecto que tuvo el tipo de cambio y los mercados receptores del vino argentino en la expansión de las exportaciones en los

últimos años.

La hipótesis de este trabajo es que, a partir de los años 80, los bodegueros vieron en las exportaciones una salida a la crisis más importante que atravesó el sector en la Argentina. Esto implicó, necesariamente, una transformación del mismo para producir vinos de calidad que pudieran ser vendidos en el mercado internacional. Así, los bodegueros sumaron a una tradición vitivinícola centenaria nuevas prácticas y estrategias de desarrollo. Por otro lado, a lo largo de 30 años, diversas políticas macroeconómicas influyeron en la expansión del sector en general y en las exportaciones en particular. En síntesis, en este trabajo intentamos demostrar que el crecimiento de las exportaciones de vinos argentinos tuvo un camino sinuoso y diferente a lo que la bibliografía hasta el momento ha encontrado para los países exportadores del "nuevo mundo".

El trabajo se divide en cinco apartados. En el segundo se realizan algunas consideraciones metodológicas del trabajo. A continuación, se analizan las transformaciones previas al crecimiento de las exportaciones y el origen de las mismas a partir de estudios de casos. En el cuarto, se estudia el fortalecimiento de las exportaciones y la influencia del tipo de cambio, por un lado, y del nivel de concentración de los mercados y de las empresas, por el otro, sobre esta dinámica. Por último, en las conclusiones se resumen los resultados más significativos.

2 - METODOLOGÍA

El presente trabajo tiene carácter analítico-descriptivo (GIL, 2008, p. 27-28) sobre el desempeño de las exportaciones de los vinos argentinos, con el fin de captar aquellos factores que estarían explicando dicho proceso, con una perspectiva histórica de largo plazo. En esta dirección, se analizaron fundamentalmente tres factores: las transformaciones previas al crecimiento de las exportaciones y al origen de las mismas, la influencia del tipo de cambio, y el nivel de concentración de los mercados y de las empresas. Asimismo, estos aspectos son indicadores básicos de

⁶Entrevista realizada en la ciudad de Mendoza en 2014.

comercio exterior que proporcionan información sobre una medida de dinamismo comercial (DURÁN-LIMA, 2008). Sin embargo, existe una multiplicidad de otras variables que podrían aportar a la discusión pero que exceden los objetivos de este trabajo, como son: las preferencias del consumidor, acuerdos comerciales, costos de transporte, impuestos al comercio, aumento de costos internos, entre otras.

Para el primer período de análisis –el de despegue de las exportaciones–, se ha optado por una metodología cuali-cuantitativa, aportando a los datos cuantitativos dos estudios de casos, que aportan elementos cualitativos a un período escasamente estudiado. Por un lado eso está desarrollado el caso de la bodega de la Familia Catena Zapata. Dicho estudio de caso fue seleccionado por ser una de las familias bodegueras tradicionales de Mendoza, pioneros en la exportación de vinos y una de las que comenzó su transformación en los años ochenta. Por otro lado, el caso de la bodega Montmayou como ejemplo del proceso de decisión y selección de un viñedo en períodos de crisis.

En la sección tercera se analiza la relación entre las exportaciones y el tipo de cambio como variable *proxy* de la competitividad de la economía en general y del sector en particular. Es por ello que aquí hemos decidido estudiar la evolución de las exportaciones a la luz del Tipo de Cambio Real (TCR). Dicho TCR es obtenido a partir de deflactar el Tipo de Cambio Nominal (TCN) con el ratio de los Índices de Precio al Consumidor (IPC) de los Estados Unidos y de la Argentina. Luego, este indicador se expresa en un índice con base 100 para el año 2000. O sea,

$$\text{TCR}_{\text{país1,país2}} = \text{TCN}_{\text{país1,país2}} \times \text{IPC}_{\text{país2}} / \text{IPC}_{\text{país1}}$$

Los datos del IPC para la Argentina fueron tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) hasta el año 2007 y, a partir de dicho año, se utiliza el IPC-9 Provincias. El cambio de la fuente de información se debió a que en enero de 2007 el gobierno nacional intervino el INDEC y, a partir de ello, el IPC dejó de ser confiable. Esto obligó

a reemplazar dicha fuente de información por otra que mostrara de una manera más precisa la evolución de los precios internos. Por ello, se utiliza la información brindada por las direcciones de estadísticas de las 9 provinciales independientes del gobierno nacional -Chubut, Jujuy, La Pampa, Misiones, Neuquén, Salta, San Luis, Santa Fe y Tierra del Fuego. Por lo tanto, a partir de 2007, se continúa la serie pero deflactando el TCN por el índice de precios ponderado de dichas provincias (IPC-9 provincias).

En la sección cuatro se analiza la evolución y el cambio de la composición de las exportaciones de vino en términos de valor y volumen. Por su parte, para medir el nivel de concentración de los mercados y de las empresas se utilizó en todos los casos es el Índice de Concentración (IC). El IC es un indicador básico de comercio exterior que mide el grado de participación de una muestra desagregada en porcentajes. Matemáticamente, es una proporción de un valor entero o decimal entre cero y uno, que luego puede ser expresado en porcentajes (DURÁN-LIMA, 2008).

La medición del nivel de concentración de destinos de las exportaciones de vino está dada por la siguiente fórmula:

$$IC(n) = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{x_t}$$

donde:

n = cantidad de destinos;

x_i = Exportaciones de vino al i -ésimo destino (en hectolitros);

x_t = Exportaciones totales (en hectolitros).

Para el caso de concentración de las empresas exportadoras, la fórmula es la siguiente:

$$IC(n) = \sum_{j=1}^n \frac{x_j}{x_t}$$

donde:

n = cantidad de empresas;

x_j = Exportaciones de la j -ésima empresa (en hectolitros);

x_t = Exportaciones totales (en hectolitros).

En ambos los casos, el IC está dividido en tres medidas el IC1, IC5 e IC10, los cuales miden el grado de concentración acumulado del principal, cinco y diez primeros destinos o empresas, respectivamente. Por su parte, para la construcción de las series de datos se han utilizado diversas fuentes, como son: los informes estadísticos anuales del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), la información disponible en la página de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), del INDEC y de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

Por último, la delimitación temporal (1980-2012) se debe a dos factores fundamentales. Por un lado, en dicho período se presentan los principales cambios en el sector vitivinícola argentino, como resultado de la inserción del sector al mercado mundial y las transformaciones internas que debió hacer para ello. Este proceso, generalmente denominado *reestructuración de la vitivinicultura argentina*, ha sido ampliamente estudiado para la década del noventa pero no así con una perspectiva de más largo plazo que incluya los años de la crisis del sector vitivinícola –la década de 1980- y su desarrollo más reciente. Por otro lado, el 2012 es el último año que contábamos con información disponible al momento de realizar este trabajo.

3 - LOS ORÍGENES DE LA INSERCIÓN DE LOS VINOS ARGENTINOS EN EL MERCADO MUNDIAL

Como han sostenido Anderson, Norman y Wittwer (2001) y Anderson (2004), partir de finales de los años 60 se incorporaron al mercado mundial de vinos productores provenientes de países sin tradición vitivinícola: Estados Unidos, Chile, Nueva Zelanda, Australia o Sudáfrica. Estos “nuevos productores” han impulsado el aumento de las exportaciones de vinos dándole forma a un mercado mucho más dinámico y complejo en las últimas décadas. Pero también, desde comienzos de los años '80, el mercado del vino se vio afectado por una caída del consumo a nivel mundial y, especialmente, de los

habitantes de los países consumidores de Europa como son Francia, España o Italia. Estos dos procesos empujaron a los productores tradicionales de vino –llamados también del “viejo mundo”- a buscar nuevos mercados, como por ejemplo: Estados Unidos, Australia, Inglaterra o, más recientemente, China, lo que ha ampliado el intercambio, haciendo así aún más complejo el mercado que en el pasado.

En este marco, algunos trabajos recientes han analizado las diferentes estrategias que desarrollaron los bodegueros del “viejo mundo” con relación a los del “nuevo mundo” o del hemisferio sur (ANDERSON; NELGEN, 2011; MARTÍNEZ CARRIÓN; MEDINA ALBALADEJO, 2012; MEDINA ALBALADEJO; MARTÍNEZ CARRIÓN; RAMON-MUÑOZ, 2014). Según estos autores, los bodegueros de los “nuevos países” –entre los que incluye a la Argentina-, fueron mucho más dinámicos y tuvieron un perfil orientado a la exportación mayor que los europeos.

Sin embargo, a nuestro entender, la vitivinicultura argentina es un caso excepcional dentro de los productores calificados como del “nuevo mundo” debido a tres factores fundamentales. En primer lugar, a diferencia del resto de estos países, la producción vitivinícola en la Argentina tiene varios siglos de existencia (LACOSTE, 2003, 2004). En segundo lugar, como se analizará más adelante, la exportación fue una alternativa a un modelo de desarrollo agotado, basado en vinos de baja calidad orientado al mercado interno, y no una estrategia productiva explícita orientada al comercio internacional. Por último, más allá del salto cualitativo y cuantitativo que experimentó el vino argentino en el mercado mundial en las últimas décadas, el mercado interno sigue siendo el pilar fundamental para el sector.

En este sentido, si bien el consumo de vino en la Argentina ha caído significativamente en las últimas cuatro décadas –pasando de 90 litros *per cápita* en 1965 a 23 litros en 2014- el mercado interno representa alrededor del 75%/80% de la producción total⁷. Esto les permite a los bodegueros manejar alternativas comerciales y estrategias de desarrollo más

⁷INV (2016).

allá de la producción de vinos para el mercado mundial. A nuestro entender, estos elementos son lo suficientemente importantes para diferenciar a la vitivinicultura argentina del resto de los productores del “nuevo mundo”. Así como el vino argentino es una novedad en los mercados internacionales, la exportación es un proceso novedoso para los productores locales.

En este sentido, desde finales del siglo XIX y hasta finales de la década de 1970, la vitivinicultura argentina se había desarrollado exclusivamente basada en el mercado interno. Una producción destinada a un mercado consumidor masivo, con poca competitividad y con alta protección arancelaria, donde el sector realizaba su producto a partir de nociones más prácticas que científicas, tanto en los aspectos enológicos como agronómicos. La desgravación impositiva de las décadas de 1960 y 1970 (RICHARD JORBA, 2008), junto a un proceso especulativo por parte de algunos grupos económicos importantes -como fue el caso de Greco (OLGUÍN; MELLADO, 2010), potenció la sobreproducción en el marco de un proceso de caída del consumo a escala nacional. Mientras que el consumo interno se desplomaba, la superficie implantada no cesó de crecer a un promedio de 2% anual entre 1945 hasta 1978.⁸ A esto debe sumarse un aumento en el rendimiento que había llegado a 250 quintales por hectárea, dos veces superior a lo que se consideraba como óptimo para conseguir vinos de calidad (FOSTER, 1995, p. 17).

Durante los once años que duró la crisis (1979-1990) se perdieron aproximadamente 140.000 hectáreas de vides en todo el país, de las cuales 106.000 correspondieron a la provincia de Mendoza. Asimismo, la producción de vino disminuyó 12.310.751 hl, de los cuales 8.917.277 hl dejaron de ser producidos en dicha provincia. La crisis representó una caída de 47% del área cultivada y 50% de la producción de vino en tan solo una década.⁹

⁸Entre 1945 y 1968 la superficie con vid pasó de 157.000 ha, a 294.000 ha. y siguió creciendo hasta 1979 cuando alcanzó las 316.355 ha (datos del INV, varios años).

⁹Estimaciones en base a datos del INV. Para un mayor detalle sobre este período ver Martín (2009) y Cerdá y Hernández (2013).

Sin embargo, como se mencionó, la transformación del sector comenzó en este contexto a partir de la acción individual de *entrepreneurs* que exploraron nuevos mercados como una alternativa a la crisis. Esto requirió de investigación, transformación empresarial y desarrollos productivos y comerciales que fueron abriendo las puertas de los mercados internacionales a los vinos del país. Alguno de los pioneros en este proceso fueron Nicolás Catena Zapata, Alberto Zuccardi, López, Bianchi -todas bodegas familiares-, Chandón, Bodegas Norton y La Rural, entre otros. En algunos casos fueron emprendimientos nuevos, en otros había experiencia y tradición familiar que sólo necesitaba *aggiornarse* a los nuevos tiempos, mientras que otros aprovecharon la tradición del vino argentino para apostar a su transformación. Pero todos tenían algo en común: importantes volúmenes de capital económico, social y cultural para invertir en un momento dominado por la incertidumbre. Así, la decisión de algunos bodegueros fue crucial.

El rediseño organizacional de las firmas, la adopción de tecnología moderna -tanto en las bodegas como en el sector primario-, la importación de clones de diversos varietales, la ampliación de la frontera vitícola así como la incorporación del *marketing* para promocionar vinos en el exterior fueron partes constitutivas de este proceso de transformación vitivinícola.

Los volúmenes de exportación pasaron de 71.348 hl en el año 1980 a 445.536 hl en el año 1990, lo que representaba tan sólo el 0,7% y el 3,17% de la producción total, respectivamente. Si bien estos valores eran insignificantes, muestran que algunos productores comenzaron a ver a las exportaciones como una válvula de escape a la crisis. Por otro lado, debe recordarse que los vinos argentinos tenían una mala reputación y, por lo tanto, la entrada a los mercados internacionales dependía no sólo de un cambio en la calidad de los mismos sino también de la reversión de dicha imagen.

Uno de los exponentes de esta nueva generación de bodegueros que orientan su producción a las exportaciones es la Familia Catena Zapata. En 1982

Nicolás Catena Zapata:

...fui como profesor invitado a la universidad de California. Pero el costado de bodeguero lo llevó pronto hasta Napa Valley (Bah, en el primer fin de semana), donde se habían propuesto hacer tan buenos vinos como los franceses, añejándolos en toneles de roble nuevo para no oxidarlos y destruir su aroma de las frutas y aportarles el de la vainilla. Justo para donde rumbeaba el gusto internacional” [entonces, se preguntó Nicolás] “¿por qué no hacer algo así acá [en la Argentina]? [...] La primera cosecha buena que creí en condiciones para competir con los mejores vinos del mundo fue la de 1990 (VIVA, 2007, p. 7).

Nicolás Catena vivió dos años en California – entre 1982 y 1984– y experimentó los cambios de la vitivinicultura del nuevo mundo en general y de la experiencia californiana en particular. Su hermano Jorge Catena Zapata había estudiado en la escuela de Enología de Davis - en la Universidad de California-, donde se formaron los enólogos más importantes por aquellos años.¹⁰ Fue por entonces cuando Nicolás tomó la decisión de transformar su bodega de Mendoza -una antigua bodega familiar que producía vino de mesa-, en una de vinos de calidad para el mercado internacional. Lo que es particularmente distintivo de este caso es que no sólo reconvirtió su bodega para la producción de vinos de alta gama sino que tomó la decisión de apuntar a un consumidor de alto poder adquisitivo.

Para llevar este proyecto adelante Nicolás contrató en 1988 a Paul Hobbs, uno de los enólogos más reconocidos en Estados Unidos por haber trabajado junto a Robert Mondavi en Opus Uno. También, Hobbs era amigo de Jorge Catena Zapata, lo que seguramente facilitó su incorporación al proyecto. En su primera estadía en Mendoza, Hobbs les sugirió a los hermanos Catena no sólo invertir en la bodega –que era el plan original de Nicolás-, sino también llevar a cabo una transformación integral de los viñedos y del personal. Nicolás Catena Zapata

afirmó:

Modificamos completamente los sistemas de conducción de las cepas y los métodos de poda e introdujimos prácticas que habrían escandalizado a mi padre y a mi abuelo [...]

Tuvimos que entrenar a nuestro personal en la remoción de hojas, o sea arrancar hojas de las cepas para permitir una mejor exposición al sol de los racimos, aunque lo más revolucionario fue decidernos a remover racimos para mejorar el grado de concentración de los jugos. La primera vez que arrancamos racimos para mejor la calidad tuve que estar presente porque el personal no podría creerlo, no podía aceptarlo (FOSTER, 1995, p. 38).

Los hermanos Zapata se formaron a nivel universitario en la Argentina y luego, como se mencionó, completaron sus estudios de posgrados en el exterior. Uno enólogo (Jorge) el otro economista (Nicolás), junto a sus redes de relaciones, dieron origen a un cambio en el perfil de su bodega familiar. Así, habían trasladado el modelo norteamericano a su bodega en Mendoza.

Estos cambios se dieron en el marco de la crisis y como parte de un proceso de modernización. Esta nueva vitivinicultura se orientó hacia la calidad basada en el modelo de desarrollo en los vinos del nuevo mundo. Los conocimientos desarrollados en otras latitudes fueron adaptados a las necesidades y características locales y, en gran medida, esto fue hecho a partir de la sistematización y estudios realizados por los propios productores. Así, la utilización de clones, la maceración prefermentativa en frío, la fermentación maloláctica, la utilización de barricas - que reemplazaron o complementaron la utilización de las piletas y toneles tradicionales-, el deshoje, el cambio en la conducción de las vides, el estudio sistemático del clima, el reconocimiento del *terroir*, el estrés hídrico y el *marketing*, pasaron a formar parte del discurso de la transformación vitivinícola; originando un cambio copernicano para el sector.

Sin embargo, la familia Zapata no fue el único caso. Otras bodegas como San Telmo o Trapiche también comenzaron a cambiar su producción hacia vinos de calidad y comenzaron a cambiar el perfil

¹⁰Jorge Catena fue, también, el impulsor del método de fermentación en frío para los vinos blancos en la Argentina a finales de la década de 1970 (FOSTER, 1995, p. 29).

aromático y gustativo de sus vinos.

Pero también, otros “emprendedores” aprovecharon la crisis de los años '80 para comprar viñedos o tierras a un bajo precio. En ese sentido, la crisis del sector había producido una caída de los precios de la tierra y la desvalorización de los viñedos más antiguos. Esta combinación de factores fue muy beneficiosa para los nuevos proyectos que se arriesgaron a creer en el potencial de la región y de la cepa emblema de la Argentina: el malbec. Éste fue el caso, por ejemplo, de Hervé Joyaux Fabre quien:

...viajé a Chile primero, recorrió viñedos y tierras, pero su olfato no lo convenció y su incursión trasandinas quedó en la nada. Entonces viajé a Mendoza. Hervé afirma que “La decisión de invertir en la Argentina no fue fácil. Era todo un desafío invertir en Sudamérica. Teníamos la idea de producir un vino diferente y aquí se podía acceder a tierras y viñedos de alta calidad a un precio accesible...[...] de esta manera, Fabre Montmayou se convirtió en una de las primeras bodegas Boutique de la Argentina. El concepto boutique está asociado a pequeñas cantidades de tierra, con baja producción y vinos de calidad (VIVA, 2007, p. 23).

La Bodega Montmayou se emplazó en la zona de Vistalba, Luján de Cuyo, en la provincia de Mendoza a 1.150 metros de altitud. En 1992, junto con una pequeña bodega compró las primeras 15 hectáreas de Malbec. Para la elaboración de sus vinos Fabre adquirió exclusivamente viñedos en las mejores zonas de Mendoza, y en la actualidad esta bodega tiene 60 hectáreas de viñas y es una de la más reconocida en el mercado por sus vinos de alta calidad. Al igual que Catena Zapata, el caso de Fabre sirve para comprender que la crisis fue un buen momento para comenzar con emprendimientos nuevos o reconvertir los existentes.

En efecto, durante la década 1980 se implantaron 19.000 hectáreas nuevas en todo el país, lo que representaba el 9% de las vides existentes en 1990, de las cuales más del 60% correspondieron a la provincia de Mendoza (INV, 1990). Esto indica que, más allá de la crisis, se dio una reconversión productiva importante en el sector vitícola que era fundamental

para producir el cambio hacia la calidad (CERDÁ; HERNÁNDEZ, 2013).

Asimismo, como fue mencionado, los bodegueros que optaron por la exportación debieron enfrentarse con la imagen negativa que tenía el vino argentino en el exterior. La característica predominante de los vinos argentinos -alta graduación alcohólica y baja calidad enológica-, hacía que su inserción en el mercado mundial fuera muy difícil. Estas características del vino se explican porque los bodegueros argentinos se habían visto favorecidos por un mercado interno protegido y con niveles de consumo *per cápita* altos a lo largo de todo el siglo XX.¹¹ Como cuenta Nicolás Catena Zapata:

A finales de los ochenta inicié mi investigación del mercado de vinos finos en los Estados Unidos. Inmediatamente descubrí que los vinos argentinos eran ubicados por mayoristas y minoristas en el precio de 4 a 6 [dólares] cada botella al consumidor en el “wine store”. Se lo consideraba en un nivel de precio similar al chileno pero de una calidad inferior. [...] Dialogué con algunos mayoristas importantes y ellos fueron terminantes en su afirmación de que, dada la imagen histórica de nuestros vinos en el mercado, sería sumamente difícil vender un vino argentino a un precio superior de \$ 6 [dólares] la botella. Teníamos la imagen de país productor de vinos muy baratos, de poca calidad. Me dijeron que si pretendía vender un vino argentino, por ejemplo de \$15 [dólares], debía poner en la botella una calidad equivalente a un vino californiano de \$25 [dólares] la botella (FOSTER, 1995, p. 44).

Sin embargo,

A finales de 1991 inicié la venta de CATENA CABERNET SAUVIGNON al precio de \$15-16 la botella al consumidor y el CATENA CHARDONNAY al precio de \$13-14. Tuvimos éxito. Vendimos rápidamente todo la cosecha y también las dos cosechas siguientes al mismo precio.” [...] “mi impresión [afirmaba Nicolás en 1994] es que en los Estados Unidos nuestro

¹¹Los argentinos llegaron a consumir 90 litros de vino *per cápita* a mediados de la década de 1960, lo que lo colocaba en cuarto lugar a nivel mundial, sólo por debajo de los franceses, italianos y españoles.

CATENA está modificando la percepción de Argentina como país productor de vinos de calidad (FOSTER, 1995, p. 44).

Como se puede apreciar, el proceso de reconversión no sólo tuvo que enfrentarse con los problemas estructurales del sector y de la macroeconomía sino, también, debió sortear la mala imagen que tenía el vino argentino en el exterior. En este sentido, el mercado norteamericano fue el elegido por los primeros exportadores no sólo porque se presentaba como el más dinámico sino, también, porque se acercaba a las características del vino argentino: vinos jóvenes, más aromáticos y con poco paso por barrica. Sin embargo, los dos casos analizados dan cuenta de los matices que tuvo la reconversión a partir de la acción individual de los productores en medio de la peor crisis que el sector tuvo que afrontar a lo largo de todo el siglo XX. A continuación, se analiza la evolución de las exportaciones, teniendo en cuenta el tipo de cambio real y el grado de concentración de las mismas.

4 - FORTALECIMIENTO Y CONCENTRACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL VINO ARGENTINO

4.1 - Factores Asociados a la Dinámica Exportadora

El proceso de expansión de las exportaciones vitivinícolas de los años 90 ha sido explicado, en general, por la modernización del sector y por el aumento de la competitividad asociado a un TCR elevado. Por otro lado, también, la pérdida de competitividad, producto de una apreciación del TCR en los últimos años, ha sido el argumento más utilizado para explicar la desaceleración de las exportaciones. Sin embargo, deberíamos decir que estos son sólo dos aspectos que explican en parte dicho proceso. Como analizamos en el apartado anterior hay otros factores asociados a decisiones microeconómica que no se han tenido en cuenta en la bibliografía sobre el tema.

Asimismo, debe considerarse que el ciclo

productivo de la vitivinicultura dura un año y que las decisiones en términos de inversión no pueden ser medidas en función del corto plazo. A diferencia de otros productos primarios, el costo de implantación de la vid es relativamente alto y el retorno de la inversión necesita de al menos cinco años.¹² Por otro lado, como ya fue señalado, el crecimiento de las exportaciones de vino comenzó tímidamente a finales de los años '80, registra un salto importante a mediados de los años '90, y se hizo mucho más dinámico a partir de la devaluación del año 2002 (Figura 1).

En general, desde la teoría económica, se plantea que existe una relación positiva entre un tipo de cambio real elevado y las exportaciones netas (FRENKEL, 2008). Sin embargo, como se observa en el figura 1, a pesar de haberen tenido un tipo de cambio elevado durante toda la década '80, las exportaciones de vino en esos años fueron insignificantes. Esto se debió a la mala imagen (y calidad) que hacía poco probable su colocación en el mercado internacional. Esto comenzó a revertirse hacia final de la década y comienzos de la siguiente, aún antes de la implementación del tipo de cambio fijo en 1991. De hecho, durante los años 80, los volúmenes exportados se multiplicaron por seis y se triplicaron en términos de valores. Si bien parece poco con relación a lo que sucedió con posterioridad, podemos afirmar que marca el comienzo del proceso de exportación. Fue durante estos años y el primer quinquenio de los noventa donde los nuevos vinos argentinos se insertaron en el mercado mundial y comenzaron, lentamente, a revertir su imagen negativa.

A partir de marzo de 1991, la apreciación de la moneda junto a la eliminación de los aranceles para la importación de bienes de capital y la caída del precio internacional del acero permitieron que gran parte del sector comenzara a importar bienes de capital destinados a modernizar las bodegas y los viñedos. Como lo han señalado Azpiazu y Basualdo (2000), estas medidas favorecieron la importación de

¹²Esto se debe a que la vid comienza a producir recién a los tres o cuatro años de ser implantada y que sus resultados dependen en gran medida de las condiciones climáticas.

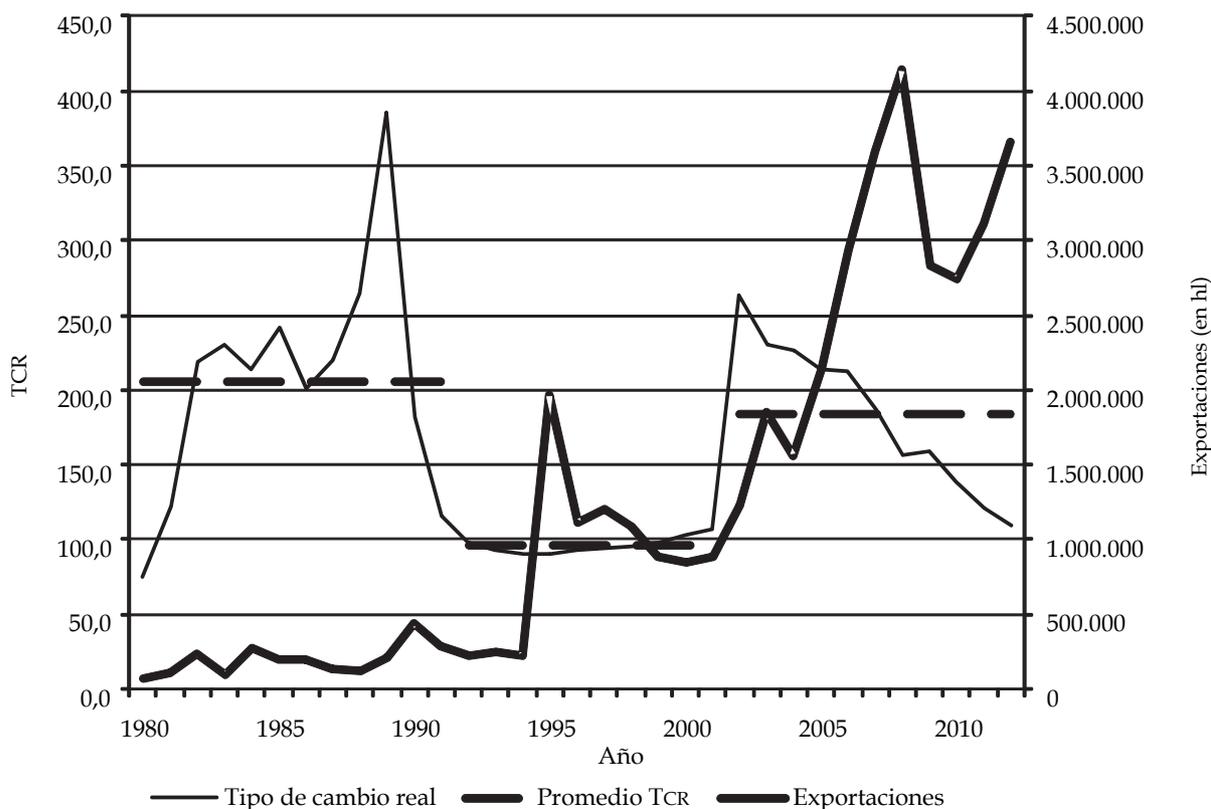


Figura 1 - Evolución de las Exportaciones de Vinos Argentinos y Del Tipo de Cambio Real (TCR)¹, 1980-2012.

¹Aclaración: el TCR se estimó en base a datos del INDEC hasta 2007. A partir de dicha fecha se ha deflactado el tipo de cambio nominal con el Índice de Precios Promedio de 9 provincias.

Fuente: Estimación propia en base a datos del INV (2016).

tanques de fermentación, levaduras, barricas y clones, y aceleró la entrada de capitales al sector vitivinícola tanto nacionales como extranjeros.

A su vez, la sequía que afectó a la vitivinicultura española de 1995 produjo una demanda extraordinaria de los vinos argentinos que los posicionaron en un nivel superior a los registros históricos, que explica el salto cuantitativo de las exportaciones en dicho año. Más allá de esta coyuntura positiva, las exportaciones se sostuvieron en torno al millón de hectolitros a lo largo de toda la segunda mitad de los años noventa. Este aumento benefició particularmente a los vinos de mesa si bien, también, impulsó a los vinos finos y reserva, como analizaremos con mayor detalle en el próximo apartado (Figura 2).

A lo largo de la década que duró la converti-

bilidad (1991-2001), las exportaciones casi se triplicaron en términos de volumen y se multiplicaron casi por ocho en términos de valor. Sin embargo, lo que resulta interesante de observar es que ese crecimiento se verificó en un contexto de un TCR muy bajo y, por lo tanto, poco competitivo para el vino, igual que para el resto de los productos primarios. A partir de ese momento, los nuevos vinos argentinos empiezan a ser conocidos en el mundo, ya no sólo por los especialistas –que los comenzaron a premiar–, sino también por el consumidor casual que busca probar nuevos varietales. Sin embargo, la expansión más significativa de las exportaciones todavía estaba por producirse.

Luego de la devaluación de enero de 2002 la vitivinicultura, al igual que resto de los bienes tran-

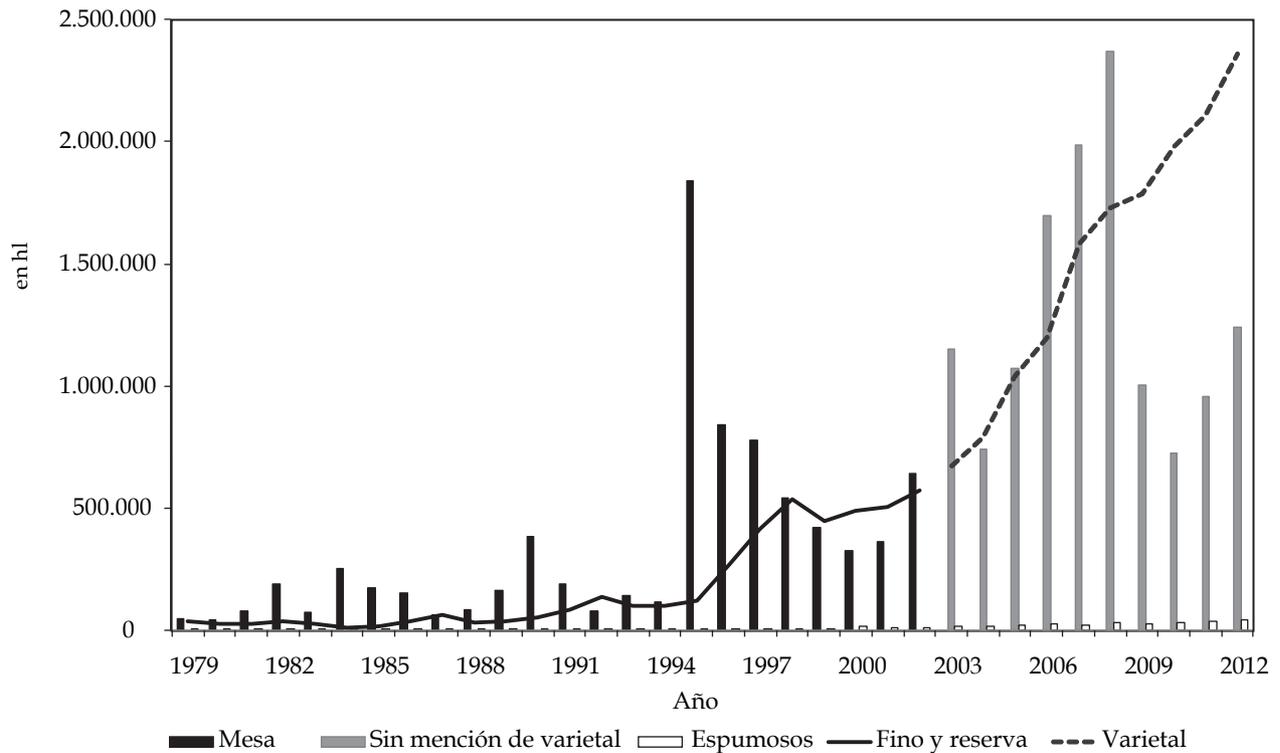


Figura 2 - Evolución de las Exportaciones Según Clase de Vinos, 1979-2012.
Fuente: Estimación propia en base a datos del INV (2016).

sables, se vio favorecida por el aumento de la competitividad que ésta generó. A pesar de algunos primeros análisis pesimistas (AZPIAZU; BASUALDO, 2003), el sector reaccionó de forma positiva y el mercado mundial mostró un creciente interés por el vino argentino. En menos de dos años, los volúmenes exportados se volvieron a duplicar y llegaron a su nivel máximo en 2008 (Figura 1).

O sea, en el período comprendido entre 2002 y 2008, las exportaciones se aceleraron de forma significativa, aumentado a una tasa anual de 19% en términos de volumen y de 25% en términos de valor. Sin embargo, el año 2008 parece haber marcado un techo en las exportaciones de vino argentino. A partir de 2009 los volúmenes exportables disminuyen hasta 2010, recuperándose en los siguientes dos años. De todas maneras, durante el quinquenio 2008-2012, en promedio, las exportaciones cayeron 12% en volumen, pero crecieron

48% en valor (Figura 1 y Tabla 1).

La crisis internacional del 2008 y la caída de las ventas a Rusia parecerían ser las razones más importantes detrás de la caída de los volúmenes exportados. En este sentido, ese país había sido el mayor destino de las ventas de vino desde el 2005 y cede su lugar a Estados Unidos, quien llega a concentrar más del 40% de las exportaciones en el 2011, como veremos en el próximo apartado. Sin embargo, un hecho interesante a destacar es que a partir del 2010 hay una recuperación de las exportaciones aún con un tipo de cambio que sigue apreciándose, si bien, en promedio, es más elevado que en los noventa.

En síntesis, en una perspectiva de largo plazo las exportaciones crecieron desde finales de la década de 1980; muy lentamente al comienzo pero, luego, con mayor intensidad a mediados de los años 90 y de forma espectacular desde la devaluación del

Tabla 1 - Evolución de Las Exportaciones de Vino, 1990-2013-2008-2012
(en %)

Ítem	1990-2013	1990-2001	2001-2002	2001-2008	2008-2012
En volumen	607.13	97.88	314.74	369.65	-11.69
En valor	5.654.18	876.55	519.34	318.10	48.13

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INV (2016).

2002. Por lo tanto, las exportaciones han estado aumentando desde hace más de 30 años, tanto en períodos de tipo de cambio bajo (apreciado) -como en la convertibilidad o durante los últimos años-, o con un tipo de cambio alto como fue durante gran parte de la primera década del siglo XXI.

Con esto, no se pretende negar la incidencia que puede tener esta variable en algunos momentos específicos sino que se intenta matizar el poder explicativo de ésta sobre las ventas al exterior. Para entender mejor la evolución de las exportaciones analizaremos a continuación el perfil de vino y la composición de los mercados externos durante estos últimos treinta años, lo que influyó, en alguna medida, sobre la evolución de las exportaciones.

4.2 - Cambios en la Composición de las Exportaciones y los Nuevos Mercados

Brevet, Orrego y Gennari (2014) señalan que en el año 2011 el 86% del volumen y el 76% del valor de las exportaciones de vino argentino fraccionado en botella correspondían al segmento *Premium* (USD FOB 14 - USD FOB 60) y que tan solo el 2% del valor de las exportaciones se constituía de segmentos de valores inferiores. De la misma manera, estos autores indican la creciente presencia y notoriedad que ha alcanzado el malbec argentino en el mundo, posicionándose como el varietal insignia de la industria nacional.

En efecto, la comercialización de vinos de calidad pasó a asumir un papel protagónico en las exportaciones de los últimos años, tanto en precio como en volumen. Debido al cambio en la clasificación de los vinos establecida por el Instituto Nacional de Vitivinicultura en el 2003 no es posible hacer un análisis comparativo de todo el período pero, a pesar

de esto, es posible observar cómo la composición de las exportaciones ha ido cambiando en el tiempo¹³.

En el figura 2 se aprecia cómo los vinos “de mesa”, en el contexto de bajos volúmenes de exportaciones totales, constituyeron la gran mayoría de las ventas al exterior durante toda la década de 1980 y comienzos de 1990. Por su parte, los vinos denominados “finos y reserva” comenzaron lentamente a crecer a inicios de los '90 pero recién pudieron igualar en volumen a los “vinos de mesa” en la segunda mitad de la década, con un crecimiento sostenido en el tiempo. En este sentido, solo en el período 1989-2001 los vinos “finos y reservas” superaron en volumen a los vinos de mesa. Para el año 2000 la Argentina exportaba 843.023 *hl* de los cuales el 58,4% eran de “finos y reserva” y 38,8% de vino de mesa, lo que estaría indicando un cambio en el perfil de los vinos argentinos exportados.

Ahora bien, si observamos la composición de las exportaciones en volumen a partir de la nueva denominación implementada en el año 2003, los vinos varietales representaron el 36,4% mientras que los no varietales 62,3% para dicho año, imponiéndose una tendencia durante toda la década hacia la preferencia de estos últimos. Estos llegaron a representar más del 65% de las exportaciones en los años

¹³La resolución N° C12/2003 del INV determinó que a partir de la liberación al consumo de los vinos de la cosecha 2004 los vocablos “de mesa” y “fino” quedan sin validez como indicativos de calidad diferencial de los mismos; de esta manera, la denominación legal que rige en la identificación del producto es el término “vino” seguido de la característica cromática. Debido a lo anterior, la comparación de la producción y exportación según tipo de vinos en todo el periodo 1990-2012 se ve limitada. A pesar de la tendencia que se observa entre los vinos denominados “finos y reserva” con vinos identificados como “varietales” no es posible establecer que se esté hablando del mismo tipo de producto. Algo similar sucede entre los vinos denominados “de mesa” y los “no varietales”.

2011-2012, mientras que los vinos no varietales explican 25% de las mismas (Figura 2).

Sin embargo, si se analizan las exportaciones en términos de valor (Figura 3), se puede observar que si bien los vinos “de mesa” y los “no varietales” crecieron, lo hicieron a un nivel muy inferior al de los “vinos finos” y “varietales”. Mientras que los vinos de mesa representaban el 45% del valor de las exportaciones en 1990, para el 2002 sólo lo hacían en 13%. Por su parte, los vinos no varietales que representaban el 25,5% del valor de las exportaciones en el 2003 redujeron su participación a tan sólo el 12,3% en el 2011. Por el contrario, las exportaciones de vino varietales han crecido de forma sostenida desde el 2003 hasta el 2012, sin registrar efecto alguno de la crisis internacional. Esto se explica por un aumento del valor promedio de estos vinos, lo que lleva a pensar que el aumento del precio unitario de los vinos exportados ha compensado la caída en los volúmenes.

Por último, si nos concentramos en la evolución de los últimos años, podremos observar que los vinos no varietales tuvieron una retracción más notoria que los varietales a partir 2008, tanto en volumen como en valor. Por lo tanto, es posible afirmar que comienza a advertirse un cambio en la composición cualitativa de los vinos que la argentina exporta al exterior. Esto, en parte, parece estar asociado a los mercados de destino que, como veremos a continuación, se han concentrado en países donde la preferencia por el consumo de vinos varietales ha sido mayor en los últimos años, dejando atrás otros mercados como Rusia o China donde predominaban las exportaciones de vinos sin mención varietal.

En síntesis, como fue mencionado en el apartado anterior, el tipo de cambio ha tenido una importancia relativa –y no lineal– en la evolución de las exportaciones. En particular, parecería que el tipo de cambio tuvo una mayor incidencia sobre los no varietales mientras que los varietales han venido creciendo a lo largo de todo el período. Por lo tanto, hay otros factores que también explican el desarrollo del sector como, por ejemplo, los cambios impulsados por los productores, transformaciones en el conocimiento y su implementación práctica así como también cam-

bios en los hábitos y gustos de los consumidores, aspecto que excede ampliamente este trabajo.

Como fue mencionado, otra dimensión a resaltar es que si bien los vinos argentinos se venden en todos los continentes, a partir del Índice de Concentración (IC) de destinos es posible apreciar que se produjo, en los últimos años, un proceso de concentración de las exportaciones en algunos pocos países. En particular desde el 2002, IC1 registró una tendencia alcista que se intensificó algo más desde el 2008. Esto último también se observa con el IC5 e IC10 (Figura 4).

Esta concentración en los mercados de destino está fortalecida por la entrada al mercado estadounidense. Mientras que en 1996 los vinos argentinos que llegaban al país del norte representaba el 4% del volumen de las exportaciones totales –ocupando la séptima posición como país destino de los vinos argentinos–, a partir del año 2004 se convirtió en el principal importador, representando el 15% del volumen total de las exportaciones, alcanzando su máxima participación en el 2012 con el 47% del total. El resto de países que componen los cinco principales destinos (IC5) varían su participación año a año sin un patrón claro. En los últimos años, se han consolidado como destino Canadá, Rusia, Reino Unido y Paraguay, que para el 2012 representaban el 8%, 6%, 5% y 4%, respectivamente, del total del volumen de las exportaciones. Cabe agregar que, para el mismo año, el 82% de las exportaciones tenían como destino 10 países (IC10). O sea, se agregan a los anteriores Brasil, Países Bajos, Japón, Dinamarca y Alemania, con la participación de cada uno del 4%, 3%, 2%, 1%, 1% del total de las exportaciones de vino (INV, 1997, 2000, 2005, 2012).

Esta evolución de las exportaciones hacia los mercados más competitivos confirma la existencia de un mayor acercamiento al gusto de los consumidores y permite suponer que ha sido la demanda de estos países los que ha sostenido las exportaciones de vinos varietales en contraposición a los no varietales en los últimos años.

Por otro lado, un proceso similar al de concentración de los mercados se observa a nivel de las empresas y/o grupos exportadores, tal como se

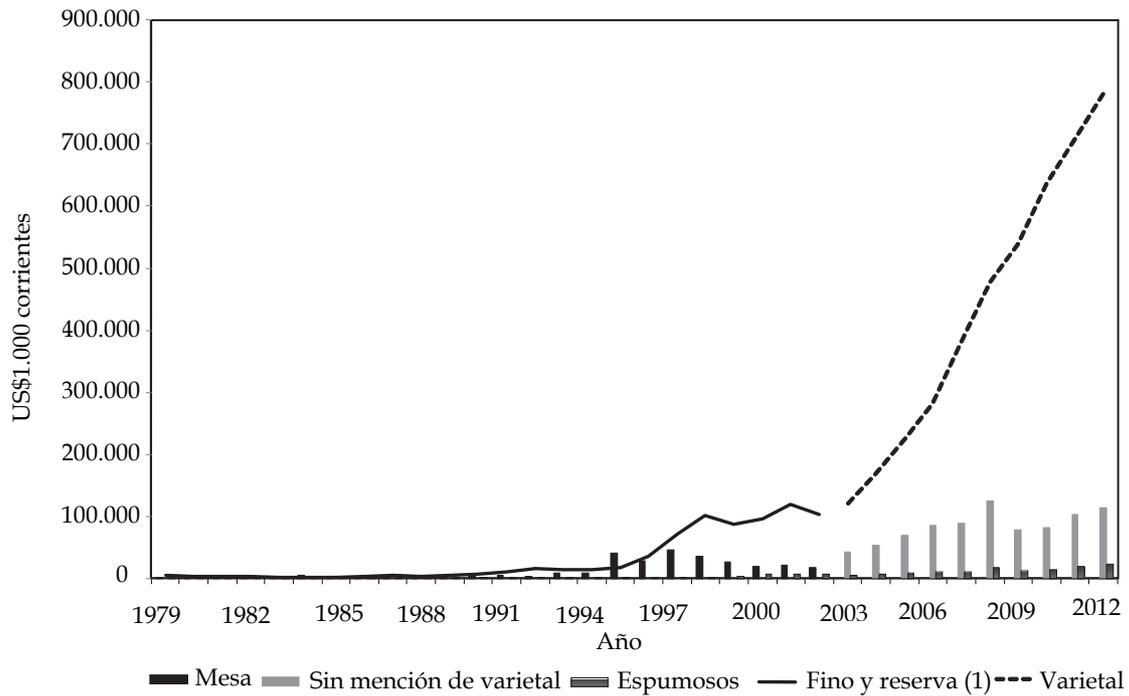


Figura 3 - Valor de las Exportaciones de Vinos, 1979-2012.
Fuente: Elaboración propia en base a datos de INV (2016).

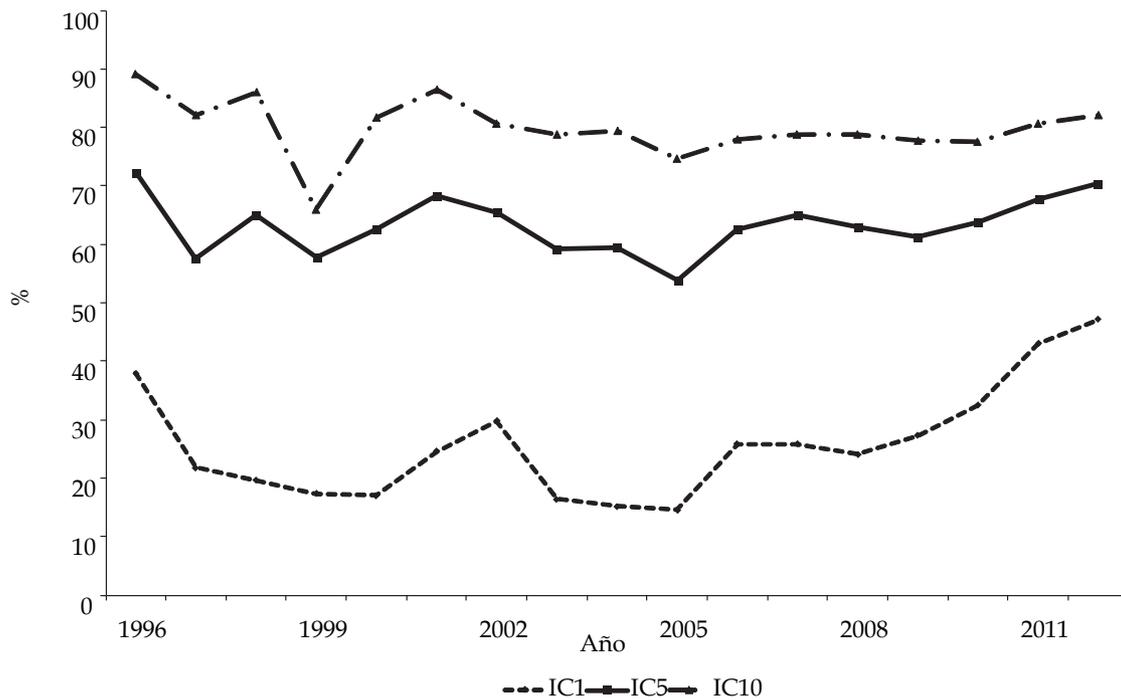


Figura 4 - IC de Exportaciones de Vino, 1996-2011.
Fuente: Elaboración propia en base a datos del INV (2016).

muestra el IC de la estructura empresarial exportadora. La principal empresa y/o grupo exportador (IC1) pasó de concentrar el 20% del volumen de las exportaciones de vino en el año 2008 al 23% en el año 2012. Por su parte, 10 empresas (IC10) explican más del 60% de exportaciones totales de vino de la Argentina. En una agroindustria que contaba en dicho año con 950 bodegas podemos afirmar que las exportaciones estaban fuertemente concentradas en un número pequeño de grupos y/o empresas (Figura 5).

Cuando se analiza el IC empresarial sólo para el caso del principal destino –Estados Unidos–, se observa que si bien disminuyó la concentración en el IC1, aumentó de forma proporcional la participación de IC5 (Figura 6). Esto estaría indicando una mayor participación de las cinco empresas exportadoras de vinos a los Estados Unidos, aún cuando la primera sigue dominando el 30% de las exportaciones totales a dicho país. Esta preferencia (o concentración) de los exportadores por colocar sus vinos en el mercado estadounidense implica cierta dependencia que, en un contexto de crisis como fue la del 2008-2009, pudo haber tenido incidencia sobre el comercio exterior.

En síntesis, esto también estaría reforzando la idea que la apuesta al mercado norteamericano que comenzaron algunos exportadores a finales de los años 80 se ha intensificado en los últimos años, como fue el caso de la bodega Catena Zapata entre otras.

5 - CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo ha sido analizar el proceso de crecimiento de las exportaciones que se dio en forma de episodios en los últimos 30 años en la Argentina, intentando captar aquellos factores que estarían explicando dicho proceso. Se ha llegado a la conclusión que el aumento de las exportaciones fue el resultado de un proceso de causalidad múltiple y compleja. El primer “episodio” se dio con la reconversión productiva impulsada por algunos empresarios innovadores, en el marco de la mayor crisis del sector en la década de 1980 en la Argentina y de la gran expansión de las exportaciones a nivel mundial. El

modelo desarrollado que sostuvo al sector vitivinícola argentino desde finales del siglo XIX hasta mediados de la década de 1970 se había basado en la producción de vinos comunes destinados a un mercado interno que estaba altamente protegido. La crisis de finales de los años '70 no sólo provocó la eliminación de 140.000 ha. de vides en todo el país sino que también fue el comienzo de un fuerte proceso de reconversión productiva. Algunos bodegueros, por lo tanto, optaron por la exportación como una salida a la crisis pero necesitaban transformarse y adaptarse a la demanda del mercado internacional para poder lograrlo. Por otro lado, el bajo precio de los viñedos en términos internacionales en la década de 1980 y 1990 se planteó como una clara oportunidad para invertir, considerando que en el país se contaba con viñedos de alta calidad enológica, con capital cultura y social importante y con una infraestructura que, aunque desactualizada, permitía proyectar cambios y sumarse al proceso de globalización de la vitivinicultura.

Por lo tanto, la estrategia de algunos productores fue sumar a su experiencia y tradición vitivinícola centenarias técnicas de producción y *marketing* adquiridas en el extranjero –en particular en los Estados Unidos–, y adaptarlas a las características y posibilidades locales. Para esos bodegueros las exportaciones de vino operaron como el horizonte que guio la reconversión del sector pero sin que ello se convirtiera en el principal destino de su producción. En cierta medida, esto fue producto de la mala imagen que tenía el vino argentino y la poca experiencia que tenían los bodegueros para exportar su producto, lo que no les permitió aprovechar plenamente la ventaja competitiva que el bajo valor real de la moneda vigente durante esta década generaba para los bienes transables. En síntesis, en la década de 1980, parecería que la decisión microeconómica de salir al mercado internacional fue una válvula de escape de la crisis, con el fin de revertir el ciclo más negativo que tuvo el sector en todo el siglo XX.

El segundo episodio, se corresponde con el período de la convertibilidad (1991-2001) donde se produjo una fuerte entrada de capitales al sector y un incremento de las exportaciones. Como se ha

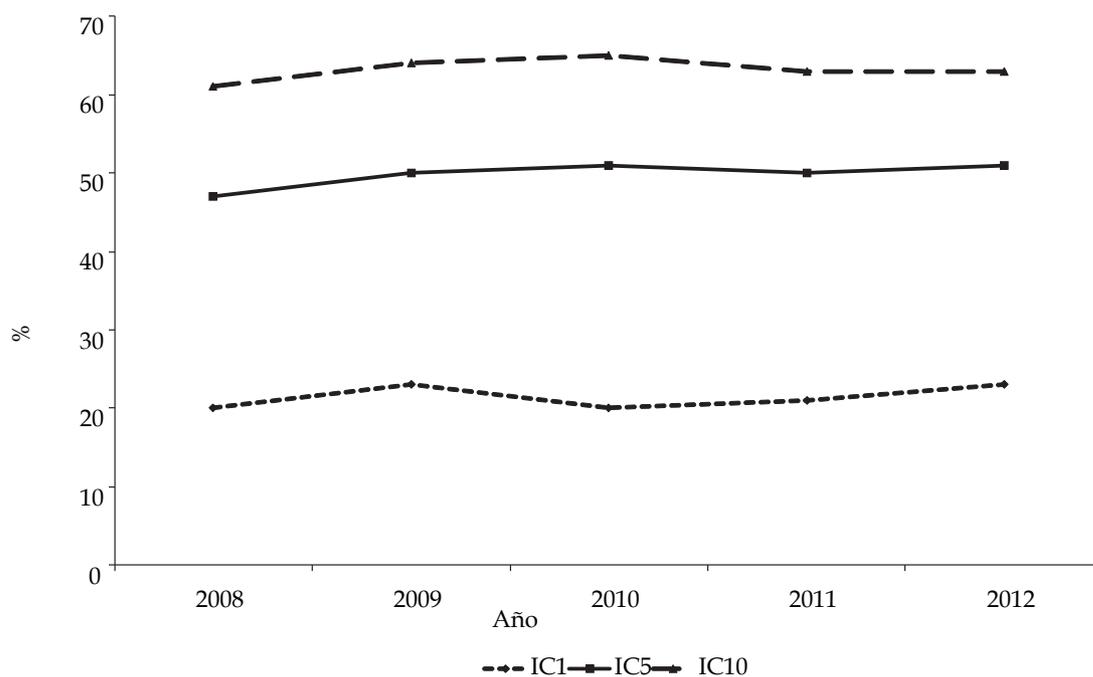


Figura 5 - Evolución del IC de las Empresas Exportadoras de Vino Argentinos, 2008-2012.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Vitivinícola Argentino (OBSERVATORIOVA, 2014).

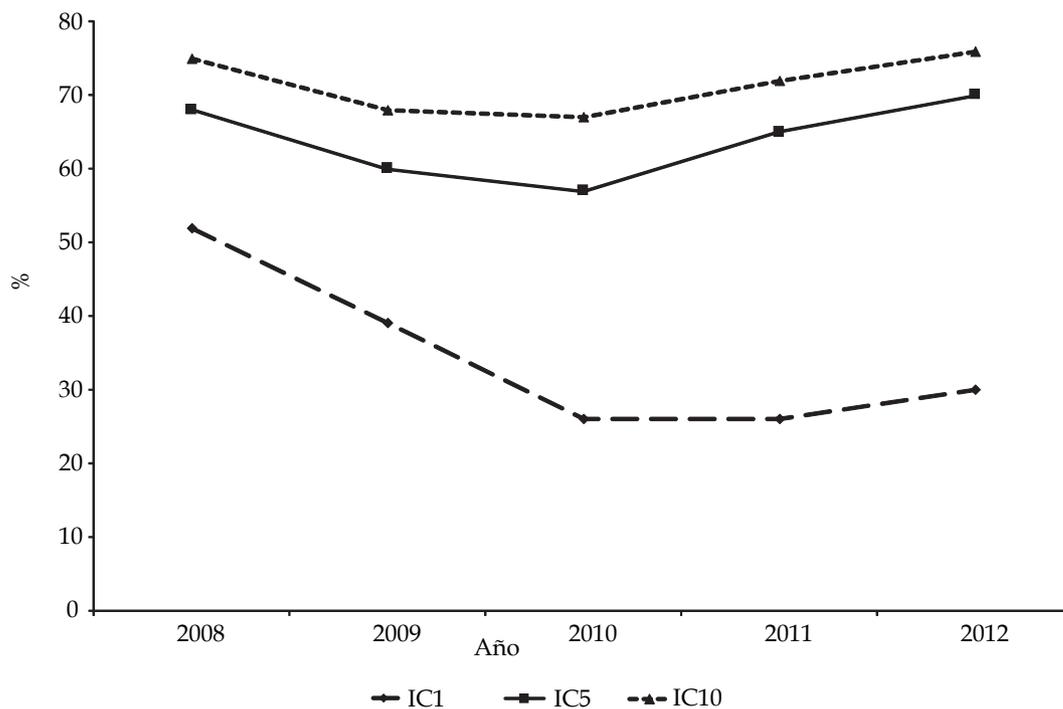


Figura 6 - Evolución de la IC de las Empresas Exportadoras de Vinos Argentinos en los Estados Unidos, 2008-2012.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Vitivinícola Argentino (OBSERVATORIOVA, 2014).

demostrado, una paradoja de ese período es que aún con un tipo de cambio real bajo las ventas al exterior creciente entre puntas del período y, en promedio, fueron más elevadas que las de la década anterior. Esto da por tierra la idea de que las exportaciones dependen exclusivamente del tipo de cambio y permite observar que las transformaciones previas comenzaron a dar sus resultados cambiando la imagen del vino argentino y, por lo tanto, generando una mayor demanda del mercado mundial.

En el último episodio, ahora sí, parece haber una alta correlación positiva entre el tipo de cambio y el aumento de las exportaciones. A partir de la devaluación del 2002 se amplió el potencial exportador. Sin embargo, la crisis internacional del 2008 hizo que las exportaciones tuvieran un pequeño retroceso. Como hemos visto, eso fue producto de una fuerte concentración –por mercados y por empresas– de las exportaciones de vinos argentinos hacia el mercado estadounidense y la pérdida del mercado ruso. Sin embargo, un hecho interesante a destacar es que a partir del 2010 hay una recuperación de las exportaciones aún con un tipo de cambio que sigue apreciándose, si bien, en promedio, es más elevado que en los noventa. De hecho, los vinos varietales muestran una menor elasticidad frente a estos acontecimientos, lo que estaría indicando que los exportadores siguen apostando a mercados externos a pesar de la caída de la competitividad. Nuevamente, como durante la convertibilidad, parecería que los exportadores, una vez que ganan mercados, resisten retirarse de ellos debidos a los costos de entrada y al efecto reputación.

En síntesis, la dinámica exportadora de largo plazo sugiere que el tipo de cambio no alcanza para explicar por sí sólo todo el proceso y que otros factores como la imagen, el tipo de producción o las estrategias microeconómicas impactan sobre las posibilidades de desarrollo del sector. La capacidad de imponer un producto específico como el vino en un mercado globalizado y tan competitivo implica un esfuerzo importante por parte de las empresas. De todas maneras, con niveles más estables y previsibles del tipo de cambio real debería esperarse que las

condiciones mejoren para un sector que, por las características del cultivo y de la producción, requiere un horizonte más estable en el mediano y largo plazo.

Por último, no debemos olvidar que la vitivinicultura argentina sigue basada en un mercado interno que representa hoy el 70% del total de la producción. Esto le permite al sector no depender exclusivamente de las exportaciones y tener una red de contención que es el mercado interno –que sigue estando fuertemente protegido–, con niveles de consumo *per cápita* elevados en términos internacionales.

LITERATURA CITADA

- ANDERSON, K. **The world's wine markets: globalization at work**. Cheltenham: Edward Elgar, 2004. 83 p.
- _____; NELGEN, S. **Global wine markets, 1961 to 2009: a statistical compendium**. Adelaide: University of Adelaide Press, Adelaide, 2011, 467 p.
- _____, NORMAN, D.; WITTWER, G. Globalization and the world's wine markets: overview. **Center for International Economic Studies**, Australia, Issue 143, 2001.
- AZPIAZU, D.; BASUALDO, E. **El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones**. Buenos Aires: CEPAL, 2000.
- _____; _____. Las exportaciones vitivinícolas durante la postconvertibilidad. In: TERCERAS JORNADAS DE ESTUDIOS AGRARIOS Y AGROINDUSTRIALES, 2003, Buenos Aires. **Anales...** Buenos Aires: UBA, nov. 2003.
- BREVET, X.; ORREGO, J. E.; GENNARI, A. Strategies of Argentinean Wineries in Export Markets 2009-2011. **American Association of wine economists**, New York, Issue 166, 2014.
- BODEGAS de Argentina. Banco de datos. Mendoza: AC. Disponible em: <<http://www.bodegasdeargentina.org/>>. Acceso em: 11 ago. 2015.
- CERDÁ, J. M.; HERNÁNDEZ, D. R. El nuevo perfil de los productores vitícolas mendocinos: heterogeneidades de un proceso de modernización. In: MUZLERA, J.; SALOMÓN, A. (Coords.). **Sujetos sociales del agro argentino: configuraciones históricas y procesos de cambio**. Rosario: Prohitoria, 2013.
- DURÁN-LIMA, J. **Indicadores de comercio exterior y política comercial: generalidades metodológicas e indicadores básicos**. Santiago de Chile: CEPAL, 2008.
- FOSTER, D. **Revolución en el mundo de los vinos**. Buenos Aires: Ennio Ayosa Impresores, 1995.

FRENKEL, R. Tipo de cambio real competitivo, inflación y política monetaria. **Revista de Economía Política de Buenos Aires**, Buenos Aires, año 2, n. 3/4, 2008.

GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO NACIONAL DE VITIVINICULTURA - INV. **Banco de dados**. Mendoza: INV. Disponible en: <http://www.inv.gov.ar/inv_contenidos/pdf/estadisticas/despachos/2014/CUADROS_DEFINITIVOS_DESPACHOS_2014x.pdf>. Acceso en: 7 fev. 2016

LACOSTE, P. La vitivinicultura en Mendoza: implicancias sociales y culturales (1561-2003). In: ROIG, A.; LACOSTE, P.; SATLARI, M. **Mendoza, cultura y economía**. Mendoza: Caviar Bleu, 2004.

_____. **El vino del inmigrantes**: los inmigrantes europeos y la industria vitivinícola argentina: Su incidencia en la incorporación, difusión y estandarización del uso de topónimos europeos (1852-1980). Mendoza: Consejo Empresario Mendocino, 2003. 434 p.

MARTÍN, F. **Las transformaciones recientes en la agricultura de oasis en Mendoza, Argentina**: una aproximación al caso de la reestructuración vitivinícola desde la economía política de la agricultura. 2009. 123 p. Tesis (Magister en Estudios Sociales Agrarios) - Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Buenos Aires, 2009.

MARTÍNEZ CARRIÓN, J. M.; MEDINA ALBALADEJO, F. J. La competitividad internacional de la industria vinícola española durante la globalización del vino. **Sociedad Española de Historia Agraria**, n. 12, abr. 2012.

MEDINA ALBALADEJO, F. J.; MARTÍNEZ CARRIÓN, J. M.; RAMON-MUÑOZ, J.-M. El mercado mundial de vino y la competitividad de los países del hemisferio sur, 1961-2010. **América Latina en la Historia Económica**, año 21, n. 2, mayo/ago. 2014.

OBSERVATORIO VITIVINÍCOLA ARGENTINO - OBSERVATORIOVA. Dinamismo comercial: una medida de diversificación/concentración de mercados y actores. Mendoza: Observatoriova, 2014. Disponible en: <<http://www.observatoriova.com/informes/dinamismo.html>>. Acceso en: jul. 2015.

OLGUÍN, P.; MELLADO, M. V. Fracaso empresario en la industria del vino: los casos de Bodegas y Viñedos Giol y del Grupo Greco. Mendoza, 1974-1989. In: ANUARIO DO INSTITUTO DE ESTUDIOS HISTÓRICO SOCIALES, 25., 2010, Buenos Aires. **Anales...** Buenos Aires: IEHS, 2010.

RICHARD JORBA, R. Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005. **Estudios Sociales**, México, vol. 16, n. 31, ene. /jun. 2008.

VIVA del Diario Clarín. ed. 11. Buenos Aires: Argentino, nov. 2007.

Recibido en 23/11/2015. Para publicación en 06/04/2016.