

COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LA CADENA DE VINOS FINOS DE LA ARGENTINA

H. CETRÁNGOLO; J. QUAGLIANO; I. MARTÍNEZ MARTÍNEZ y S. FERNÁNDEZ¹

Recibido: 02/07/02

Aceptado: 14/11/02

RESUMEN

Se analizó la cadena de los vinos finos en la Argentina, con el objetivo de conocer los factores que hacen a la creciente competitividad de las exportaciones. En primer lugar, se calculó la distribución de la superficie plantada entre los productores primarios, se relevó el grado de concentración de las bodegas y se efectuó un análisis descriptivo de la distribución en el mercado interno y de las exportaciones. En segundo lugar, se elaboró un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la cadena, particularmente enfocado a su desempeño en el mercado externo, con el fin de sugerir estrategias para mejorar la competitividad internacional de la cadena de vinos finos. Asimismo, a partir de la información relevada, se elaboró una aproximación cuantitativa al concepto de competitividad a través del índice de ventajas comparativas relevadas de Bela Ballasa. Por último, se resalta que el concepto de competitividad involucra un abordaje sistémico de la cadena, comprendiendo el estudio de distintos niveles de análisis, que deben ser considerados en conjunto para una mejor aproximación.

Palabras clave. Vinos, competitividad, cadena agroalimentaria, análisis FODA.

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF THE FINE WINES CHAIN IN ARGENTINA

SUMMARY

The fine wine chain in Argentina was analyzed with the objective of knowing which factors constitute the increasing competitiveness of exports. Firstly, the distribution of the planted area among primary producers was calculated, then the degree of concentration of cellars was surveyed, together with a descriptive analysis of distribution in the domestic market and exportations. In a second part, a Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) analysis was elaborated, particularly focused on the external market performance, with the aim of suggesting strategies for the improvement of fine wine chain international competitiveness. Also, from the collected information, a quantitative approximation to competitiveness was performed through the revealed competitiveness index of Bela Ballasa. Lastly, it is highlighted that competitiveness concept involves the systemic study of the chain, and that it is composed by different levels of analysis, which must be considered together for an improved competitiveness assessing.

Key words. Wines, competitiveness, agrifood chain, SWOT analysis.

Programa de Agronegocios y Alimentos (PAA), Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires (FAUBA), Av. San Martín 4453 C1417DSQ Buenos Aires, Argentina. cetrango@agro.uba.ar

INTRODUCCIÓN

La vitivinicultura argentina experimentó desde comienzos de la década del '90 un proceso de reconversión que redundó en un aumento significativo de las exportaciones de vinos desde 1995. Esto fue el resultado de la acción sinérgica de un conjunto de factores que actuaron a nivel país (como ser la desregulación económica, estabilidad monetaria, modernización general) y a nivel específico del sector (reconversión de los viñedos, cambio de un modelo de alta producción-baja calidad a uno de baja producción-alta calidad de vinos y enfoque a las exportaciones). Estos cambios atrayeron desde 1990 inversiones de capitales extranjeros y locales, canalizadas hacia la compra de activos (bodegas, viñedos), renovación de los equipos y mejoras en la administración.

La exportación de vinos es una de las áreas del comercio externo argentino de mayor crecimiento en la última década. Aunque representa un porcentaje menor del total de las manufacturas de origen agropecuario (MOA) argentinas, el fomento de la exportación de vinos es deseable con el fin adicional de promover la imagen de la Argentina en el mundo. Las exportaciones tomaron gran impulso: en 2001 el valor de las exportaciones totales de vinos llegó a U\$S 148.518.000 (casi 870% de aumento valor FOB respecto de 1991).

El estudio de la dinámica de las exportaciones argentinas de vinos es entonces justificado, en función de la necesidad de conocer cuáles son los factores que hacen a la creciente competitividad internacional de la cadena de vinos finos, evidenciada por el crecimiento de las exportaciones de los últimos años. En la bibliografía existen varias definiciones informadas para el concepto de competitividad a nivel país, entre ellas, "la capacidad de mantener y aumentar el valor de las exportaciones" (Obschatko, 1993), "la capacidad sostenida de conseguir y mantener lucrativamente una porción de mercado" (Martin *et al.*, 1991), y "la capacidad de enfrentar la competencia mundial, incluyendo su capacidad de exportar y vender en los mercados externos" (Rojas y Sepúlveda, 1999). Asimismo, también se mencionaron métodos cuantitativos para estimar la competitividad, como el indicador de Bela Ballasa (Cetrángolo *et al.*, 2002; Escobar, 1997) o la matriz de perfil competitivo (David, 1997), aunque de alcance limitado, como el primero, o de elaboración subjetiva, como el segundo.

A pesar de la complejidad del concepto, la competitividad internacional está determinada bá-

sicamente por dos tipos de ventajas competitivas: de costos bajos y de diferenciación (Porter, 1998). La importancia de cualquier fortaleza o debilidad es en esencia una función de su impacto sobre el costo relativo o la diferenciación.

En esta contribución, utilizando como unidad de análisis la cadena de vinos finos en la Argentina entre 1990 y 2000, se realizó un estudio integral de la cadena con el fin de evaluar su competitividad en el mercado internacional (dependiente del desempeño de la cadena como sistema). En primer lugar, se estudió la distribución de la superficie productiva en la etapa de producción primaria y se realizó un relevamiento del grado de concentración en la de industrialización; así como un análisis descriptivo de la distribución en el mercado interno y de las exportaciones. Sobre la base de estos resultados, se elaboró un análisis FODA de la cadena orientado a su potencial de exportación, herramienta fundamental del planeamiento estratégico, con el fin de determinar cuáles son los factores determinantes de la competitividad, tomando en consideración las definiciones enunciadas más arriba. Finalmente, se resalta el hecho del carácter sistémico del concepto de competitividad, y se sugieren estrategias generales para mejorar la competitividad internacional de la cadena de vinos finos argentinos, teniendo en cuenta esta propiedad intrínseca de la competitividad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un análisis de la competitividad de la cadena de vinos finos en la Argentina, con información secundaria obtenida de diversas fuentes como el Instituto de Desarrollo Rural (IDR) del Gobierno de Mendoza del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) (obtenidos a solicitud y de su página electrónica), de informe del Procisur-Banco Interamericano de Desarrollo y de la bibliografía detallada. Información primaria fue recabada a través de 19 entrevistas semi-estructuradas *in situ* con bodegueros y distintos actores de la cadena en un relevamiento realizado por el Programa de Agronegocios y Alimentos de la FAUBA en la Provincia de Mendoza durante el año 2000. Con toda la información relevada, se evaluó la competitividad en forma cualitativa a través de un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), que incluye los principales puntos críticos que hacen a la competitividad de la cadena. Por otro lado, con la información primaria se elaboró una aproximación cuantitativa a la competitividad, a partir del cálculo del índice de ventajas comparativas reveladas de Bela Ballasa. Para realizar el ajuste de la curva de

valor de exportación de vinos totales (considerados como la suma de vinos comunes y finos) se utilizó el programa Origin 6.1.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Superficie plantada, número de viñedos y distribución acumulada de la superficie de producción (índice de Gini)

En la Figura 1 se indica la evolución temporal en el número de viñedos y la superficie total cultivada en la Argentina entre 1979 y 2000. Se observó una alta correlación, explicada a partir del carácter constante en la superficie promedio de las unidades productivas (promedio 6,1 ha/viñedo (1979-2000)), con un valor máximo de 6,6 en 1999 y mínimo de 5,8 ha/viñedo en 1991-1992).

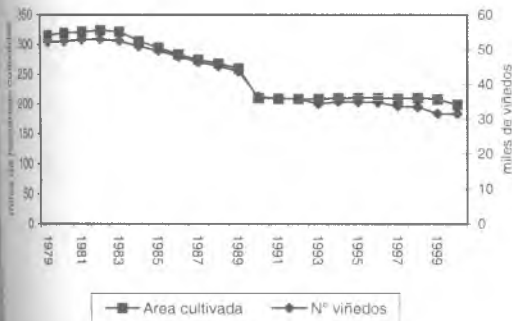


Figura 1. Cantidad de viñedos y superficie total (en ha) desde 1979 a 2000. Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

La superficie promedio de las unidades productivas no responde a una relación ideal, ya que se demostró que para que un viñedo sea económicamente productivo debe tener al menos 11 ha de superficie (Aguerre-Guevara, 1999). Al ser unidades productivas pequeñas tienen poca capacidad de negociación de precios y condiciones de transacción con las bodegas, actores siguientes en la cadena (Cetrángolo, 2001). El principal cambio observado luego de la reconversión iniciada a principios de los '90 fue una disminución en la cantidad de viñedos y en el área plantada, pero manteniéndose casi constante la superficie promedio de los viñedos. Los productores primarios, entonces,

se integran horizontalmente en cooperativas y asociaciones para conseguir mejores precios de insumos y productos. Es muy excepcional el caso de productores primarios que puedan integrarse verticalmente, dado que los activos requeridos para la vinificación son específicos y de alto costo, además de las dificultades en la comercialización. Existen algunos casos que asociados han podido integrarse verticalmente e incluso exportar vinos (por ejemplo cooperativas Fecovita y La Riojana; sin embargo, no es el caso general), pero las cooperativas principalmente se enfocan hacia los vinos comunes o finos de bajo precio (datos recibidos del INV a solicitud).

Con el objetivo de estudiar el grado de concentración del área plantada con vid entre los productores primarios, se calculó la fracción acumulada de viñateros en función del porcentaje acumulado de la superficie total plantada, para el caso de la provincia de Mendoza en 1995, según datos del INV, bajo el supuesto de homogeneidad en el valor de la hectárea de vid cultivada. Los resultados se indican en la Figura 2.

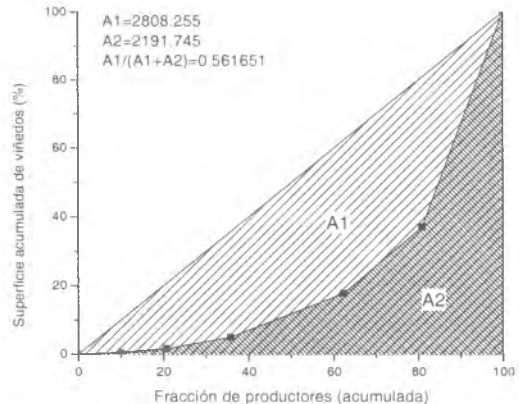


Figura 2. Fracción acumulada de productores de vid y superficie acumulada de viñedos en Mendoza en 1995.

Se observó que la distribución de la superficie productiva está concentrada en pocas viñas (por ejemplo, el 37% de los viñedos concentran más del 80% de la superficie productiva). El índice de Gini calculado fue de 0,561. En efecto, más del 70% de los viñateros tienen menos de 5 ha, representando los grandes viñedos la menor proporción del total. Esto complica la conversión a la calidad de la cade-

na. De acuerdo a datos de 1995 del INV, los pequeños productores requerían de la diversificación de su producción para poder sobrevivir (Vandecandelaere, 2001). A nivel país en 2000, la distribución de la superficie resultó ser similar (índice de Gini de 0,63) al caso de Mendoza, lo que sugiere que el problema de la distribución de la tierra no depende de la región geográfica considerada. Cuando a partir de la información primaria relevada se calculó el índice de Gini para la provincia de Mendoza en 2000, el valor del índice obtenido fue también de 0,561 (datos INV), indicando cuantitativamente que la superficie no siguió concentrándose en menos propietarios entre 1995 y 2000. En Mendoza en 2000, las viñas mayores a 15 hectáreas (el 21% del total de viñas) representaron el 56,06% del área plantada, mientras que las viñas más pequeñas de hasta 5 hectáreas (el 58% del total de viñas) solamente representaron el 16,29% de la superficie plantada.

Principales variedades de vid plantadas

Las principales variedades producidas en el país en 2000 fueron Cereza, Criolla Grande, Malbec, Bonarda, Pedro Ximénez, Cabernet Sauvignon, Moscatel rosado y Torrontés riojano. Las cinco primeras representaron más del 50% del total. Las dos primeras son de baja calidad y representaron más de un cuarto del total.

De los datos de la Figura 3 se desprende que las principales variedades sembradas son de uva común. Por este motivo, las bodegas encuentran dificultades en conseguir uva de alta calidad para la elaboración de vinos finos para exportación. Para un grupo de 50 bodegas analizadas de la provincia de Mendoza, se ha demostrado que la disponibilidad de uva fina guarda correlación con la capacidad de exportación (Winter *et al.*, 1997). De todas maneras, la tendencia a implantar variedades finas es creciente: en los últimos años se han eliminado vides decrepitas y plantado 35.000 nuevas hectáreas, teniéndose en 2000 16.400 ha de Malbec, casi 15.000 ha de Bonarda y 12.300 ha de Cabernet Sauvignon (Guevara, 2001).

Industrialización: aprovisionamiento de uva fina y grado de integración

La etapa siguiente de industrialización (vinificación) la llevan a cabo las bodegas. Estas tienen un alto grado de concentración: en 1997, las cinco empresas más grandes (Santa Ana, Fecovita, Trapiche, Lavaque y Viñas de Balbo) abastecían el 43% del mercado nacional (Escobar, 1997) aunque la mayoría de las bodegas no superaban en 2000 el 15% de la cuota del mercado (Gross Fuentes, 2000) con excepción de Santa Ana, que concentra casi el 20% de los vinos finos de bajo precio, es decir, el 13% del mercado

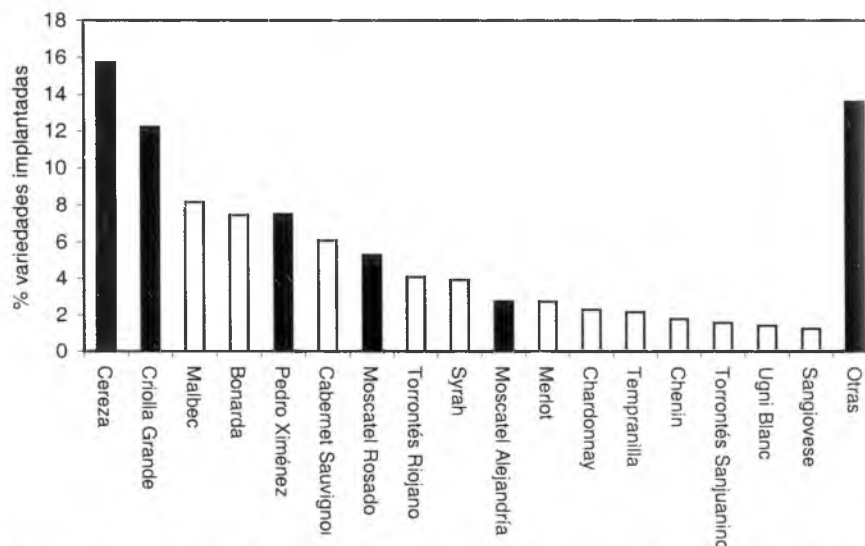


Figura 3. Superficie implantada de diversas variedades de vid en la Argentina en 2000. En blanco se representan las variedades finas o semifinas. Fuente: Datos secundarios INV.

de vinos finos. Durante la reconversión se verificó un proceso de concentración de la industria. En 2000, las 10 primeras marcas concentraron el 50% de la facturación del mercado. Las bodegas, sin embargo, todavía dependen en gran medida de la provisión de uva fina por parte de los viñateros (casi el 45% de la materia prima provino de terceros en 1999). Es por ello que algunas bodegas optan por integrarse verticalmente hacia atrás, adquiriendo viñas propias, evitando la incertidumbre en la provisión de uva fina. Algunas bodegas también se integran verticalmente hacia adelante, incursionando en la distribución y comercialización, teniendo sus propios Departamentos de Exportación.

Con relación a su integración horizontal, las principales bodegas exportadoras están asociadas en la asociación civil Bodegas de Argentina, que aboga por la eliminación de normas que sostienen una producción mínima de uva común, ya que estas normas frenan la reconversión más acelerada a variedades finas. Asimismo, existe una Comisión de Vinos Finos dedicada a la promoción y fomento del consumo de los mismos, tanto en el mercado interno como en el de exportación.

Distribución al mercado interno y exportaciones

El mercado interno argentino es de gran tamaño en comparación con las exportaciones. En 2000, sólo alrededor del 7% de los vinos elaborados se destinaron a la exportación, y el 93% a consumo en el mercado interno. A su vez, los despachos de vinos finos para consumo interno representaron el 27% del total de despachos de vinos al mercado interno (Figura 4). También ese año, del total exportado el 77%

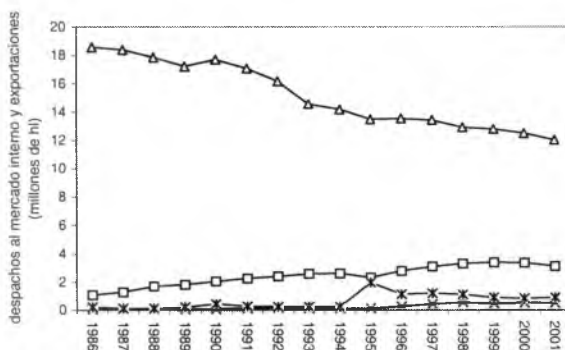


Figura 4. Despachos de vinos totales (Δ) y de vinos finos (□) al mercado interno y exportaciones de vinos totales (*) y finos (×) entre 1986 y 2000, en millones de hectolitros. Fuente Datos secundarios INV.

correspondió a vinos finos respecto del valor de exportación, mientras que en volumen fue del 58%.

Las curvas correspondientes al mercado interno y a las exportaciones se muestran en la Figura 5 con la misma escala para resaltar la diferencia significativa que existe con los despachos al mercado interno. La curva de despachos totales al mercado interno sobresale ampliamente del resto, y muestra una marcada tendencia decreciente en los últimos 15 años. Los despachos de vinos finos al mercado interno muestran una tendencia creciente, y mayor en proporción a la disminución en los despachos internos totales. Estas tendencias se explican considerando la disminución en el consumo de vinos totales (de 54,2 a 37,7 l/cápita) y el aumento del consumo de vinos finos (de 6,3 a 10,3 l/cápita entre 1990 y 2000, respectivamente para ambos casos). El análisis comparativo de las curvas de despachos internos y las de exportación permitió confirmar el gran peso relativo que tiene el mercado interno en el negocio de los vinos en la Argentina.

El consumo de vinos finos aumentó debido a un efecto de sinergia entre un mayor conocimiento por parte del consumidor de la calidad de los vinos y las mejores creaciones ofrecidas por las bodegas modernizadas.

Transnacionalización de la cadena: exportaciones de vinos argentinos

Las inversiones de capitales nacionales y extranjeros iniciadas en 1990 fomentaron en gran medida las exportaciones de vinos argentinos, las que acumuladas se estimaron en U\$S 1.000 millones desde ese año (Puigrós, 2001). Solamente en 2000 las inversiones totalizaron U\$S 300 millones (Nimo, 2001). Estas inversiones permitieron que se renovara la tecnología de producción, a través de la mejora de los sistemas de conducción, la instalación de sistemas anti-granizo, la difusión de la implementación de la cosecha mecanizada, la reconversión de los cepajes a variedades finas (durante la década del '90 se implantaron 35.844 hectáreas de vid, de las cuales 30.640 correspondieron a variedades finas; llegándose en 2000 a que el 42,25% de las cepas eran variedades finas y semifinas) y por último la incorporación del riego por goteo. En la vinificación, la renovación de las maquinarias y la incorporación de frío para realizar la fermentación en condiciones ideales fueron las innovaciones más notorias. Por otra parte, las mejoras se extendieron a los aspectos organizacionales

de administración. Esto permitió que la Argentina se posicionara como el 11° exportador mundial de vinos, participando con el 1,3% del volumen mundial de exportación (Organización Internacional de Vitivinicultura, 1999) mientras que en 1993 no tenía casi participación en el comercio mundial de vinos.

En la Figura 5 se indica en más detalle la evolución de las exportaciones argentinas de vinos totales, tanto en volumen como en valor de exportación.

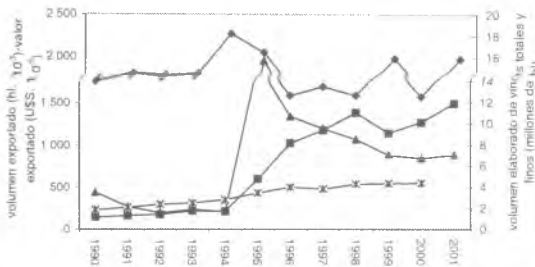


Figura 5. Exportaciones argentinas de vinos totales, en volumen (▲) y valor (■), y volumen elaborado de vinos totales (◆) y de vinos finos (*) entre 1990 y 2000. Fuente: Datos secundarios de SAGPyA y del Instituto de Desarrollo Rural (IDR) de Mendoza.

En 1994 aumentaron significativamente en valor las exportaciones de vinos totales, hasta estabilizarse a partir de 1998. Después de ese año se observó una tendencia a la estabilización de la curva, luego del período de crecimiento logarítmico entre 1994 y 1997. Esta curva fue ajustada a una curva sigmoidea con una alta correlación (coeficiente de correlación r^2 de 0,98516). Sin embargo, los últimos datos disponibles de 2001, mostraron que las exportaciones en valor aumentaron desde US\$ 124.665.350 del año anterior a US\$ 148.897.000. Por otro lado, los volúmenes exportados aumentaron significativamente entre 1994 y 1995, debido a la demanda inusual de vinos por parte de España, que había sufrido una sequía. La elaboración de vinos totales muestra una tendencia errática desde 1990, con máximos en 1994 y 1999. Cuando se analizó la elaboración de vinos finos, se observó un aumento sostenido desde 1990 pasando desde 1.850.000 hl en 1990 a casi 4.400.000 hl en 2000, variación que representa un aumento de 238%.

En la Figura 6 se presentan los resultados relevados para la participación de los vinos finos en el total de exportaciones de vinos.

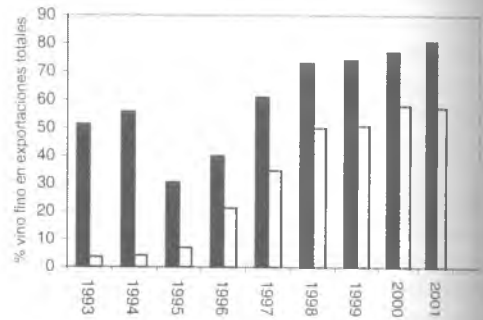


Figura 6. Porcentaje de vino fino sobre el total de las exportaciones de vino argentinas entre 1993 y 2001. En negro: calculado en base al valor de exportaciones, en blanco: en base al volumen total exportado. Fuente: Datos secundarios INV 2001.

Puede observarse que la fracción de vinos finos sobre el total de exportaciones de vinos aumento sostenidamente entre 1995 y 2001. Si se considera en volumen, el aumento continuo se verifica desde 1994. Si se considera el hecho del mayor valor agregado del vino fino respecto del común, evaluando los datos de la Figura 6, se explica el aumento del valor de las exportaciones de vinos totales registradas desde 1994, aún cuando las exportaciones en volumen fueron decrecientes entre 1995 y 2000 (Figura 4). Esto queda demostrado considerando, por ejemplo, que en 1998 tanto los vinos comunes como los finos en volumen, participaron en partes iguales en volumen de las exportaciones. Sin embargo, el 73% del valor FOB de exportación se debió al 50% correspondiente a los vinos finos.

Este impulso de las exportaciones de vinos argentinos se ha logrado con un relativamente reducido apoyo del Estado, que no ha podido brindar todo el apoyo económico necesario para la participación en Ferias o mejorar la “imagen país”. Actualmente, el apoyo se instrumenta a través de la Fundación Exportar luego que fuera cerrado un Programa de Promoción de las Exportaciones (PROMEX), de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación. Sin embargo, todavía no existe un organismo centralizado de promoción de exportaciones como en Chile (denominado PROCHILE). Como las bodegas exportan por si solas casi sin apoyo estatal, sólo las altamente eficientes consiguen mantener los mercados y competir con los países emergentes mejor posicionados (A...

tralia, Chile, Estados Unidos, Nueva Zelanda, Sudáfrica).

Estimación cuantitativa de la competitividad de las exportaciones

Para la cuantificación de los factores de competitividad puede recurrirse a diversas técnicas, que son estimativas del beneficio neto que se genera dentro de las cadenas agroalimentarias. Entre varios posibles enfoques, una manera aproximada de cuantificar la competitividad a través de las ventajas comparativas reveladas, es a partir de una definición por resultados, empleando el índice de competitividad de Bela Ballassa:

$$I = \text{Índice Bela Ballasa} = (V_a / V_{ta}) / (V_w / V_{wt})$$

donde V_a : valor exportaciones argentinas de vinos, V_{ta} : exportaciones totales del país, V_w : valor de exportaciones mundiales de vinos, V_{wt} : valor de las exportaciones mundiales totales.

En el Cuadro N° 1 se indican los resultado obtenidos para el cálculo de este índice,

Cuadro N° 1. Comparación entre los índices de Bela Ballasa para la cadena de vinos argentinos en comparación con las de los principales competidores emergentes Chile, Australia, Sudáfrica y EUA.

País	I.B.B.
Chile	13,77 (1)
Australia	5,02 (2)
Argentina	2,06 (3)
Sudáfrica	1,65 (4)
EUA	0,27 (5)

De los resultados obtenidos, se dedujo que este índice constituye una aceptable primer aproximación para la evaluación de la competitividad internacional de las cadenas de vinos de los principales países emergentes, ya que es consistente con el desempeño relativo general de los países considerados en el mercado internacional. Los resultados obtenidos concuerdan con los de Reca y Parrellada

(2000) para los vinos en la Argentina. Estos autores verificaron el aumento del índice en 1999 respecto de 1990 para varios productos agroindustriales, entre ellos los vinos.

Análisis FODA de la cadena en relación al potencial de exportación

Como se señaló en la Introducción, las ventajas competitivas se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos, ya que la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales (Rojas y Sepúlveda, 1999). El análisis FODA permite evaluar los aspectos internos de la cadena por medio del análisis de las fortalezas y debilidades, mientras que los aspectos externos que afectan a la cadena son considerados analizando las oportunidades y amenazas. El análisis realizado en este Trabajo, permite puntualizar como principales fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades, focalizadas sobre el potencial de exportación:

Fortalezas. Las principales fortalezas de la cadena que permitirían afrontar con éxito la creciente demanda internacional son: 1) Disponibilidad de tecnología de vinificación al mismo nivel que los principales países competidores y capacidad instalada suficiente de las principales bodegas exportadoras, para aumentar sensiblemente la producción de vinos finos para exportación. 2) Comienzo de la reconversión de viñedos y conciencia de esa necesidad de hacerlo 3) Grandes inversiones de capitales locales y extranjeros y 4) Impulso a la promoción en el exterior.

Debilidades. Las más importantes son: 1) Alto porcentaje de viñas comunes 2) Existencia de normativas para mantener una producción mínima de uva común 3) Falta de apoyo estatal e integración horizontal de las bodegas para promover exportaciones.

Oportunidades. El mercado internacional ofrece dos oportunidades fundamentales: 1) Aumento del consumo de vinos finos, y 2) Aparición de nuevos mercados deseosos de vinos nuevos.

Amenazas. Las mayores amenazas previsibles son: 1) Aumento de la competencia internacional y

2) Mayores barreras al comercio impuestas por los países importadores.

El análisis de oportunidades y amenazas se debe orientar hacia el futuro para anticipar los probables escenarios competitivos que puedan surgir en el entorno externo.

Carácter sistémico de la competitividad y estrategias

El análisis FODA realizado es una herramienta disponible para la evaluación de la competitividad, pero debe ser complementada con un enfoque sistémico o integral. El enfoque sistémico de la competitividad distingue cuatro niveles de análisis, diferentes pero interrelacionados: el nivel meta, macro, meso y micro (Rojas y Sepúlveda, 1999; Esser *et al.*, 1999). El nivel meta incluye factores socioculturales, valores, patrones básicos de organización política, técnica y económica, y representa el grado de formación de una estructura social. El macronivel comprende políticas monetarias, fiscales, de comercio y de competencia, y determina las condiciones para la estabilidad del marco microeconómico. El mesonivel abarca el mundo de las estructuras de gobernanza en red, la coordinación horizontal y la relación de jerarquías, y comprende políticas de infraestructura, educación, tecnología, estructuras de la industria, ambiente, regionales y de importación. Por último, el micronivel se refiere a los requerimientos organizacionales y tecnológicos necesarios para la competitividad de las firmas. Estos niveles son abordados en una primera aproximación por el análisis FODA.

Ya se indicó en la Introducción el efecto positivo que tuvieron en la década del '90 el manejo eficiente de las variables pertenecientes al nivel macro (variables manejadas por el Estado y variables internacionales) sobre las variables del nivel micro (a nivel de las firmas) como condicionantes de la competitividad. Cabe ahora determinar cómo cambios en los niveles meta pueden mejorar la competitividad desde las bases de la cadena, permitiendo la mayor participación de los productores primarios en la distribución de las rentas relacionales, a través del mayor entramado de la estructura social. Este último nivel de análisis sistémico de la competitividad está íntimamente relacionado con el nivel meso, donde se analiza la estructura de las interacciones.

Desde el punto de vista del análisis FODA, las estrategias sugeridas deben focalizarse en revertir

las principales debilidades (poseer una alta proporción de variedades comunes y falta de promoción) para aprovechar de esa manera las oportunidades de mercados actuales en crecimiento y potenciales nuevos mercados. En un nivel ulterior de análisis, las estrategias deberán ahondar en aspectos que recorren todos los niveles de análisis sistémico, accionando sobre la estructura de la cadena y no sólo sobre las debilidades emergentes, lo que permitirá obtener mejoras permanentes.

CONCLUSIONES

Del análisis realizado de la información relevada, surgió que la superficie plantada está distribuida desigualmente entre los productores, habiendo gran cantidad de productores con unidades productivas de baja superficie ineficientes y viñedos grandes pertenecientes a un bajo número de productores. Del relevamiento de la información primaria se verificó que muchas bodegas recurren a la integración vertical, particularmente las orientadas a la exportación, para asegurarse disponibilidad de materia prima de calidad. Se demostró que el aumento de la fracción de vinos finos sobre el total exportado es un indicador revelador del aumento de la competitividad internacional, debido al mayor valor agregado de los vinos finos. La curva de exportaciones de vino pudo ajustarse con un alto coeficiente de correlación a una curva sigmoidea, derivado de la disminución en la velocidad de crecimiento de las exportaciones de vino a partir de 1998. La aproximación cuantitativa a la competitividad realizada a través del índice de ventajas comparativas relevadas de Bela Ballasa dio resultados consistentes con la posición relativa de la Argentina frente a sus principales competidores dentro de los países emergentes. Teniendo en cuenta que la competitividad es un concepto sistémico, se sugiere que para que las exportaciones tomen nuevo impulso se requiere accionar sobre los niveles meta y meso, sin desconocer que estos niveles requieren de grandes esfuerzos para ser mejorados.

AGRADECIMIENTOS

Se agradece al Dr. Manuel Carlevaro su colaboración en el uso del programa Origin 6.1. y su constante predisposición.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUERRE GUEVARA, J.L. 1999. El sector vitivinícola en la República Argentina a partir de 1990. Tesis. Mendoza. Universidad del Congreso. 121 p.
- CETRÁNGOLO, H.; J. QUAGLIANO; V. ZELENAY and S. FERNÁNDEZ. 2001. Characteristics and SWOT analysis of the primary production within the wine chain in Argentina *New Medit: Mediterranean Journal of Agriculture, Economics and Environment*, 1, (1): 38-44.
- CETRÁNGOLO, H.; S. FERNÁNDEZ; J. QUAGLIANO; V. ZELENAY y F. LETTIERI. 2002. El negocio de los vinos finos en la Argentina. 1º Ed. Buenos Aires. Programa de Agronegocios y Alimentos, Facultad de Agronomía, Editorial Facultad de Agronomía. 189 p.
- DAVID, F. 1997. Conceptos de Administración Estratégica. 5º Ed. México. Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. 455 p.
- ESCOBAR, P. 1997. Estudio de competitividad en el sector vinícola argentino. Aplicación a los vinos finos. Tesis Maestría en Economía de Gobierno, Instituto Superior de Economistas del Gobierno, Universidad de San Andrés.
- ESSER, K.; W. HILLEBRAND; D. MESSNER and J. MEYER-STAMER. 1999. Systemic competitiveness- New challenges to business and politics. *Economics*, 59: 62-85.
- GROSS FUENTES, M. 2000. Las cadenas vitivinícolas en los países del Mercosur. En Proyecto Global Procisur-BID *Serie Documentos* N° 6: 64-80.
- GUEVARA, G. 2001. El nuevo mapa vitícola: Infografía. *Estrategias y Mercados*, 1 (2): 22-23.
- MARTIN, M.; R. WESTGREN and E. VAN DUREN. 1991. Agribusiness Competitiveness Across National Boundaries. *American Journal Agricultural Economics*, 73(5).
- NIMO, M. 2001. Cadenas Alimentarias: Vinos. *Alimentos Argentinos*, Revista de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Edición marzo, 47-53.
- OBSCHATKO, E. 1993. Estudio de la competitividad Agropecuaria y Agroindustrial. El complejo agroindustrial argentino. Secretaría de Programación Económica-SAGyP-IICA. *Documento de trabajo* N° 1 CAA/01.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE VITIVINICULTURA. 1999. Statistiques vitivinicoles mondiales, supplement au bulletin de l'OIV, 78-81.
- PUIGRÓS, J. 2001. Sector vino. Panorama sectorial, Buenos Aires. Mayo, 132-145.
- PORTER, M. 1998. La Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental S.A. de C.V. México. 407 p.
- RECA, L. y G. PARRELLADA. 2000. El sector agropecuario argentino. Editorial Facultad de Agronomía, Buenos Aires. 149 p.
- ROJAS, P. y S. SEPÚLVEDA. 1999. ¿Qué es la competitividad?. Serie *Cuadernos Técnicos* N° 9/Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola, (IICA), San José. Costa Rica. 24 p.
- VANDECANDELAERE, E. 2001. Una red de actores heterogéneos en la calificación de los vinos y el desarrollo del territorio: comparación internacional de Caminos del Vino. Tesis en Economía, ENESAD-INRA, Francia.
- WINTER, P.; A. GENNARI y D. PIZZI. 1998. Análisis de la competitividad actual entre las principales bodegas exportadoras de Mendoza. 16 p. Trabajo N° 34. XXIX Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria. La Plata, 21 al 23 de octubre de 1998 (editado en Compact Disc).