



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA DEL SUR MENDOCINO

Trabajo de Investigación

POR

Mariángeles Bardaro

María Elizabeth Cuadra

Germán Darío Nieto

Federico Miguel Sáenz

DIRECTOR

Prof. Luis Eduardo Cinta

San Rafael, Mendoza - 2012

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1: CONTEXTO DEL MERCADO VITIVINÍCOLA	7
1.1. MERCADO INTERNACIONAL DEL VINO	7
1.1.1. <i>Mercado mundial del vino en gráficos</i>	8
1.2. MERCADO DEL MOSTO	19
1.2.1. <i>A nivel mundial</i>	19
1.2.2. <i>A nivel nacional</i>	21
CAPÍTULO 2: GENERACIÓN DE EXCEDENTES VÍNICOS.....	23
2.1. ALGUNAS CONSIDERACIONES GENERALES	23
2.2. TRATADO MENDOZA-SAN JUAN	26
2.3. ASPECTOS A TENER EN CUENTA	28
2.3.1. <i>Pronóstico de cosecha 2011</i>	30
2.3.2. <i>Existencias vínicas</i>	32
CAPÍTULO 3: POLÍTICA VITIVINÍCOLA	34
3.1. PLAN ESTRATÉGICO VITIVINÍCOLA 2020.....	34
3.1.1. <i>Misión</i>	34
3.1.2. <i>Visión</i>	35
3.1.3. <i>Objetivos estratégicos</i>	35
3.1.4. <i>Pilares fundamentales</i>	35
3.1.4.1. Mercado externo.....	35
3.1.4.2. Mercado interno	36
3.1.4.3. Pequeños productores	36
3.1.5. <i>Planes estratégicos</i>	37
3.1.6. <i>Investigación y desarrollo</i>	38
3.2. OTRAS POLÍTICAS	39
3.3. ANÁLISIS FODA	39
CAPÍTULO 4: EL COOPERATIVISMO	41
4.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS	41
4.2. PRINCIPIOS COOPERATIVOS	42
4.3. CLASES DE COOPERATIVAS	43
4.4. CASO FECOVITA	44
CAPÍTULO 5: UN ACERCAMIENTO A LA REALIDAD.....	48
5.1. GUÍA PARA REUNIONES.....	48
5.2. PUNTOS DE INTERÉS.....	49
CAPÍTULO 6: FUENTES DE FINANCIAMIENTO DISPONIBLES.....	53
6.1. FONDO PARA LA TRANSFORMACIÓN Y EL CRECIMIENTO DE MENDOZA.....	53

6.1.1.	Créditos hasta \$120.000.....	54
6.1.2.	Créditos para exportaciones.....	54
6.1.3.	Malla antigranizo.....	55
6.1.3.1.	Malla antigranizo para pequeños productores.....	58
6.1.4.	Equipos de riego.....	58
6.1.5.	Sistema Ramé.....	60
6.1.6.	Maquinaria agrícola.....	61
6.1.7.	Programa de bonificación de tasas bancarias.....	62
6.1.8.	Optimización de recursos para cosecha.....	62
6.1.9.	Capital de trabajo.....	62
6.1.10.	Cosecha, acarreo y elaboración de uva.....	64
6.1.11.	Combustible contra heladas.....	64
6.1.12.	Créditos exportadores de mosto sulfitado y vino blanco.....	65
6.2.	COVIAR (CORPORACIÓN VITIVINÍCOLA ARGENTINA).....	66
6.2.1.	PROYECTO INTEGRACIÓN PEQUEÑOS PRODUCTORES:.....	66
6.2.2.	PRÉSTAMOS.....	67
6.3.	FUNDACIÓN PROMENDOZA.....	67
6.3.1.	Subprograma de Desarrollo de Mercados para Empresas Vitivinícolas Pyme.....	67
6.3.2.	Programa Pymexporta – Programa de internalización.....	69
6.4.	BODEGAS DE ARGENTINA-MENDOZA FIDUCIARIA-CUYO AVAL.....	69
6.4.1.	Créditos para pequeñas bodegas.....	69
6.4.2.	Línea de financiamiento para Capital de Trabajo.....	70
6.5.	MENDOZA FIDUCIARIA S.A.....	70
6.5.1.	Fideicomiso de leasing para maquinaria de bodega.....	70
6.6.	WINES OF ARGENTINA (WOFA).....	72
6.7.	BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA.....	72
6.7.1.	Tarjeta Agronación.....	72
6.8.	BANCO CREDICOOP COOPERATIVO LIMITADO.....	73
6.8.1.	Tarjeta Agrocabal.....	73
6.8.2.	Financiación de inversiones, infraestructura y máquinas.....	73
6.8.3.	Leasing Credicoop.....	73
6.9.	BANCO SAN JUAN.....	75
6.9.1.	VISA BSJAGRO.....	75
CAPÍTULO 7: ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CONTABLE.....		76
7.1.	ASPECTOS GENERALES.....	76
7.2.	HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.....	77
7.2.1.	Análisis horizontal.....	77
7.2.2.	Análisis vertical.....	77
7.2.3.	Análisis a través de índices o ratios.....	78
7.3.	TIPOS DE ANÁLISIS.....	78
7.3.1.	Análisis de la situación financiera.....	78
7.3.1.1.	Liquidez financiera.....	78
7.3.1.2.	Liquidez seca o prueba ácida.....	79
7.3.1.3.	Extra seco de liquidez.....	80
7.3.1.4.	Rotación de bienes de cambio.....	80
7.3.1.5.	Rotación de créditos por ventas.....	81
7.3.1.6.	Rotación de proveedores o de deudas comerciales.....	81

7.3.1.7.	Brecha financiera	82
7.3.1.8.	Liquidez teórica	82
7.3.1.9.	Liquidez comparativa	82
7.3.2.	Análisis de la situación patrimonial.....	82
7.3.2.1.	Autonomía.....	82
7.3.2.2.	Dependencia	83
7.3.2.3.	Endeudamiento.....	83
7.3.2.4.	Solvencia	83
7.3.2.5.	Inmovilizaciones.....	84
7.3.3.	Análisis de la situación económica.....	84
7.3.3.1.	Rentabilidad de los Administradores	85
7.3.3.2.	Rentabilidad Neta del Activo.....	85
7.3.3.3.	Rentabilidad de los Capitales Propios	85
7.3.3.4.	Estructura de los capitales propios	86
7.3.3.5.	Leverage	86
7.4.	ANÁLISIS PROPIAMENTE DICHO.....	86
7.4.1.	<i>Fecovita</i>	86
7.4.2.	<i>Cooperativa El Cerrito Ltda.</i>	88
7.4.3.	<i>Cooperativa General Alvear Ltda.</i>	89
7.4.4.	<i>Cooperativa Algarrobo Bonito Ltda.</i>	90
CONCLUSIÓN	92
BIBLIOGRAFIA	94
ANEXOS	97
1.	COOPERATIVA FECOVITA LIMITADA.....	97
1.1.	<i>Estados Contables</i>	97
1.1.1.	Estado de Situación Patrimonial y Cuadros de Análisis	97
1.1.2.	Estado de Resultados y Cuadros de Análisis	98
2.	COOPERATIVA EL CERRITO LIMITADA.....	99
2.1.	<i>Estados Contables</i>	99
2.1.1.	Estado de Situación Patrimonial y Cuadro de Análisis	99
2.1.2.	Estado de Resultados y Cuadros de Análisis	101
3.	COOPERATIVA GENERAL ALVEAR LIMITADA.....	102
3.1.	<i>Estados Contables</i>	102
3.1.1.	Estado de Situación Patrimonial y Cuadros de Análisis	102
3.1.2.	Estado de Resultados y Cuadro de Análisis.....	104
4.	COOPERATIVA ALGARROBO BONITO LTDA.	105
4.1.	<i>Estados Contables</i>	105
4.1.1.	Estado de Situación Patrimonial y Cuadros de Análisis	105
4.1.2.	Estado de Resultados y Cuadro de Análisis.....	107

INTRODUCCIÓN

La situación de la industria vitivinícola en sus orígenes no es la misma de la actualidad. Argentina ha atravesado por un complejo recorrido de transformaciones políticas, sociales y económicas cuyo origen se remonta a la masiva llegada de inmigrantes, y culmina con el proceso abrupto de reforma estructural e institucional concretado en los años '90.

Es decir, la industria vitivinícola argentina presenta dos etapas bien marcadas, y otra, incipiente, comenzando en la actualidad. “La primera, iniciada con la recepción de inmigrantes y la expansión de las plantaciones, iba acompañada de un mercado interno vigoroso que tenía elevados niveles de consumo. Esto alimentó planes de estímulo que hicieron que se remplazaran variedades de mayor calidad por otras de menor calidad pero de mayor rendimiento.” (Cavagnaro, 2011)

Esta etapa, se denomina “vitivinicultura antigua”, se caracteriza por la dependencia de un mercado interno que no exige calidad sino volumen. Pero, además, la experiencia dejó al descubierto que si bien el Estado fue el principal responsable en demorar el ajuste estructural de la industria, no lo hizo en un afán de excesivo intervencionismo sino, lo que es más lamentable aún, respondiendo al reclamo generalizado de los actores del sector.

El gran cambio, cuando comienza a nacer la denominada “nueva vitivinicultura”, se gesta con dos hitos fundamentales: la privatización de GIOL, en 1990, y el Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) que vio la luz en 2003.

“En el primer caso, la privatización de la bodega estatal eliminó la intervención directa del Estado en los mercados y obligó a los productores a mirar con más atención a los consumidores. El consumo récord de 95 litros per cápita por año de los años 60 había comenzado a retroceder y las nuevas generaciones encontraban nuevas opciones, mientras el mercado de vinos seguía ofreciendo productos antiguos, en los que la calidad estaba ausente.

Durante toda la década de los 90 muchas empresas comenzaron a mejorar la calidad de los viñedos, a capacitar profesionales e incorporar tecnología moderna. Se generó una interacción entre agrónomos y enólogos que antes no existía y se comenzaron a explorar los mercados internacionales. La situación macroeconómica facilitó la adquisición de tecnología y

los primeros productos tentaron a empresas extranjeras a instalarse en Argentina.” (Cavagnaro, 2011)

Los productores vitícolas, siguiendo las tendencias del mercado consumidor, reconvirtieron sus viñedos. Cambiaron las variedades producidas por otras de mayor aptitud enológica, organizaron las parcelas de manera de mantener su pureza, e implementaron labores culturales de acuerdo a los actuales criterios de calidad (preparación del terreno, uso de portainjertos y tubos, manejo balanceado mediante la poda y cosecha manual). La reconversión varietal implicó reemplazar variedades como criolla grande, moscatel rosado, cereza y pedro giménez, por otras como la variedad insignia de nuestro país –malbec-, cabernet sauvignon, merlot, syrah y chardonnay.

Todo el aprendizaje de la década del 90 fue capitalizado mediante un trabajo concienzudo desarrollado entre actores públicos y privados, de los cuales, después de varios años de trabajo, salió el PEVI que, además, tuvo una virtud de la que había carecido la actividad: tomó la vitivinicultura argentina como un todo, incluyendo a la totalidad de las provincias e involucrando a los gobiernos locales. La consolidación del PEVI se dio con la Ley de creación de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) en 2003.

La conformación del circuito agroindustrial vitivinícola de la Provincia de Mendoza “se presenta desde sus orígenes como una forma de integración local a la dinámica nacional que asume características singulares: la provincia se ajusta a la forma de acumulación dominante seguida por el país, en cada momento histórico específico, siguiendo un formato económico que puede ser tomado como “modelo de desarrollo”, es decir, fundado en la creación de oportunidades endógenas y no restringido a la adaptación económica de oportunidades externas.” (Collado, 2006) Esto no invalida, sino que refuerza, la vinculación entre la economía provincial y la nacional, ya que el modelo generado en el ámbito regional permite la subsistencia de un desarrollo provincial complementario y no competitivo a la acumulación nacional.

Hoy Argentina se ha hecho un lugar en el mundo con sus vinos, con una variedad emblemática como el malbec, acompañada por el ttorrontés, mostrando también capacidad para ofrecer otras variedades con altos niveles cualitativos, según los requerimientos de los mercados.

Pero el andar del tiempo indicó que no alcanzaba sólo con la calidad física del producto, esta debía ser acompañada de valores. “En la gestación de estos nuevos conceptos convergen líderes empresarios con mucha experiencia, con el empuje de una generación de profesionales

jóvenes absolutamente comprometidos. Comienza a hablarse de sustentabilidad y es el nacimiento de lo que se podría definir como una nueva etapa dentro de esta industria: la vitivinicultura 2.0. Este concepto encierra una visión integradora de la actividad económica con el contexto, más comprometida, que necesita involucrar a toda la sociedad y no sólo a los actores de la industria.” (Cavagnaro, 2011)

Todo este proceso de cambio y en función del contexto del mercado, la situación en la cual se está observando la generación de excedentes vínicos, la imposibilidad de derivar mayores volúmenes a mosto por condicionantes del mercado externo y acompañado esto del incremento de los insumos aplicados al proceso de elaboración y fraccionamiento y de la consecuente caída del precio del vino, se plantea la necesidad de analizar mediante el siguiente trabajo las alternativas disponibles en cuanto a fuentes de financiación de corto y largo plazo con que cuentan las empresas vitivinícolas de la provincia de Mendoza, a partir del conocimiento de las estructuras jurídicas de éstas.

Para llevar a cabo este trabajo de investigación tomaremos información proveniente de los organismos oficiales nacionales e internacionales relacionados con el mercado vitivinícola. En el mismo sentido, se mantendrán conversaciones con referentes locales de los sectores abarcados (vitivinícola y financiero), que van a adquirir la forma de entrevistas libres, preguntas pautadas previamente y recopilación y análisis de datos provenientes de fuentes oficiales y medios de comunicación.

CAPÍTULO 1: CONTEXTO DEL MERCADO VITIVINÍCOLA

1.1. MERCADO INTERNACIONAL DEL VINO

“En 2010 la producción global de vino retrocedió a niveles de 1998, según el último balance de la situación del sector vitivinícola mundial realizado por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV)¹.” (Muñoz, 2011)

Si bien el consumo mundial creció un 0,4%, hasta los 238 millones de hectólitros, impulsado por países como Estados Unidos, Alemania y China; sólo cuatro países incrementaron su producción en el quinquenio 2005-2010.

Tanto de superficie como de producción, las políticas de arranque de viñedo de las grandes regiones productoras europeas se están notando en el cómputo global. Así, en 2010 el mundo perdió un 0,8% de la superficie de viñedo (61.000 hectáreas menos que en 2009) y la producción de vino descendió a niveles de 1998, hasta los 163,8 millones de hectólitros, tras caer un 2,7% comparado con 2009.

En un retrato preciso de las principales tendencias que afectan al sector del vino en el ámbito internacional, el último balance elaborado por la OIV revela estos datos: durante mucho tiempo bajo el dominio de los países europeos pero cada vez más enfrentado a los desafíos procedentes de las industrias vitivinícolas en expansión de América, Australia y Asia. China sobresale en el impulso del viñedo y la elaboración de vino entre el espectro de país del Lejano Oriente.

“Mientras España, Francia e Italia siguen atesorando los viñedos más extensos, pero afectados con procesos de reestructuración del sector productivo, la superficie de viñedo en China, Estados Unidos y Argentina crece. De entre los 12 mayores productores, tan sólo Argentina, Chile, Sudáfrica y China aumentaron sus niveles de producción entre 2005 y 2010.

¹ La OIV es el principal organismo intergubernamental de carácter científico-técnico y de competencia reconocida en los ámbitos del vino, la viña y todos aquellos productos que de ella se derivan.

Después de un leve repunte en 2008 y la estabilización de 2009, la producción global de uva ha descendido un 3% el año pasado al alcanzar 645 millones de quintales, aproximándose a los niveles de 2007, siendo éstos 648,2 millones de quintales.” (Muñoz, 2011)

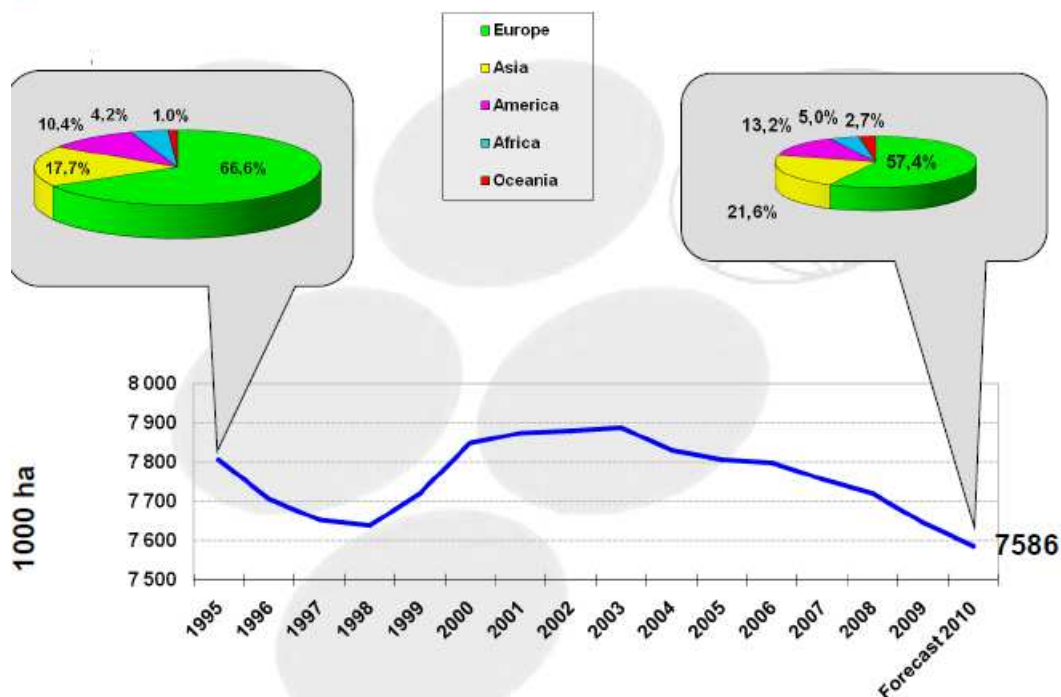
En el último congreso de la OIV celebrado en Portugal se indica que la situación global del sector en 2010 registra también una interrupción de la tendencia al alza en la producción de vino tras un incremento en 1,1 millones de hectólitros de 2008 a 2009, se comprime alrededor de los 7,4 millones de hectólitros de 2009 a 2010.

Tras un período de crecimiento ininterrumpido que se remonta al año 2000, las exportaciones globales de vino invirtieron la tendencia en 2008 a causa de la crisis económica, y en 2009 prosiguieron su descenso. Sin embargo, en 2010 la tendencia ha retomado el rumbo al alza y el volumen global de los vinos exportados es ampliamente superior al que se registró en 2006 y en años anteriores.

1.1.1. Mercado mundial del vino en gráficos

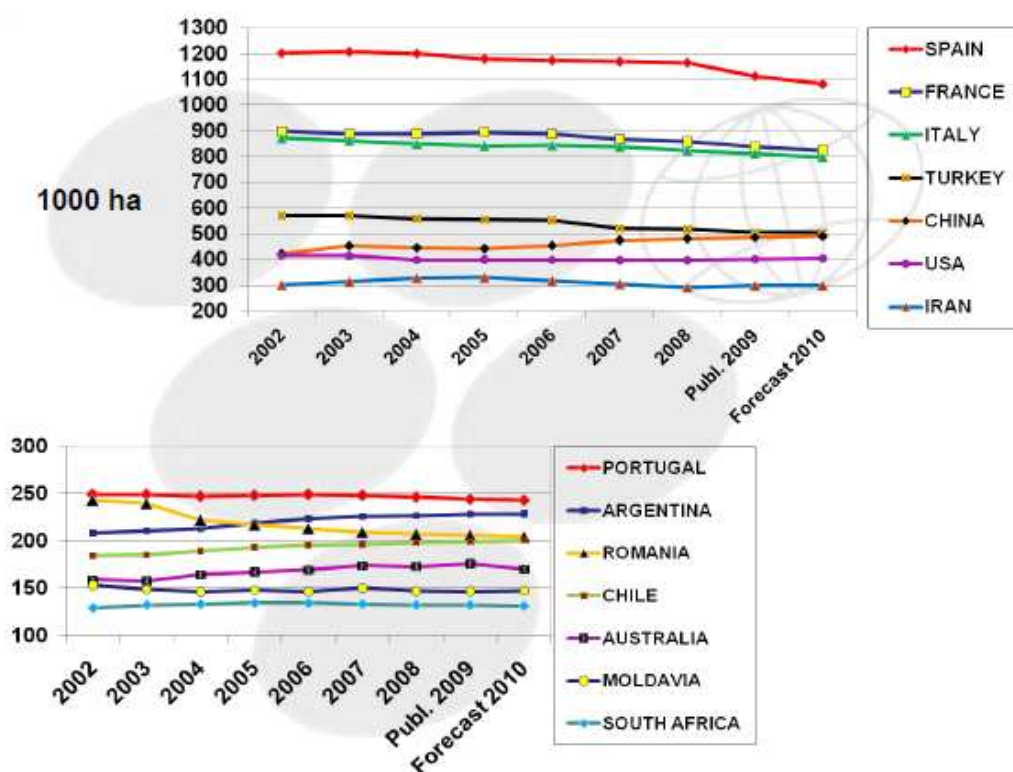
A continuación se exponen gráficos que ayudan a entender la situación mundial del sector vitivinícola. Los mismos fueron extraídos de la 9ª Edición de Asamblea General de la OIV realizada en Portugal.

Gráfico 1. Superficie total de viñedos en todo el mundo



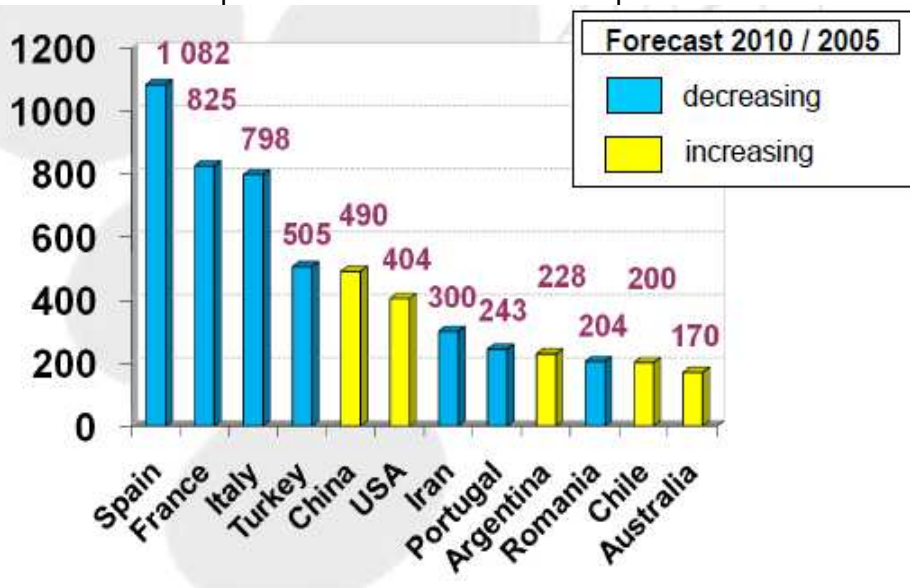
El gráfico 1 permite visualizar la superficie total cultivada por viñedos en el mundo, sectorizada por continentes. En el eje vertical se ubican las hectáreas, en miles, y en el horizontal, la superficie anual desde el año 1995 hasta el 2010 inclusive (en este último año se trata de un pronóstico). En los dos extremos del mismo, Europa se destaca por ser el continente con mayor número de hectáreas plantadas de vid y aproximadamente en tercer lugar se encuentra América. Por otro lado, es también necesario destacar, que en el año 2010, el número de hectáreas es el más bajo considerando los 15 años bajo análisis.

Gráfico 2. Desarrollos recientes de los líderes en viñedos



En el gráfico 2 se brinda información acerca de los líderes en hectáreas de viñedos, ya no por continente, sino ahora específicamente por países. Es de destacar que España encabeza el listado con un pronóstico aproximado de 1099 hectáreas (en miles), en 2010, si bien existen varios países cuyo número es alto; Argentina, aproximadamente en ese mismo año cuenta con 240 hectáreas (en miles) superando ampliamente a Chile.

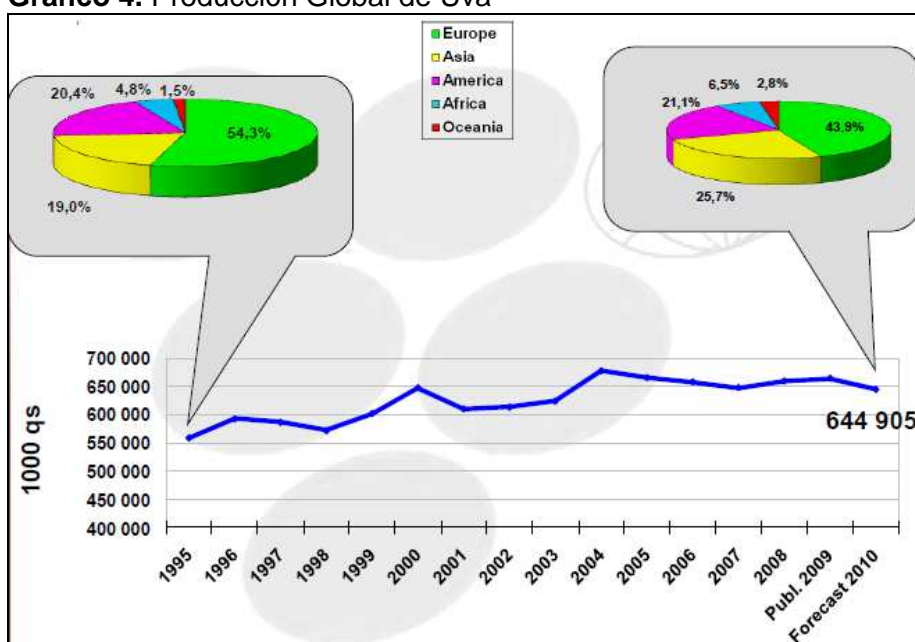
Gráfico 3. Áreas plantadas con vides de los 12 países líderes



El gráfico 3 muestra la tendencia de los doce países líderes en cuanto a superficie plantada con vid. En el eje vertical se encuentran las áreas medidas en función de hectáreas plantadas y en el horizontal los países bajo análisis.

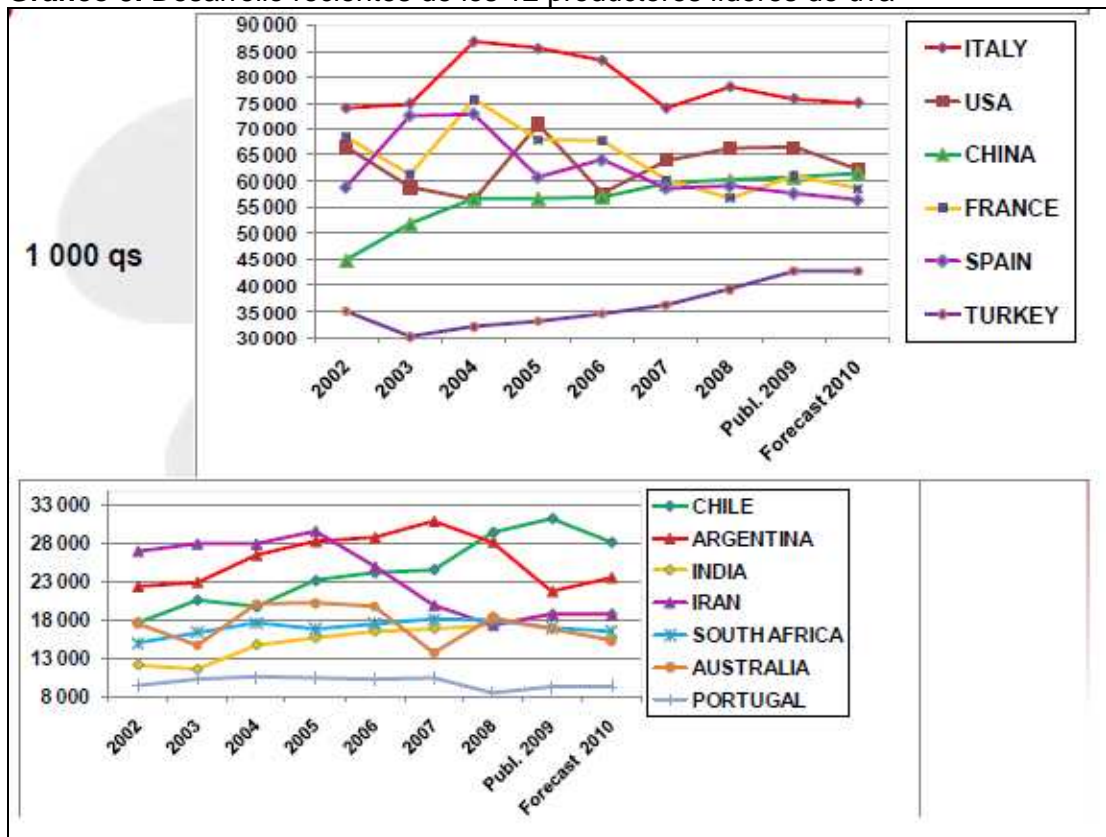
Se determina para cada uno el crecimiento (amarillo) o decrecimiento (celeste), encontrándose Argentina entre los países cuya tendencia en los últimos cinco años (2005-2010) es incremental, alcanzando en ese período un crecimiento en aproximadamente 228 hectáreas.

Gráfico 4. Producción Global de Uva



Como se expuso en el gráfico inicial donde se consideraban los continentes con mayor superficie plantada por viñedos, en el gráfico 4 se hace referencia a la producción global de uva. Es por ello que en el eje de las ordenadas se presentan los quintales en miles y en el eje de las abscisas, 15 años desde 1995 hasta 2010 (pronóstico). Los resultados que pueden visualizarse coinciden con los del primer gráfico, encontrándose en primer lugar Europa y en tercer lugar el Continente americano. También se considera que la mayor producción en quintales de uva fue obtenida en 2010, siendo ésta de 644.905 quintales (en miles).

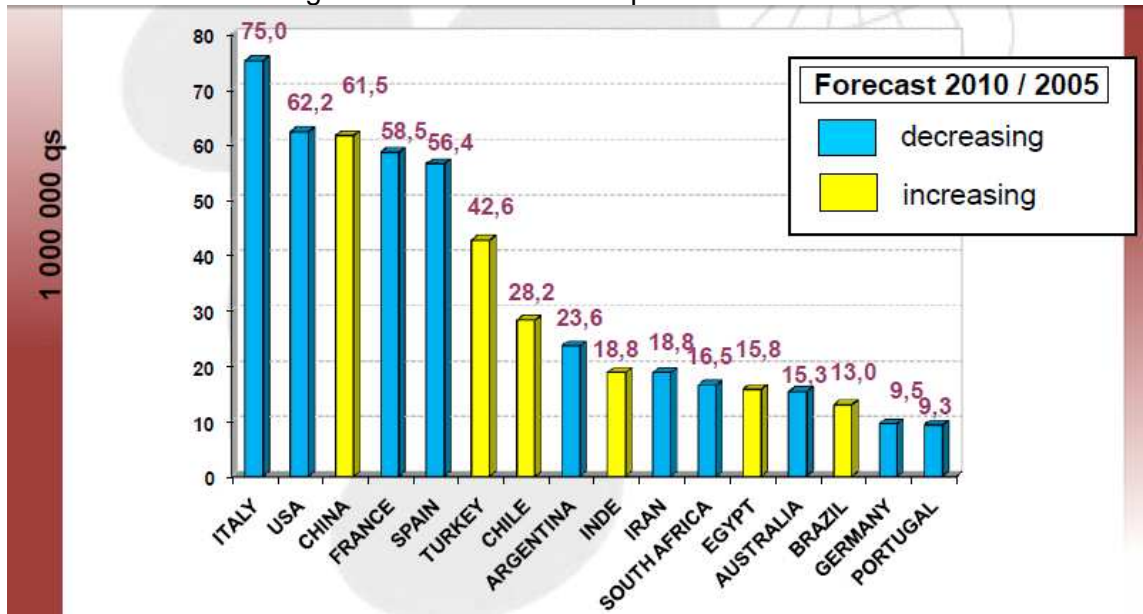
Gráfico 5. Desarrollo recientes de los 12 productores líderes de uva



A través del gráfico número 5 se puede tomar conocimiento de los 12 países líderes en cuanto a producción de uva medido en miles de quintales.

Puntualizando en Argentina, se considera que entre los años 2002 a 2010 (pronóstico) la producción ha fluctuado considerablemente estableciendo el pico máximo de producción real en el año 2007 con aproximadamente 30.000 quintales (en miles).

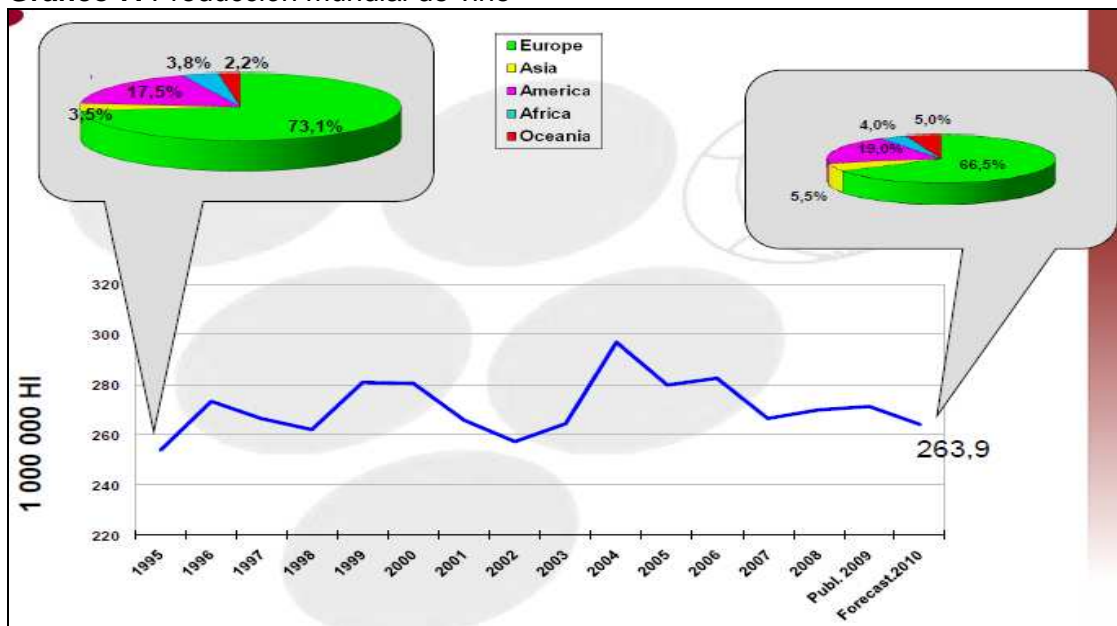
Gráfico 6. Producción global de uvas de los 16 países líderes



A partir del gráfico número 6 es posible observar la producción global de uvas en los países líderes, medida en millones de quintales. Argentina se encuentra en octavo lugar, con una producción de aproximadamente 23.600.000 quintales de uva; en los años bajo análisis ha reducido su producción ya que como se muestra se encuentra en color celeste.

Otro de los países de América bajo análisis es Chile, y se encuentra en séptimo lugar con una tendencia ascendente.

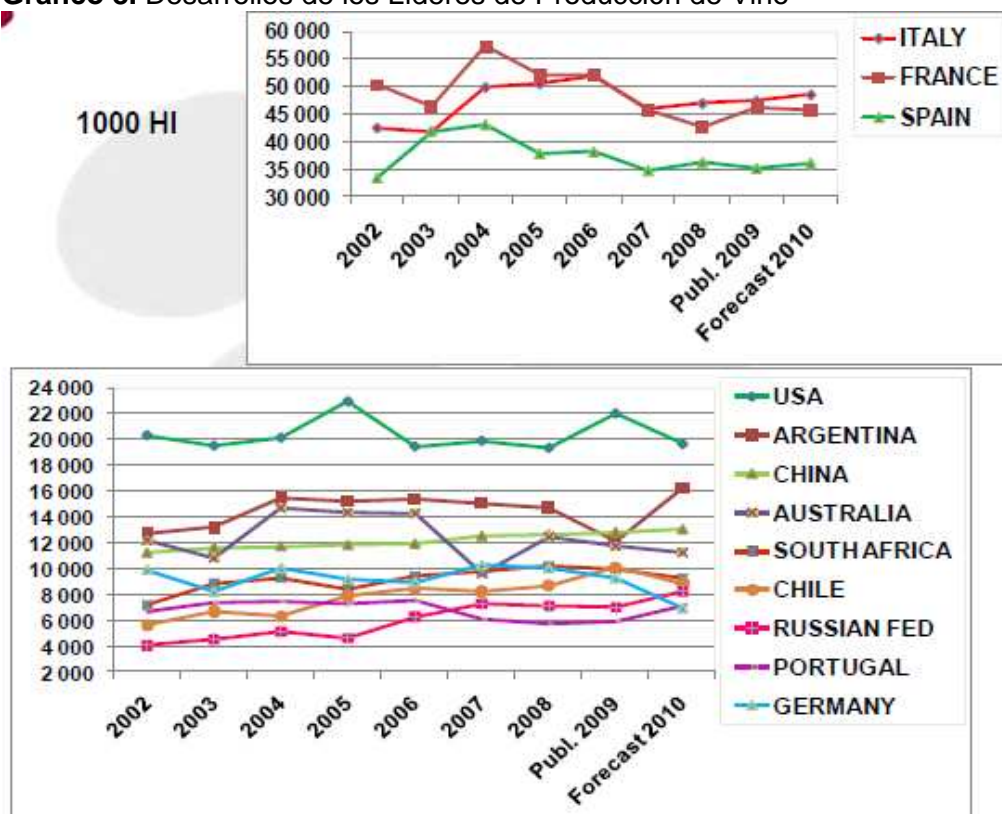
Gráfico 7. Producción mundial de vino



El gráfico 7 permite visualizar la Producción mundial de vinos en millones de hectólitros. La producción para el pronóstico 2010 es de aproximadamente 263,9 millones de hectólitros para el Continente europeo, y comparando ésta con la del año 1995, ha disminuido a lo largo de los 15 años bajo análisis.

Con relación al Continente americano, la situación es inversa a la presentada en el párrafo anterior, ya que en el año 1995, de la producción total se le adjudicaba un 17,5%, siendo este porcentaje para el año 2010 incrementado, alcanzando aproximadamente un 19%.

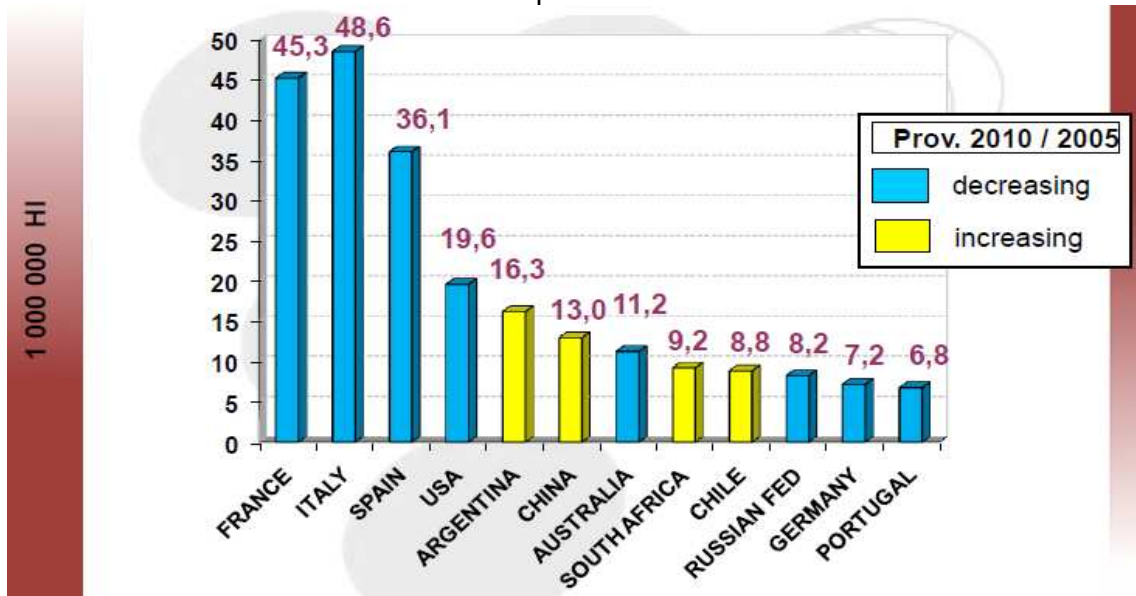
Gráfico 8. Desarrollos de los Líderes de Producción de Vino



En función del gráfico número 8 se puede tomar conocimiento del desarrollo logrado en producción de vinos en los últimos ocho años (2002-2010) expresados en hectólitros.

Con una línea marrón es posible conocer el progreso de Argentina, en 2002 se estimaba en 12.500.000 hectólitros teniendo a lo largo de los años altibajos, siendo marcado su descenso en el año 2009 para luego remontar en 2010 y alcanzar los 16.000.000 hectólitros.

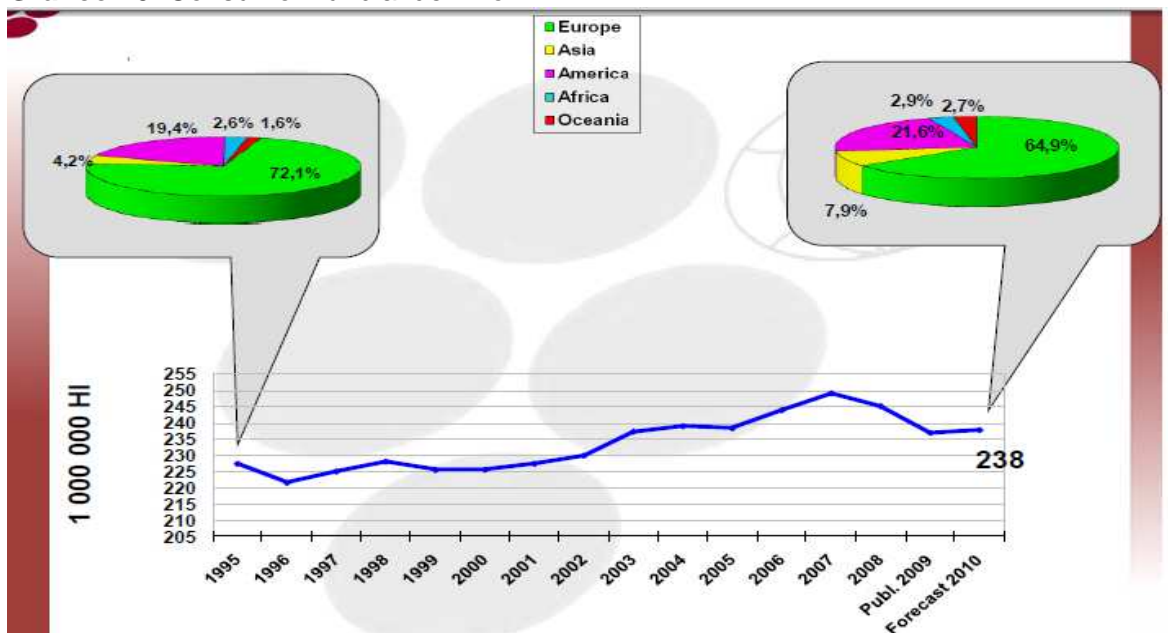
Gráfico 9. Producción de vino de los 12 países líderes



En la representación gráfica número 9, se muestra la producción de vinos alcanzada por los 12 países líderes desde el año 2005 hasta el 2010 inclusive, medida en millones de hectólitros.

El gráfico se presenta dividido en dos colores: celeste para los países que a través de los años han disminuido su producción y con amarillo aquellos que la han incrementado. Argentina ha incrementado su producción alcanzando los 16,3 millones de hectólitros de vino producidos y posicionándose en el quinto lugar dentro de los países con mayor producción.

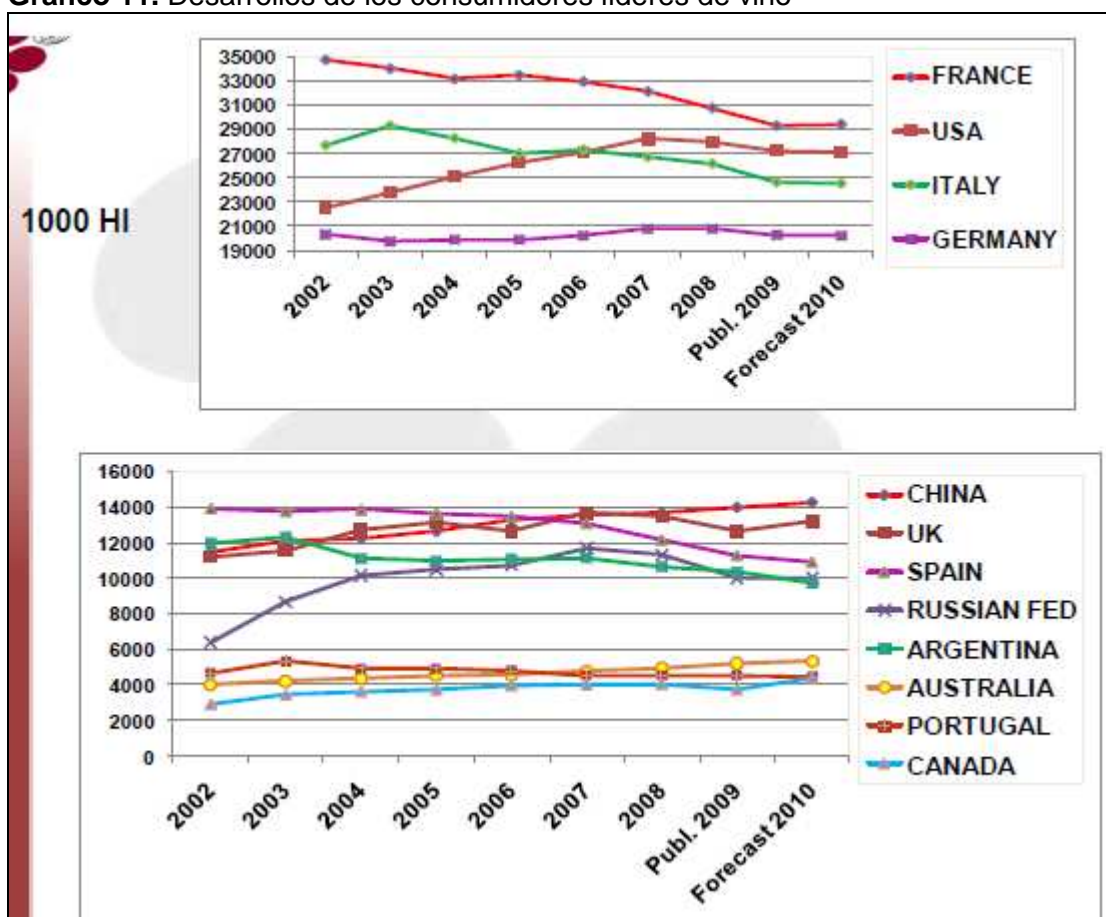
Gráfico 10. Consumo mundial de vino



El gráfico número 10 muestra el consumo mundial de vinos por continente, expresado en millones de hectólitros. A través de éste se puede observar que el consumo total desde 1995 ha tenido una tendencia en aumento logrando su pico máximo en 2007, y si bien en los años posteriores decayó, en 2009 comenzó a repuntar alcanzando aproximadamente los 238 hectólitros para 2010.

Si se lo analiza en función de los continentes, Europa es el primer consumidor y América el segundo. En el primero de los casos el porcentaje de consumo alcanzado en 1995 ha disminuido en un 7% aproximadamente considerando los resultados para el 2010. En el segundo caso, se ha generado una situación inversa a la anterior, ya que el porcentaje de consumo ha aumentado un 2% aproximadamente.

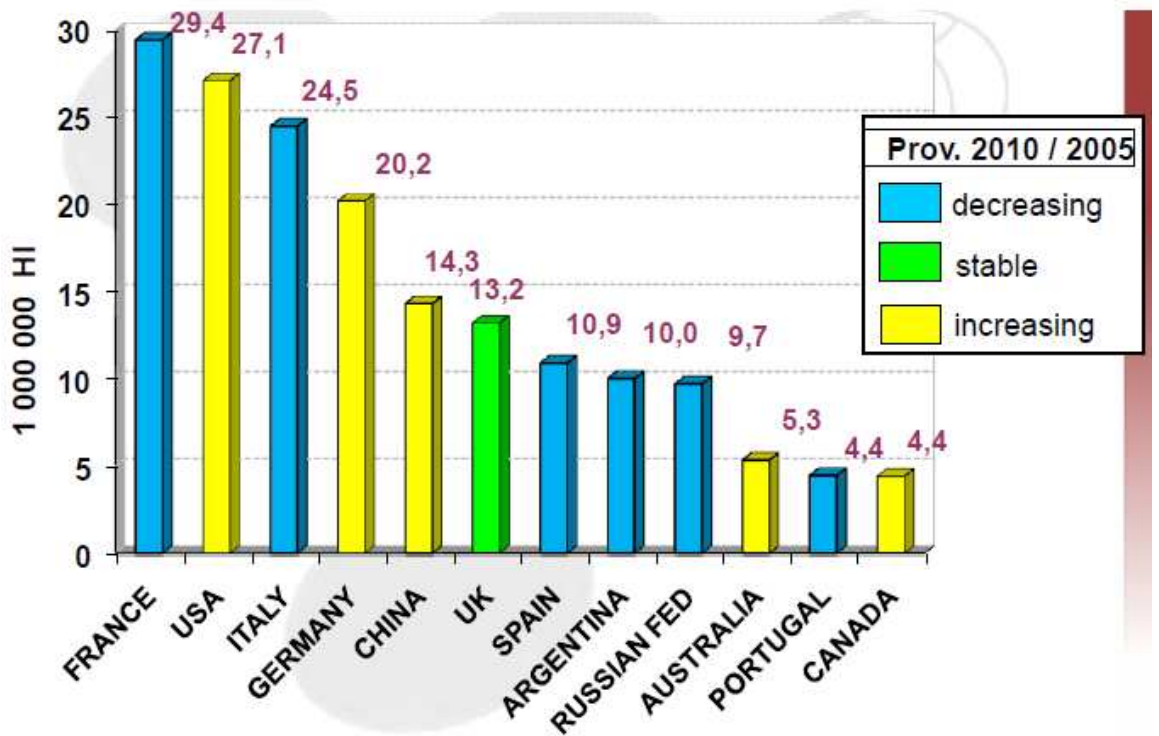
Gráfico 11. Desarrollos de los consumidores líderes de vino



El gráfico número 11 permite observar el desarrollo de consumo en miles de hectólitros de los 12 países líderes. Como principal consumidor se encuentra Francia, aunque puede verse que su consumo a lo largo de los 8 años (2002-2010) ha tenido una tendencia decreciente.

Argentina está dentro de los cuatro más bajos consumidores, de hecho su consumo en el año 2002 es más alto que el pronosticado para el 2010, siendo este último, de aproximadamente 10.000.000 de hectólitros.

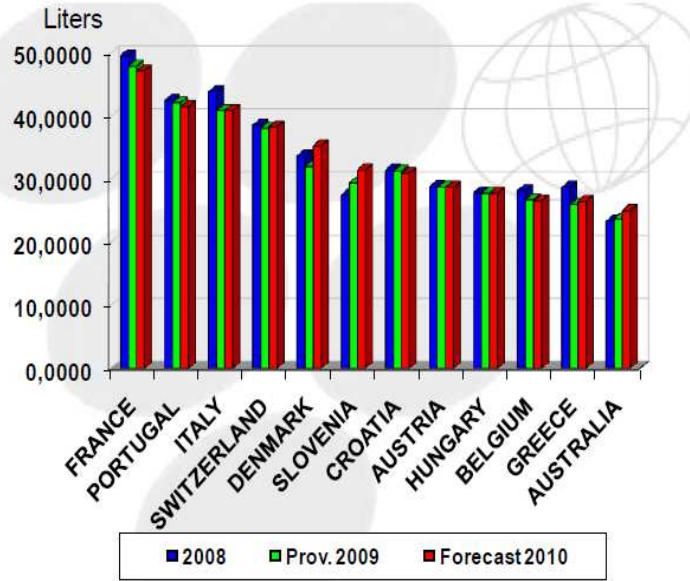
Gráfico 12. Consumo de vino los 12 países líderes



Como complemento del gráfico anterior, se presenta el número 12 para mostrar la tendencia de consumo en los 12 países líderes mostrando en tres colores las diferentes situaciones: celeste (decrecimiento), verde (estabilidad) y amarillo (crecimiento).

Argentina se presenta como un país con tendencia decreciente, considerando los cinco años bajo análisis, siendo el consumo, como se dijo anteriormente, de 10.000.000 de hectólitros.

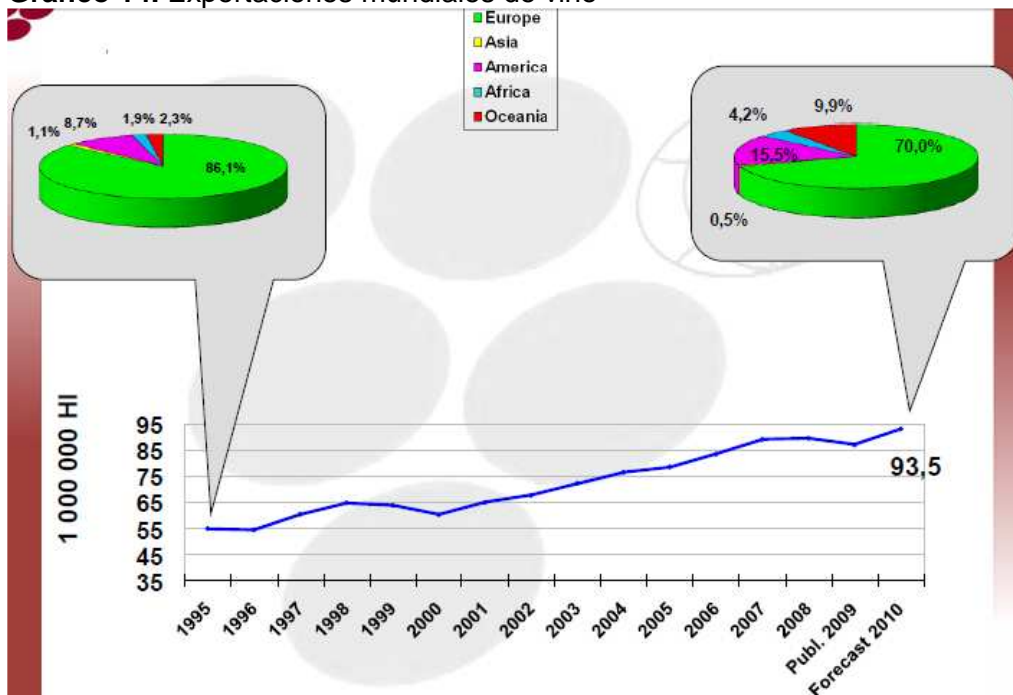
Gráfico 13. Consumo de vino per cápita



Es posible visualizar, a través del gráfico 13, el consumo de vino por persona, encontrándose el análisis de tres años en un mismo gráfico. Tanto en 2008, 2009 y 2010 el mayor consumidor es Francia.

Este gráfico nos brinda información importante para determinar donde se encuentra la mayor demanda de vinos y un mercado potencial para la exportación de vinos.

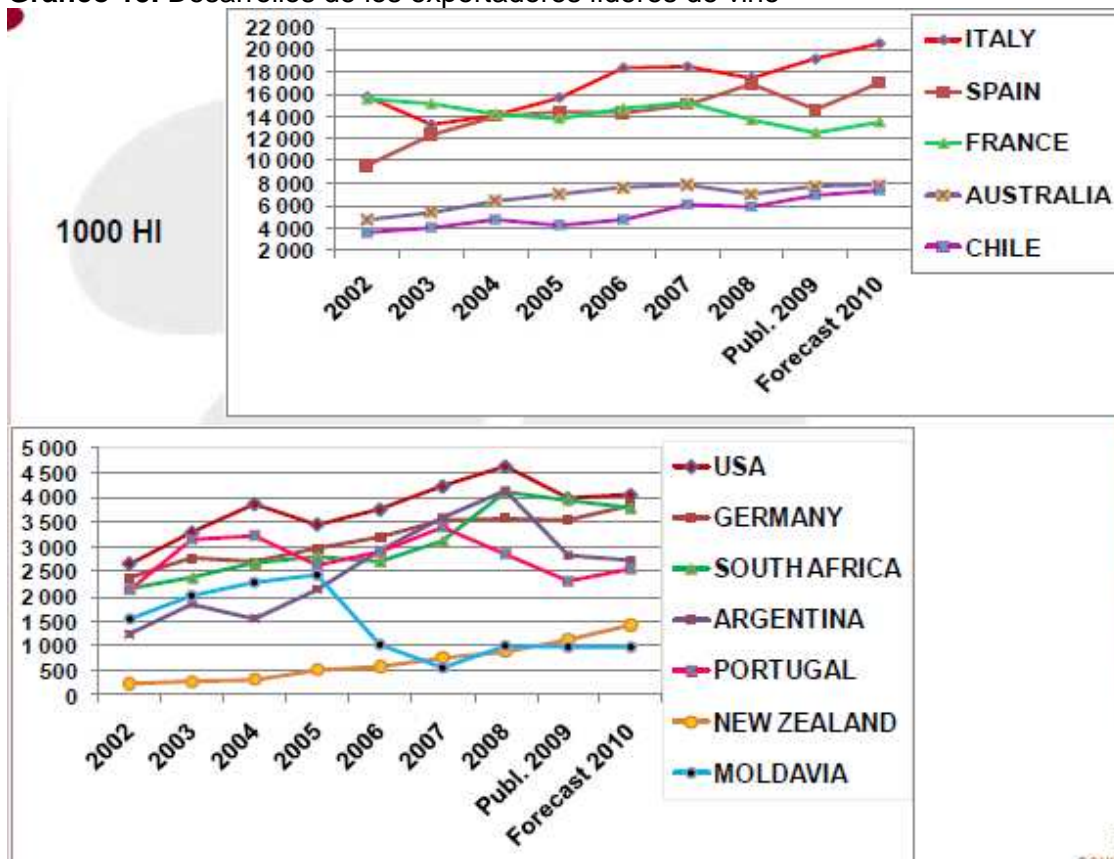
Gráfico 14. Exportaciones mundiales de vino



El gráfico número 14 permite visualizar la concentración de exportaciones de vino en hectólitros por continente. Es posible determinar la tendencia creciente a lo largo de los quince años bajo análisis, logrando en el año 2010 aproximadamente 93.500.000 hectólitros.

Uno de los mayores exportadores es el Continente europeo y le continúa en segundo lugar el americano; aunque el primero es el de mayor porcentaje.

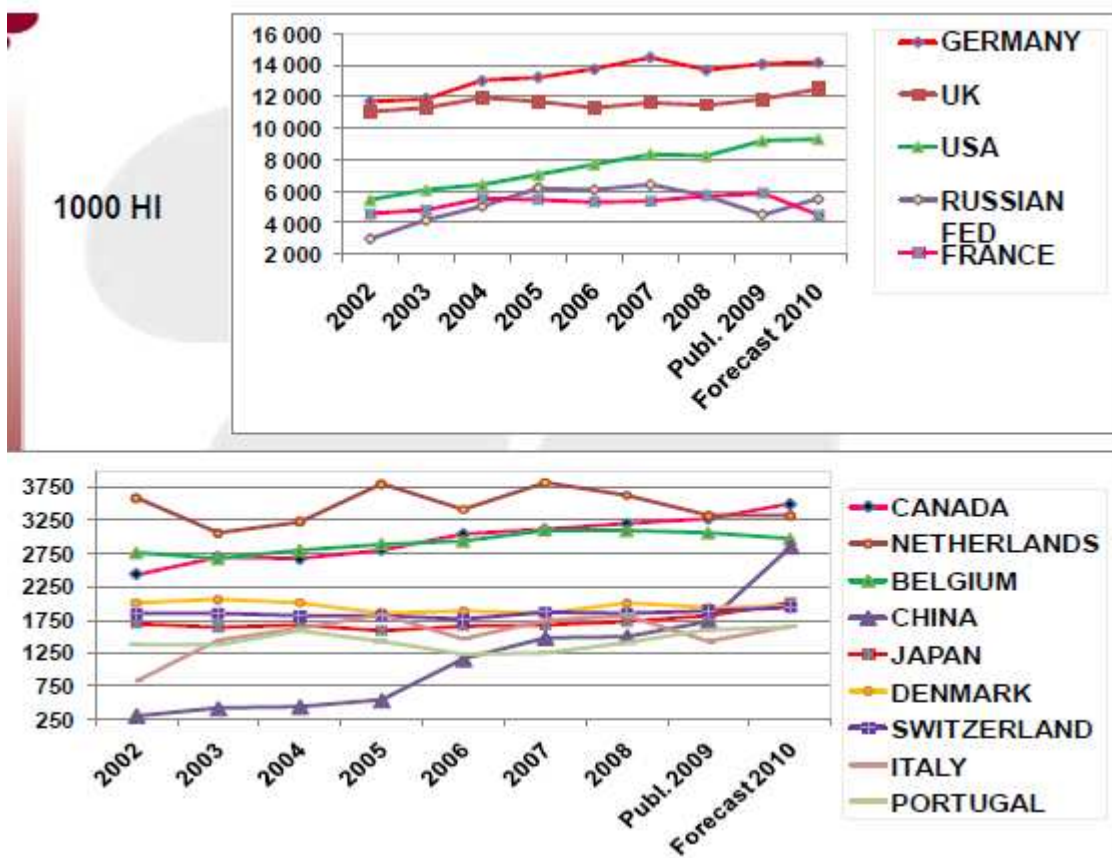
Gráfico 15. Desarrollos de los exportadores líderes de vino



Es posible tomar conocimiento acerca del desarrollo alcanzado por los países líderes en exportaciones, en función del gráfico número 15. En primer lugar se encuentra Italia, logrando aproximadamente 21.000.000 de hectólitros exportados.

En noveno lugar se encuentra Argentina que desde el año 2002 ha tenido una tendencia creciente, alcanzando el punto máximo en el año 2008 con aproximadamente 4.000.000 hectólitros y luego de ello disminuyendo.

Gráfico 16. Desarrollos de los principales importadores de vino



El gráfico 16 permite visualizar los principales importadores de vino considerando los años 2002-2010. El principal es Alemania alcanzando aproximadamente los 16.000.000 de hectólitros.

Argentina no es uno de los países bajo análisis, ya que por su producción vítica y por su estructura de demanda, puede autoabastecerse.

1.2. MERCADO DEL MOSTO

1.2.1. A nivel mundial

Estados Unidos y Japón se presentan como dos de los mercados importadores más importantes para el mosto de mayor calidad. En el acumulado del año 2011, Argentina exportó un 8% más de volumen.

“Los equilibrios se lograron pese a las predicciones poco auspiciosas para el mosto elaborado en Argentina. Según las estadísticas de exportaciones de mosto del INV entre enero

y abril de 2011 se exportaron 26.438 hectólitros de mosto, contra 24.564 hectólitros del mismo periodo del año anterior.

El acumulado muestra así un repunte de casi 8%. Abril mostró excelentes resultados, superando en 51,44% los hectólitros de mosto exportados en abril de 2010.” (González, 2011)

Se pasó de exportar 6.331 hectólitros en marzo a 9.958 hectólitros en abril, la variación fue de 57,3%, si se compara abril y marzo de 2011.

Siguiendo a González, para mantener el equilibrio en el año 2011 se requerían unas 100.000 toneladas de mosto y se produjeron alrededor de 170.000. Entre las señales auspiciosas se puede mencionar que se ha mantenido firme el precio de la manzana, esto permite llegar a los mercados con precios competitivos; además las exportaciones a Estados Unidos están recuperándose con buen precio, por lo tanto las perspectivas son buenas ;en un año donde la paridad cambiaría no es favorable.

Además de Estados Unidos, otro destino importante para el mosto elaborado en Argentina es Japón que luego de sufrir el terremoto va recuperando su demanda. “Ambos siguen siendo los mercados más importantes para el mosto de calidad. Ahora empezó a resurgir Rusia y esto puede repercutir en otros países pero principalmente son esos tres los más importantes.” (González, 2011)

"Aunque el mercado japonés no marca el rumbo de las exportaciones mendocinas, sí es un destino fuerte para algunos de los productos locales. En porcentaje las ventas de Mendoza a Japón (2%) son mayores que el nivel de participación que tiene ese país en las exportaciones argentinas. Por eso la caída económica que espera Japón luego del terremoto, el tsunami y la crisis nuclear no golpearía en forma directa la estructura productiva de este lado del Pacífico.

Japón mantiene como clientes a los productores mendocinos de jugo de uva por cuestiones de logística –Mendoza está más cerca que España o Italia– y también porque los japoneses piensan a futuro y para ellos es importante tener un proveedor confiable y permanente.” (Diario Uno, 2011)

Una situación de equilibrio se lograría con la colocación en el exterior de entre 125 y 130 toneladas, según las expectativas para el año 2011. Unas 20 toneladas consume el mercado interno y otras 20 van a reponer stocks.

La elaboración de mosto se transformó en una actividad complementaria a la elaboración de vinos, dejando de ser una actividad marginal, logrando posicionarse como una de la más importante del mundo vitícola.

1.2.2. A nivel nacional

“En nuestro país, la utilización de jugo concentrado de uva para la elaboración de jugos de frutas y en golosinas es mínima. El presidente del INV, Guillermo García, indicó que en el mercado interno la utilización de este producto oscila entre el 5 y el 10%. “Argentina no es un gran consumidor de jugos naturales. En Estados Unidos sí hay un consumo elevado y, además, se destina para la elaboración de bebidas gaseosas. También la Unión Europea tiene un consumo importante en el mercado interno”, destacó el funcionario.

Sin embargo, según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, hay empresas como Arcor, Cadbury, Dulcor y Dulciora que lo utilizan para la elaboración de sus dulces.

En nuestra provincia, Peñaflores elabora sus jugos en base a mosto de uva. También se registró hace unos años atrás una experiencia conjunta entre el INV y la Universidad Nacional de Cuyo para elaborar panificados dulces con este producto como base para endulzar, pero este proyecto no tuvo el éxito esperado.” (Césari, 2011)

El mosto o jugo concentrado de uva es uno de los productos líderes de las exportaciones de Mendoza. En el ranking, se encuentra en el cuarto puesto, luego de vino fraccionado, alimentos para animales y ajo en fresco.

El año pasado se exportaron 43.288.719 Kg. de jugo concentrado de uva (incluido mosto), por 59.545.085 de dólares FOB, según los datos sobre exportaciones de la provincia de Mendoza de ProMendoza. Si bien desde 2001 las ventas al exterior de este producto aumentaron de manera constante hasta 2008 –año en el que se registró el récord de venta con 97.527. 620 Kg. - en los últimos dos años éstas bajaron, ya que se perdió mercado frente al jugo de manzana, que es un sustituto directo del jugo concentrado de uva. China es el principal exportador y productor del mundo de jugo de manzana.

“Hasta el año pasado el jugo concentrado de manzana tenía un precio de entre 8 y 9 dólares por galón. Este año, las expectativas son mejores porque ese mismo producto está por encima de los 10 dólares por galón y el jugo concentrado de uva tiene un precio menor.” (Césari, 2011)

Casi el 50% del total de las exportaciones del mosto tienen como destino a los Estados Unidos. El resto del mercado externo se reparte principalmente entre Japón, Chile, Canadá y Sudáfrica.

CAPÍTULO 2: GENERACIÓN DE EXCEDENTES VÍNICOS

2.1. ALGUNAS CONSIDERACIONES GENERALES

Partiendo de términos económicos se intentará dar una visión acerca de lo que implica la generación de excedentes vínicos para luego insertarnos específicamente en el acuerdo celebrado entre las provincias de Mendoza y San Juan para la regulación de los porcentajes de uva destinados a mosto.

Inicialmente se definirá **“precio**, que es el “resultado de un intercambio; por un lado un sujeto ha debido entregar (bienes, servicios o moneda), para poder recibir (bienes, servicios o moneda).” (Ruiz, 2007)

“Bajo estas condiciones, y como todos los precios están íntimamente vinculados (sistema de precios), el cambio en un precio provoca cambios en los precios de todos los bienes y servicios.

Un aumento notable (por cualquier causa) en el precio de un bien o servicio, genera:

- a. una retracción en las cantidades demandadas por reducción de los consumos;
- b. un aumento en las cantidades ofrecidas, ya que hay un mejoramiento en la rentabilidad de los empresarios actuantes, y simultáneamente se incorporan al proceso productivo áreas marginales.

La sinergia del proceso lleva a un exceso del bien en el mercado (abundancia), que presiona sobre los precios hacia abajo. A medida que el precio va descendiendo, se van incorporando demandantes y simultáneamente se retiran oferentes, lo que conlleva una situación de ausencia de productos en el mercado (escasez), que empuja los precios hacia arriba.

Mientras este movimiento ascendente y descendente de los precios opera en el mercado, sus oscilaciones repercuten en los mercados de los demás bienes y servicios.

De esta manera los *precios* se constituyen en indicadores sencillos e instantáneos de lo que abunda y escasea; cuándo y dónde sobran o hacen falta, convirtiéndose así en una guía indispensable para los actuantes en el mercado.” (Ruiz, 2007)

Aplicando estos conceptos a la vitivinicultura, industria madre de Mendoza, ésta creció y se desarrolló por años, a través de una política de precios mínimos; caracterizada por un precio sostén que se fija por encima del precio de mercado, como su nombre lo indica. La disposición gubernamental coloca un piso por debajo del cual, no se puede comercializar el bien o servicio protegido.

En Mendoza, esta política fue implementada a través de la existencia de un Bodega oficial (Bodegas y Viñedos Giol) una de las empresas más potentes de Mendoza que estaba en serio riesgo a fines de la década de los 80. Con más de mil hectáreas de viñedos propios, Giol elaboraba entonces 70 millones de litros de vino, compraba alrededor de 400 mil quintales de uvas a distintos productores y 400 mil hectólitros de vinos a bodegueros trasladistas. A su vez, se encargaba de fijar los precios de la uva a través de su participación gravitante en el mercado, adquiriendo la producción y obligando a los empresarios bodegueros a comprar al mismo precio so pena de no poder elaborar.

“También, esta política fue llevada a cabo con la existencia de un Banco oficial (Banco de Mendoza) que era utilizado por los gobiernos de turno para proveer de apoyo financiero a la bodega estatal, sin importar el costo que ello significaba para la provincia en su conjunto (al momento de venderse Giol, los intereses diarios que pagaba al Banco Mendoza por el descubierto en su cuenta corriente, era equivalente al costo de construcción de una escuela de campaña).” (Ruiz, 2007). Se dictaron leyes, decretos, resoluciones, etc. que restringían severamente el derecho de propiedad de los viñateros y bodegueros que originariamente se habían querido proteger y los excedentes de producción no lograban ser colocados ni en los mercados internos ni en los internacionales.

“Reglamentaciones estrictas de cómo debe hacerse el vino; de cuánta cantidad de uva debe emplearse; del resultado de la molienda, qué partes debían destinarse a borra; a mosto y cuánto a vino; de cuál debía ser la graduación del vino; de cuándo comenzar la cosecha y cuándo terminarla; de la fecha a partir de la cual podría venderse el vino nuevo; de cuál proporción de ese vino podía venderse y cuánto debía permanecer en bodega hasta el próximo año (leyes de prorrateo y cupificación); de si el fraccionamiento debe ser en origen o en despacho; si la venta debe hacerse a granel o en botellas; si se penaliza la elaboración de vino

de manera artificial (cosa que no acontece con las restantes bebidas, por ejemplo las colas); etc.” (Ruiz, 2007)

Estas ventajas fueron concedidas exclusivamente a esta actividad y generaron un incremento notable en la producción. La rentabilidad de los viñateros se media en función de la cantidad cosechada, por lo que se descuidaba la calidad de la producción, en un mercado que se iba además retrayendo, ya que por cambios en los gustos y preferencias de los consumidores se prefería la cerveza al vino.

En Mendoza, antes de la estatización de Giol, se supo utilizar la práctica de destinar los excedentes vínicos para pagar impuestos o cancelar obligaciones bancarias. Luego los bancos que no sabían que hacer sin fondos para devolver a sus ahorristas y con enormes depósitos colmados de vino de baja calidad enológica, recurrían al Estado para que les comprara esos caldos que el mismo Gobierno les había exigido recibir. Frente a esta disyuntiva las autoridades, utilizando el Banco oficial mediante redescuentos al Banco Central (que garantizaba con la coparticipación federal de impuestos), adquiría esos vinos para desnaturalizarlos (fabricar vinagre o alcohol) o cambiarlos por troles rusos.

Esta situación generó un derroche de recursos prácticamente incalculable. Todavía hoy se están pagando los costos: sin banco oficial; con una actividad que ha debido ser necesariamente reconvertida; con enormes costos sociales; con desocupación; y fundamentalmente con el aporte obligatorio de los restantes sectores de la economía que no han sido protegidos de manera parecida y además han visto restringidos o dificultados fuertemente su acceso a la salud, educación, seguridad, justicia, etc.

Luego de un largo proceso que duró más de dos décadas, en 1988 el Gobierno de la Provincia decidió desestatizar la empresa Giol, y el resultado de este proceso fue que la estructura comercializadora pasó a manos de más de 5.000 productores integrados en 40 cooperativas vitivinícolas y reunidos en la Federación de Cooperativas Vitivinícolas, después del desmantelamiento de Giol.

“Aunque a mediados de los 90 se observó un proceso de ordenamiento en la vitivinicultura, aún gravitaba el problema de la saturación del mercado doméstico y la consecuente caída en el precio del vino poniendo en riesgo a la industria. Esta situación determinó que, en 1994, los gobiernos de Mendoza y San Juan firmaran un acuerdo tendiente a disminuir los excedentes vínicos regulando el stock de vinos, sostener el precio por litro y el valor del kilo de uva.” (Ruiz, 2007)

El llamado Acuerdo Mendoza-San Juan (Ley 6.216) establece que ambas provincias fijarán cada año un porcentaje mínimo de la producción que deberá destinarse a usos no vínicos, fundamentalmente jugo de uva concentrado. Paralelamente, se acordaron otras formas para darle previsibilidad al mercado interno, como el incentivo a las exportaciones. Según lo establecido en la Ley 6.216, el no cumplimiento de esta pauta diversificadora obliga a las empresas a pagar un impuesto y el Estado provincial se compromete a devengar una suma igual a la recaudada por esta tasa.

Con estos dineros se conformó, en 1995, el Fondo Vitivinícola Mendoza encargado de promocionar integralmente a la vitivinicultura y, en especial, el consumo responsable de vinos en el mercado interno. Con esta acción la actividad vitivinícola generó un mecanismo para equilibrar oferta y demanda y posicionar al vino, como bebida genérica, en el universo del consumo.

A continuación se presenta un resumen del Acuerdo San Juan-Mendoza (Ley 6.216) explicando en forma breve los aspectos más sobresalientes del mismo.

2.2. TRATADO MENDOZA-SAN JUAN

Entre el Gobierno de la Provincia de San Juan, representada por el Sr. Ministro de Producción y Desarrollo Económico, Lic. Raúl Benítez, y el Gobierno de la Provincia de Mendoza, representada por el Sr. Ministro de Producción, Tecnología e Innovación, Lic. Raúl Mercau, y en ejercicio de las facultades acordadas por el TRATADO MENDOZA- SAN JUAN, celebrado entre ambos estados signatarios el 17 de noviembre de 1994 y que fuera ratificado por Ley 6543 de San Juan y por Ley 6216 de Mendoza, se firmó el acuerdo que compromete a Mendoza y San Juan a destinar un 20% a la elaboración de mostos como porcentaje mínimo del total de uva ingresada a bodega durante la temporada 2010. Es que ambas provincias concentran el 80% de la actividad vitivinícola del país.

A través de dicho acuerdo se institucionalizó de manera permanente una acción política tendiente a diversificar la industria vitivinícola que permitiera mitigar los efectos de los desequilibrios cíclicos de mercado causados por una oferta que sobrepasaba la demanda de materia prima. Las medidas no incluirán la intervención directa del Estado en operativos de compra de vino y mosto, ni el otorgamiento de créditos para retención de stocks.

Se propuso además, llevar adelante mecanismos de acción complementarios que tienen como finalidad corregir las distorsiones producidas en la formación de precios.

Se pretende ofrecer previsibilidad y certidumbre a los actores involucrados y proteger los intereses de los eslabones más débiles de la cadena productiva del sector vitivinícola.

El acuerdo también brinda estabilidad institucional a las distintas acciones encaradas por ambos Estados, por lo que el camino en el futuro, en el marco del tratado interprovincial, ello en virtud de los poderes ejecutivos de ambas provincias se encuentran facultados para establecer y acordar otras medidas con el objeto de tonificar y ampliar el mercado de vinos (Art. 14 del TRATADO).

Se pactó inicialmente una contribución obligatoria que las provincias signatarias impusieron a los establecimientos vitivinícolas inscriptos en el INV ubicados en sus respectivos territorios, de tres centavos (\$0,03) por cada kilogramo de uva que se vinificara a partir de la cosecha de 2004. El referido valor ha quedado desajustado, razón por la cual se impone repotenciar la contribución obligatoria impuesta a los efectos de restituirle idoneidad a la señal económica establecida en seis centavos (\$0,06) por cada kilogramo de uva que se vinifique a partir de la cosecha de 2010. El Gobierno de la provincia de San Juan se compromete a implementar los mecanismos adecuados para dar cumplimiento a la imposición de la contribución obligatoria a los establecimientos vitivinícolas inscriptos en el INV.

Los establecimientos vitivinícolas ubicados en el territorio de las provincias de San Juan y Mendoza destinarán a la elaboración de mostos el VEINTE POR CIENTO (20%) como porcentaje mínimo del total de uva ingresada a bodega durante la temporada 2010, porcentaje éste que podrá ser modificado de común acuerdo y en un acta complementaria, por las autoridades de las provincias de acuerdo a los pronósticos de cosecha emanados por el Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Para el 2011 el INV ha considerado una serie de acontecimientos ocurridos durante la temporada que han motivado fijar el porcentaje mínimo obligatorio de mosto en un 30%.

Entre los factores considerados, existen las heladas tardías (que en la cosecha 2011 no han generado un daño significativo) y la falta de agua, entre otros, pero este último tema ha originado amplios debates, ya que existen posturas contrapuestas en cuanto a si esto realmente es un problema que puede traer consecuencias en los cultivos.

Según el Ingeniero Agrónomo Meliton Barroso del I.N.T.A.², "...los cortes de agua producidos han sido en el invierno, al ser una época de no riego no afecta la planta porque la misma no está trabajando. Irrigación este año, para acumular agua para la cosecha 2012,

² Instituto Nacional Tecnológico Agropecuario

alargó el período de corte, pero la planta no sufre porque la reserva está en el suelo³. Lo que ocurre es que se ve la superficie seca porque se evapora pero debajo la planta tiene la humedad que necesita, entonces durante todo el invierno esos 3 o 4 meses que el productor dice que le hace falta, no le hace falta porque la planta no ha tenido actividad.”

2.3. ASPECTOS A TENER EN CUENTA

Se mantuvo una conversación con el Presidente del Centro de Bodegueros de General Alvear, contador Alberto Anaya⁴, quien expresó que si bien el porcentaje a destinar a mosto es fijado para ambas provincias por igual, los departamentos de San Rafael y General Alvear de la Provincia de Mendoza, desde 1995 se encuentran cuestionándolo, planteando la posibilidad de reducir el 30% fijado.

Este cuestionamiento se genera como consecuencia de que en dichos departamentos se ha producido una erradicación cercana al 70% de los viñedos que fueron transformados en varietales y no les correspondería porque es otro tipo de comercio.

En las dos últimas reuniones entre San Juan y Mendoza, con los gobernadores y ministros de economía de las provincias, se ha planteado otro tema que se refiere específicamente a que Mendoza hace siempre menos mosto que el cupo que está establecido por la legislación actual.

Mendoza, desde el año 1995 ha incrementado la exportación de mosto, generando que estos valores no se computen para lograr el porcentaje solicitado por el INV; ya que, si se sumaran los incrementos de exportación con los valores que le son computados a la Provincia, se estaría sacando del mercado interno alrededor del 40% del vino que iría a mosto y no iría al mercado interno, se estaría logrando el objetivo del convenio (sacar volúmenes del mercado interno con el fin de que no baje el precio del vino).

Mendoza solicita que se tengan en cuenta los valores de exportación. En la Provincia se ha implementado un sistema de compensaciones que consiste en un cupo de compensación a los exportadores, donde se recompensa por cada litro de exportación a granel un litro de mosto realizado en bodega. Y si lo fracciona, le computan un litro y medio de exportación a granel.

³ Cuando se riega se aplica una lámina de agua, esa agua se acumula, entonces si la planta no la bombea, ésta queda retenida en el suelo.

⁴ Entrevista realizada el 13 de abril de 2011 por el equipo de trabajo.

“Este año (2011) la idea fue bajar la compensación del que exporta, pero se realizó una reunión y se dejó en un litro y medio, ya que en definitiva éste está sacando productos del mercado interno y los está mandando afuera generando también para el exportador un objetivo interesante. El único tema es que ese cupo de exportación no puede ser cedido, debido a que si se produce mosto de más en una bodega que comercializa únicamente en mercado interno, puede ceder el excedente a otra bodega, pero en los cupos de exportación no hay compensación de establecimiento a establecimiento a excepción que se demuestre grupo económico.”

En General Alvear se reúnen todas las bodegas, y se establecen sobrantes y faltantes de mosto y se hace un paquete, con el fin de evitar la multa de \$0,06 (implica que al no cubrir el 30% del cupo de mosto se paga por el total de lo que se elabore, no es por lo que falta sino por el total) que fija el INV. “La operatoria implica determinar el mosto que se ha elaborado, establecer el mosto que falta y en conjunto salir a comprar el faltante. En 2010 para cubrir el cupo establecido por el INV, General Alvear tuvo que poner en práctica esta operatoria, mientras que para 2011 no se considera que será necesario, ya que se da una situación inversa a la del año pasado y todos los bodegueros elaborarán mosto”.

Continuando con lo planteado por el contador Anaya, se establecen los factores que determinan las situaciones trazadas anteriormente; “en primer lugar se puede decir que este año (2011) va a ser distinto porque el mosto juega mucho con el precio del vino, si el precio del vino es alto, por ende el del mosto es más bajo, entonces todo el mundo hace vino blanco y nadie mosto. Este año se da la inversa, el mosto está \$1,05 y el vino blanco \$0,85 o \$0,90 sumado que a este último se lo va a poder comercializar dentro de 4 o 5 meses, mientras el mosto \$1,05 de contado. Por lo tanto cuando se recibe uva para hacer vino blanco, se prefiere hacer mosto blanco porque se vende y se paga en el acto sin necesidad de esperar”.

Independientemente del cupo que se establece en la Provincia por el Acuerdo San Juan-Mendoza, también se produce por el juego entre el precio del vino blanco y del mosto sulfitado. En el año 2010 no se hizo mosto, porque éste valía \$0,70 y el vino \$1,90, entonces se decidió por sobre la producción del mosto, el pago de la multa.

“En 2011, por una cuestión de comercialización, China pudo vender más fruta fresca de manzana y pera de lo que normalmente vendía, por lo tanto ha hecho menos mosto, el precio del mosto concentrado de pera y manzana subió, esto permite que se capte el mercado con mosto de uva.”

A continuación se presenta un breve informe sobre dos aspectos importantes que se relacionan en forma directa con la generación de excedentes vínicos, ellos son:

- Análisis del pronóstico cosecha 2011 y su consecuente cotejo con los datos reales obtenidos.
- Proyección de existencias vínicas y su comparación con los resultados obtenidos en la cosecha 2011.

2.3.1. Pronóstico de cosecha 2011

“El INV augura una vendimia “normal”, aunque persisten algunas dudas. Según el Organismo la cosecha superará los 26 millones de quintales (aumento del 6,3%). Sin embargo, en las dos últimas campañas los errores de pronóstico fueron de -16,3% y +10,8%, respectivamente.

El Instituto Nacional de Vitivinicultura dio a conocer el 29 de diciembre de 2010 el primer pronóstico de cosecha de uvas para todas las zonas vitivinícolas del País.” (CUYOTREND Consulting, 2011)

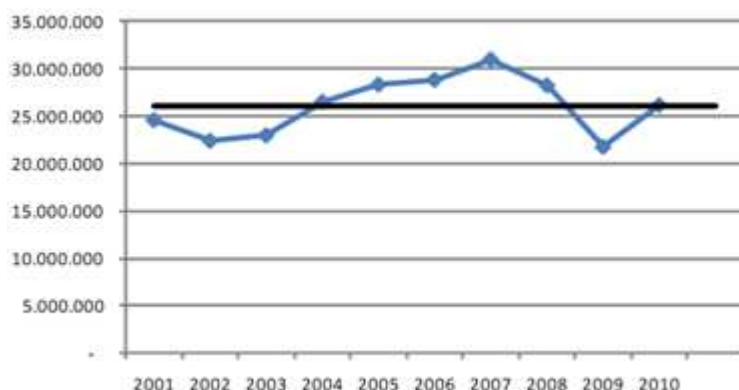
Tabla 1. Comparación del Pronóstico de Cosecha 2011 respecto a la cosecha 2010, en quintales

Provincia	Año		Diferencia	
	2011	2010	Absoluta	%
Mendoza	18.378.283	18.069.142	309.141,00	1,7%
San Juan	7.678.320	6.524.134	1.154.186,00	17,7%
Otras	1.669.038	1.487.058	181.980,00	12,2%
Total País	27.725.641	26.080.334	1.645.307,00	6,3%

1. Fuente: La voz del vino – Mendoza Febrero 2011

En la tabla número 1 se puede observar que la cosecha 2011 alcanzaría un volumen de poco más de 27,7 millones de quintales en todo la superficie del país. Que indica un 6,3% superior al volumen registrado en 2010, por la que se la puede catalogar, según las cantidades cosechadas durante los últimos 10 años, como una vendimia “normal” (el promedio es de poco mas de 26 millones de quintales).

Gráfico 19. Evolución de la cosecha de uvas en quintales, Argentina 2001/10.



19. Fuente: ibídem

“Si se discriminan los datos publicados por el INV para las dos principales provincias productoras, se tiene que en Mendoza se espera cosechar casi 18,4 millones de quintales, sólo un 1,7% más que en 2010. En tanto que en San Juan la previsión realizada asciende a 7,7 millones de quintales, un 17,7 % más que el año anterior, lo que explica el 70% del incremento de la cosecha global del País. En forma agregada, ambas provincias tendrían una vendimia de poco más de 26 millones de quintales, un 6% superior respecto de 2010, lo que equivale a un aumento de casi 1,5 millones de quintales.” (CUYOTREND Consulting, 2011)

Cabe aclarar que el INV durante las dos últimas campañas tuvo errores significativos en la estimación de la cosecha ajustada (la que se publica en febrero):

Tabla 2. Errores de pronóstico cometidos por el INV en los últimos tres años

Provincia	Año 2009		Diferencia	
	2° Pronóstico	Real	Absoluta	%
Mendoza	17.636.599	14.419.724	-3.216.875	-18,2%
San Juan	6.610.086	5.895.669	-714.417	-10,8%
Otras	1.821.999	1.500.280	-321.719	-17,7%
Total	26.068.684	21.815.673	-4.253.011	-16,3%

2. Fuente: ibídem

Tabla 3. Errores de pronóstico cometidos por el INV en los últimos tres años

Provincia	Año 2010		Diferencia	
	2° Pronóstico	Real	Absoluta	%
Mendoza	16.502.194	18.214.583	1.712.389	10,4%
San Juan	5.705.228	6.512.392	807.164	14,1%
Otras	1.409.770	1.439.001	29.231	2,1%
Total	23.617.192	26.165.976	2.548.784	10,8%

3. Fuente: Ibídem

Tabla 4. Errores de pronóstico cometidos por el INV en los últimos tres años

Provincia	Año 2011		Diferencia	
	Pronostico	Real	Absoluta	%
Mendoza	18.378.283	19.352.831	974.548	5,30%
San Juan	7.678.320	7.644.837	-33.483	-0,44%
Otras	1.669.038	1.842.332	173.294	10,38%
Total	27.725.641	28.840.000	1.114.359	4,02%

4. Fuente: Elaboración propia de datos de publicación del INV.

El error de 2010 representó 2,5 meses de stock vínicos de menos, lo que llevó a las provincias de Mendoza y San Juan a fijar un bajo porcentaje de diversificación a mosto (20%), y a una innecesaria sobreacumulación de vino blanco escurrido, en detrimento de los productores que decidieron elaborar.

En 2011 la diferencia entre lo real y lo pronosticado representó aproximadamente un mes de stock vínico en menos. Esto lleva a concluir que el porcentaje de diversificación a mosto establecido este año en el 30% ha sido fijado correctamente, ya que no ha existido una sobreacumulación de vino innecesaria.

2.3.2. Existencias vínicas

Al 1 de agosto de 2010, la industria acumulaba 17,72 millones de hectólitros de vino en vasija, de los cuales el 82% se encontraba en bodegas de la provincia de Mendoza, el 14% en San Juan y solamente un 4% en los establecimientos vitivinícolas del resto del País, según la información del INV respecto de las existencias vínicas a esa fecha.

Tabla 5. Proyección de las Existencias Vínicas a la fecha de liberación de los vinos nuevos 2011.

Provincia	Último dato	Proyección
	01/08/2010	01/06/2011
	en hectolitros	
Mendoza	14.515.515	6.820.967
San Juan	2.434.140	617.735
Otras	770.090	153.812
Total	17.719.745	7.592.514

5. Fuente: La voz del vino – Mendoza Febrero 2011

Según proyecciones de *CUYOTREND consulting* de dichos stocks hasta la fecha de liberación de los vinos nuevos del año 2011 (01 de junio de 2011) para las provincias de Mendoza y San Juan, resulta que en el caso de la primera el remanente de vino viejo alcanzaría los 6,82 millones de hectólitros; mientras que, en el caso de la segunda, el stock sólo sería de 0,62 millones de hectólitros. Si se miden las existencias en meses de demanda (despachos más exportaciones), Mendoza tendría un remanente equivalente a más de 8 meses y San Juan alrededor de 3. Si se agregan los remanentes de ambas provincias, el vino viejo que quedaría para la próxima campaña alcanzaría para cubrir 7,5 meses de demanda, aproximadamente, sin contar la elaboración de vinos nuevos de la vendimia 2011.

“No obstante, hay que considerar que un importante porcentaje de dichos vinos corresponden a vinos de guarda, cuyos volúmenes no fueron informados por el INV, pero que se estiman en 1,5 millones de hectólitros, agregando tintos y blancos. Si se corrigen los stocks descontando los vinos de guarda, se obtiene que el remanente de vinos viejos a la próxima liberación, alcanzará a 6 meses de demanda aproximadamente, para el agregado de las provincias de Mendoza y San Juan.

Tabla 6. Diferencia entre lo proyectado y lo real cosecha 2011.

Provincia	2011		Diferencia	
	Proyección	Real	Absoluta	%
	en hectolitros			
Mendoza	6.820.967	10.979.869	4.158.902	60,97%
San Juan	617.735	2.610.045	1.992.310	322,52%
Otras	153.812	1.047.391	893.579	580,96%
Total	7.592.514	14.637.305	7.044.791	92,79%

2. Fuente: *Ibíd*em

Como conclusión, se podría decir que el análisis de los stocks de vinos viejos lleva a la necesidad de que durante la vendimia 2011 se aprieten las clavijas hasta donde la industria lo permita con el Acuerdo Mendoza- San Juan (pauta diversificadora para la elaboración de mostos), ya que de lo contrario se volverían a acumular stocks vínicos, tal cual ocurrió en la presente campaña, debido a un importante error de cálculo en el pronóstico de cosecha, un bajo porcentaje de diversificación en Mendoza y una disminución en los despachos al consumo interno y en las exportaciones de vinos a granel, que presionarían a la baja de los precios de los diferentes productos vitivinícolas, tendencia que ya comenzó a manifestarse durante el segundo semestre de 2010.” (CUYOTREND Consulting, 2011)

CAPÍTULO 3: POLÍTICA VITIVINÍCOLA

3.1. PLAN ESTRATÉGICO VITIVINÍCOLA 2020

La vitivinicultura argentina ha asumido el desafío colectivo de implementar un plan estratégico que transforme al sector, permitiéndole un mejor posicionamiento global. Las estrategias están orientadas a focalizar acciones sobre las principales oportunidades del mercado global (interno y externo). Esto implica un fuerte compromiso de los productores, los bodegueros y el Estado para estructurar y organizar la vitivinicultura y responder a las necesidades de los consumidores.

El objetivo es alcanzar, en los próximos años, un máximo valor agregado y un desarrollo armónico de todos los agentes económicos y sociales que participan del negocio.

3.1.1. Misión

"Argentina será un proveedor altamente competitivo, sus vinos responderán siempre a las necesidades de los consumidores y serán valorados e identificados por su calidad altamente consistente, su diversidad y su naturalidad".

La misión que propone el **Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020** (PEVI) es que Argentina ocupe un importante lugar en el contexto vitivinícola mundial y comience a posicionarse como un exportador altamente competitivo de los tradicionales países vitivinícolas, tales como Francia, España e Italia.

“El PEVI, elaborado en noviembre de 2006, constituye un hecho sin precedentes para la Argentina ya que establece una alianza entre el sector público y privado. No se centra en la expansión productiva o en el aumento de los volúmenes elaborados, sino en potenciar a un sector de las economías regionales con un gran valor agregado, en la organización e integración de los productores primarios, la producción de vinos con mayor calidad constante y sostenible en el tiempo, en desarrollar el mercado latinoamericano y reimpulsar el mercado argentino de vinos y la fidelización de clientes y consumidores.

Los estados provinciales involucrados junto al Estado Nacional tienen un rol preponderante ya que es el sector público –a través de los gobiernos o de organismos como el

INV y el INTA– el que implementa esta iniciativa. La gestión y coordinación del plan está a cargo de la Corporación Vitivinícola Argentina.” (Acosta & Verbeke, 2008)

3.1.2. Visión

"Que en el año 2020 la Industria Vitivinícola Argentina se posicione en forma sostenible entre las más destacadas del mundo; alcance ventas por U\$S 2.000 millones, participe con un 10% del volumen en las exportaciones mundiales y logre la valoración y el reconocimiento de los consumidores".

Con respecto a la Visión, es decir, las perspectivas futuras esperadas con la implementación del mismo, se formula: “Argentina será un proveedor altamente competitivo, sus vinos responderán siempre a las necesidades de los consumidores y serán valorados e identificados por su calidad altamente consistente, su diversidad, su estilo original y su naturalidad”.

3.1.3. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos son:

1. Posicionar los vinos varietales argentinos en los mercados del Norte.
2. Desarrollar el mercado latinoamericano y reimpulsar el mercado argentino de vinos.
3. Apoyar el desarrollo de pequeños productores de uva para integrarlos rentablemente en el negocio vitivinícola.

3.1.4. Pilares fundamentales

“El PEVI se sustenta en tres pilares fundamentales: el posicionamiento de nuestros vinos en los mercados externos, el reimpulso del mercado interno, y el desarrollo de los pequeños productores de uva para integrarlos al negocio vitivinícola.”

3.1.4.1. Mercado externo

- Dentro de este pilar se encuentran vigentes dos proyectos. Por un lado el de la promoción de los vinos argentinos en los mercados externos, donde se ejecutan acciones para posicionar a éste en los principales centros de consumo internacionales. La propuesta es intensificar las acciones promocionales cuantitativas y cualitativas en los distintos mercados externos entre las que se pueden citar: publicidad en medios especializados; participación en ferias y degustaciones internacionales; rondas de

- compradores; visitas de periodistas extranjeros a las regiones vitivinícolas; diseño y entrega de material promocional; seminarios de capacitación para nuevos exportadores.
- El otro proyecto hace referencia al diseño de estrategias de negociación internacional. Tiene como objetivo principal facilitar el comercio del vino y otros productos vitivinícolas argentinos en el mercado mundial. Se busca de esta manera mejorar las condiciones de acceso de los productos vitivinícolas argentinos a los mercados internacionales; defender la producción local de prácticas desleales de comercio, tanto en el mercado doméstico como internacional y participar activamente en los distintos organismos internacionales de la vid y el vino.

3.1.4.2. Mercado interno

- Dentro de este ítem el objetivo es dar continuidad al plan integral de comunicación "*Vino Argentino. Un buen vino*" que se ejecuta desde 2005, a través de una campaña masiva, genérica y multimedial de comunicación que contribuya a detener la caída del consumo de vino en Argentina. Esto se realiza con el fin de mejorar el posicionamiento de toda la categoría y favorecer el alineamiento estratégico del sector. Se trata de marcar una tendencia comunicacional que pueda ser acompañada por las marcas y que se refleje en una mejora cualitativa y cuantitativa en el mercado interno de vinos.

3.1.4.3. Pequeños productores

- Dado que la productividad y calidad de la producción es clave para que el sector encuentre bases para su sustentabilidad, es necesario encararlo desde un enfoque sistémico, fortaleciendo la organización y la búsqueda de alternativas para concretar alianzas entre el sector elaborador/transformador y el sector primario. Para ello se han creado los Centros de Desarrollo Vitícolas en las distintas regiones vitivinícolas para identificar necesidades, definir estrategias e implementar acciones que contribuyen al desarrollo sustentable (económico, social y ambiental) de la vitivinicultura con enfoque local y énfasis en el apoyo al desarrollo del pequeño productor y su familia.
- Además, se procura lograr el desarrollo sustentable de los productores vitícolas integrados al sistema cooperativo, aumentando su productividad y la calidad de sus productos. Para ello, se trabaja en 4 componentes: lineamientos estratégicos; capacitación; comunicación e información; asistencia técnica y financiera.
- Existe también un proyecto de fondo de apoyo para los pequeños productores que busca financiarlos a través de créditos y de subsidios; brindándoles a los titulares de

esos beneficios asistencia técnica específica para el proyecto que desarrollen con ese financiamiento; y finalmente, en el marco del PEVI, ofrecerles apoyo en un proceso colectivo de organización e integración y de innovación tecnológica.

- Y por último un proyecto del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) que aspira a integrar a productores primarios de uvas con los restantes eslabones del negocio vitivinícola, a los efectos de que mejoren su rentabilidad y sustentabilidad. Para lograr este propósito se consideran tres componentes: promoción de esquemas asociativos; implementación de planes integrados de negocios vitivinícolas; fortalecimiento y articulación de la institucionalidad.

3.1.5. Planes estratégicos

Se trabaja también en los demás productos del sector a través de planes estratégicos sectoriales de la uva de mesa y la pasa de uva y en la consolidación del enoturismo.

En este marco, dentro de los planes sectoriales se confeccionaron dos proyectos. En primer lugar el Plan Estratégico de la Uva de Mesa – PLANUVA –, que fija como misión del sector, posicionar a la Argentina como un proveedor altamente competitivo, respondiendo sus uvas siempre a las necesidades de los consumidores y siendo valoradas e identificadas por su calidad altamente consistente, su sabor y naturalidad.

Tiene además como objetivos: mejorar el posicionamiento de las uvas de mesa argentinas en los mercados consumidores de contraestación (Europa y Lejano Oriente); desarrollar el mercado latinoamericano y reimpulsar el mercado interno de uva de mesa; apoyar a todos los productores de uva de mesa para modernizar la producción, comercialización y articulación con los mercados; y apoyar a alcanzar la sustentabilidad de la actividad.

El segundo proyecto es el Plan Estratégico de la Pasa de Uva, el cual tiene como objetivo realizar un diagnóstico de situación – a nivel regional, nacional y mundial – sobre la producción y comercialización de ésta, con enfoque en la oferta y demanda mundial, poniendo el énfasis en la caracterización y evolución del sector productivo – exportador argentino.

Con estos proyectos sectoriales se busca implementar un modelo de gestión integral del *enoturismo* específico para Argentina y consolidar la actividad en el mediano plazo, beneficiando directamente a PYMES, profesionales del sector, y demás actores que pertenecen al ramo de turismo del vino de Argentina.

Los componentes del proyecto son: desarrollo del modelo de turismo del vino de la Argentina; desarrollo de rutas y productos asociados; calidad; comunicación y comercialización. El fin del proyecto es mejorar el desempeño e incrementar el número de los actores asociados al turismo del vino en Argentina.

3.1.6. Investigación y desarrollo

Al mismo tiempo, las acciones de *investigación y desarrollo tecnológico* son transversales a todos los proyectos que se ejecutan dentro del **Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020** donde se han desarrollado varios proyectos.

En primer lugar el proyecto de capacitación sobre prácticas óptimas para la elaboración del mosto argentino (**Proyecto CIMA**). En él se capacitan 1.000 profesionales de Mendoza y San Juan, 1.000 operarios y 500 bodegas en aspectos claves de la elaboración del mosto a fin de lograr una óptima calidad en este producto. Se busca con esto obtener mosto sulfitado dentro de los estándares de calidad que permitan la obtención de concentrados que cumplan con los requisitos exigidos por los principales países importadores.

Un segundo proyecto que propone un sistema de desulfitación ecológico de mosto y como principal objetivo la recuperación y reutilización del anhídrido sulfuroso en la misma industria generando la consecuente reducción de costos y de energía. Subsidiariamente, se busca subsanar la importante contaminación generada por este proceso.

En tercer lugar un plan de desarrollo de sistemas de manejo del viñedo, cuya finalidad es aumentar globalmente la calidad de las uvas de vinificar de Argentina, en un contexto de alta rentabilidad y sostenibilidad para los productores vitícolas. Esto permitirá, además, que las bodegas aseguren, de manera estable, la calidad de su materia prima, con lo que mejorará la consistencia de calidad de los vinos.

Se han fijado dos objetivos relativos al desarrollo de tecnología. El primero, diseñar sistemas de cultivo que permitan optimizar la ecuación producción –calidad de uva para distintas circunstancias y objetivos productivos. El segundo, idear estándares objetivos de calidad de la uva.

Finalmente un proyecto que busca mejorar la competitividad de cada uno de los componentes del sector vitivinícola.

3.2. OTRAS POLÍTICAS

En charlas mantenidas con representantes de la industria de la región sur de Mendoza, en lo que respecta a las políticas particulares de las bodegas se pudieron recabar estrategias tales como:

- . Priorizar la calidad del producto, escogiendo como estrategia la diferenciación;
- . Cambios en los diseños de etiquetas y demás elementos del packaging;
- . Logística en los canales de distribución;
- . Incremento de la inversión en publicidad;
- . Lanzamiento al mercado de nuevas variedades;
- . Capacitación en personal de ventas, mediante cursos y estímulos económicos y no económicos, fomentando de esta forma la motivación del mismo;

3.3. ANÁLISIS FODA

“El Análisis FODA o Análisis DAFO (SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, en inglés) surgió como una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.” (Cutropia, 2003)

La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

Es la herramienta estratégica por excelencia más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización, y por aplicación de analogía, una industria o sector de la economía. El siguiente esquema muestra aspectos generales del sector vitivinícola.

- *Fortalezas*
 - Buen posicionamiento del vino argentino en el mundo
 - Posibilidad de elaborar distintos tipos de vinos, incluyendo orgánicos
 - Tecnología disponible similar a la utilizada en los principales países productores

- Mejoramiento permanente de la calidad de los productos vitivinícolas
- Reemplazo de viñedos viejos por variedades acordes a la demanda actual
- Importantes inversiones en viñedos y bodegas
- Promoción del vino argentinos en el exterior

- *Oportunidades*
 - Reducción del área implantada en el mundo
 - Demanda estable
 - Apertura de nuevos mercados
 - Incremento del consumo de vinos finos en el mundo

- *Debilidades*
 - Disminución del consumo nacional de vinos
 - Reemplazo del vino por gaseosas y cervezas
 - Alto porcentaje de viñedos viejos

- *Amenazas*
 - Mayores barreras al comercio
 - Entrada de nuevos oferentes
 - Reemplazo por otras bebidas
 - Disminución del consumo mundial del producto
 - Crecimiento de la tasa de inflación, lo que provocará incrementos en los costos de los insumos, sueldos, fletes, tarifas, etcétera
 - Aumentos en los costos difíciles de trasladar al canal y al público, que provocan una caída en los márgenes de comercialización

CAPÍTULO 4: EL COOPERATIVISMO

4.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS

Según la Alianza Cooperativa Internacional⁵, en su Declaración sobre Identidad y Principios Cooperativos, adoptados en Manchester en 1.995, define: "Una Cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controladas".

Es decir la Cooperativa: "es una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente".

Estas dos características de propiedad y control democrático son las que las diferencia de otros tipos de organizaciones como las empresas controladas por el capital o por el gobierno. Cada Cooperativa es una empresa, en el sentido que es una entidad organizada que funciona en el mercado, por lo tanto debe esforzarse para servir a sus miembros eficiente y eficazmente.

Las cooperativas proporcionan ventajas económicas ya que evitan la intermediación superflua, por ejemplo en el caso que un productor decida vender su cosecha, lo hace directamente con la cooperativa siendo más económico para él ya que lo puede vender a un mejor precio que a través de un intermediario entre productor y consumidor. Otra ventaja económica es el ahorro y la calidad de los productos, siguiendo el mismo ejemplo se ahorra al comprar mayor cantidad que si fuera solo un individuo el comprador, y respecto a la segunda porque lo que lleva el productor a la cooperativa ocurre en poco tiempo y el producto está más fresco.

Existen también ventajas morales, sociales y educativas a través de la vigencia de normas éticas, humanización de la economía, democratización de la misma y la difusión de la labor solidaria.

⁵ Es una federación de cooperativas que sirve para reunir, representar y servir a cooperativas de todo el mundo. La organización fue fundada en Londres en 1895.

4.2. PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Los principios establecidos en la Alianza antes mencionada son:

1.- Membresía abierta y voluntaria:

"Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religioso".

2.- Control democrático de los miembros:

"Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros.

En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos".

3.- Participación Económica de los miembros:

"Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.

Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía. Los miembros asignan excedentes para cualquiera de los siguientes propósitos: el desarrollo de la cooperativa mediante la posible creación de reservas, de la cual al menos una parte debe ser indivisible, los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo apruebe la membresía".

4.- Autonomía e independencia:

"Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa".

5.- Educación, entrenamiento e información:

"Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.

Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo".

6.- Cooperación entre Cooperativas:

"Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo. Trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales".

7.- Compromiso con la comunidad:

"La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros".

4.3. CLASES DE COOPERATIVAS

Según Francisco Junyent Velez y Roberto Fermín Bertossi⁶ en su publicación "La cooperativa" las cooperativas pueden dividirse en tres grandes grupos:

- Cooperativas de distribución: son aquellas que tienen por objeto la producción, provisión, distribución y comercialización de productos o servicios entre sus asociados. Ejemplo: cooperativas de consumo, de provisión, bancos y seguros.
- Cooperativas de producción o transformación: estas cooperativas reciben materias primas de sus asociados y las transforman en productos terminados o semiterminados que comercializan en forma conjunta o que vuelven al asociado para que realice la comercialización. Ejemplo: cooperativas frutícolas, vitivinifrutícola, etc.
- Cooperativas de trabajo: son aquellas que agrupan o concentran la mano de obra de los asociados para ofrecerla en forma conjunta con la prestación de un servicio a asociados o terceros no asociados. En algunos casos también concentran capital al servicio de la mano de obra. Ejemplo: cooperativas de trabajo. Su autorización para funcionar en Mendoza está seriamente cuestionado por las múltiples maniobras de evasión previsional detectados.

⁶ Abogados miembros de la SADE (Sociedad Argentina de Escritores), colaboradores de la reforma de la ley Nacional de Cooperativas del 8/6/94 (Ley n° 20337)

4.4. CASO FECOVITA⁷

Elegimos desarrollar el caso de Fecovita porque es la cooperativa vitivinícola más grande de Mendoza en cuanto al mercado que abarca y su número de asociados sirviéndonos de ejemplo para el análisis del cooperativismo y su importancia en el sector vitivinícola. Visitamos el sitio oficial en la web donde nos explica su historia y algunos aspectos importantes de la empresa que detallaremos a continuación.

Fecovita nace en 1980 como Federación de Cooperativas de 1º grado, con el objeto de representar a sus asociadas en el ámbito gremial-empresario. En 1989 se presenta en la licitación pública por la Unidad de Fraccionamiento y Comercialización de Bodegas y Viñedos Giol, resultando adjudicataria en enero de 1990 y tomando posesión efectiva de la empresa en abril. A partir de ese momento se transformaría en una empresa líder del mercado vitivinícola.

La transformación de la Federación del año '90, basada en el principio del esfuerzo propio y la ayuda mutua permitió solucionar en gran parte una serie de problemas estructurales que afectaban al sector que estaba peligrosamente atomizado, con productores sin información del mercado, falta de protección ante accidentes climáticos y poco poder de negociación. Las cooperativas operaban en forma individual, con fuerte competencia entre ellas, bajos precios e intentos fallidos de integrarse en federaciones.

La consolidación de Fecovita permitió asistir a los productores en lo relativo a compra de insumos agrícolas y enológicos a precios acordes a la escala obtenida, compra de maquinaria agrícola y de elaboración, asistencia financiera para cosecha y capital de trabajo, garantía para préstamos de reconversión y bienes de capital, acceso a tasas de financiación más bajas, capacitación, sistemas de trazabilidad de productos y procesamiento de datos, entre otras.

Esto repercutió en el crecimiento sostenido de los volúmenes comercializados a través de Fecovita por las cooperativas asociadas, que pasaron de 42.100.000 de litros vendidos en 1990 a más de 200.000.000 de litros en la actualidad.

La Federación cuenta actualmente con 30 cooperativas vitivinícolas primarias asociadas ubicadas en toda la provincia de Mendoza, que aglutinan a unos 5000 productores, entre socios y elaboradores.

Con fines organizativos se agrupan en 5 Centros Regionales: Norte, Este, Gral. Alvear, San Rafael y Valle de Uco.

⁷ Federación de Cooperativas Vitivinícolas Argentina

Actualmente se exporta a más de 20 países. Las exportaciones incluyen vinos varietales y genéricos envasados en botellas y en envases multilaminados y también mostos concentrados y vinos a granel.

Para sostener la continuidad de las organizaciones cooperativas, la Federación, con la intención concreta de incrementar la productividad de las explotaciones en el sector elaborador, incorporar tecnología en los procesos y mejorar la calidad de los mismos, desarrolla vínculos con agencias estatales como el INTA, universidades y otras organizaciones no estatales que comparten el mismo espacio de relaciones y trabajan con el objetivo de desarrollar estrategias de intervención hacia el sector del pequeño productor vitivinícola.

Algunas funcionan dentro de un área geográfica localizada mientras que otras tienen alcance territorial más amplio.

Así, la Federación se ubica en un espacio intermedio en la intersección de la relación entre lo local y lo global haciendo posible el flujo e intercambio de información, conocimientos y tecnologías.

En la trama de relaciones que participan los asociados de la Federación se encuentra ACOVI (Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas) precursora en el proceso de conformación y consolidación de Fecovita. ACOVI constituye un espacio de adhesión de reglas de pensamiento y de acción comunes, específicamente asume la representación de las cooperativas vitivinícolas de la República Argentina y representa a éstas ante los poderes públicos e instituciones privadas. Gestiona las relaciones de intercambio económico y social entre las cooperativas asociadas y otras cooperativas del país y del extranjero, y asesora a sus miembros sobre cuestiones relacionadas con la organización, funcionamiento, interpretación y fines de las sociedades cooperativas.

Dentro de las organizaciones de cooperativas de productores relacionadas con el ámbito rural, la Federación mantiene con la Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Ltda. (CONINAGRO) una larga trayectoria en la representación del sector. CONINAGRO es la entidad confederada de tercer grado que representa el interés gremial, la promoción e integración del cooperativismo agrario argentino. Proporciona asistencia técnica para la resolución de problemas de comercialización, organización interna y acceso al crédito, entre otras.

La cercanía entre estos actores al compartir un espacio de referencia institucional se basa en la adhesión de sus miembros a la representatividad, a las reglas comunes de pensamiento y de acción del cooperativismo.

Desde el área de desarrollo rural en la década de los '90 se puso en marcha varios programas destinados a los pequeños y medianos productores vitivinicultores.

La presencia de programas públicos y la proximidad e interacción entre las instituciones de apoyo al sector y los productores constituye una ventaja que Fecovita ha podido capitalizar realizando acciones conjuntas de colaboración.

Si bien las instituciones poseen intención de universalidad en su accionar le posibilitan a los productores una mejor competencia y control de etapas del proceso productivo.

Se han enfatizado aspectos referidos al fortalecimiento de la organización de los productores; la transferencia tecnológica; la innovación; articulación y formación de redes con entidades del medio de carácter: local, provincial, regional y nacional tendiendo a complementar las acciones con los diferentes proyectos regionales y especialmente al proyecto regional de Desarrollo de los Territorios. En esta línea el INTA participa en el Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) junto con COVIAR que permite la conformación conjunta de Centros de Desarrollo Vitivinícola en las provincias de Mendoza, San Juan y La Rioja.

En cuanto a las regulaciones que debe atender la actividad vitivinicultora se ejercen a través del Instituto Nacional de Vitivinicultura⁸ (INV). El INV, creado en 1959 como organismo competente para entender en la promoción y el contralor técnico de la producción, la industria y el comercio vitivinícolas⁹ interviene articulando acciones entre lo público y lo privado, brindando recursos y elementos necesarios para el cumplimiento del Plan Estratégico Vitivinícola Argentina 2020 (PEVI) en el cual Fecovita a través de ACOVI participa activamente.

El gobierno provincial también actúa en el sector a través del Fondo para la Transformación y el Crecimiento de la provincia de Mendoza que permite a los productores agrupados a Fecovita acceder a las líneas de financiamiento siendo la Federación agente de retención. El productor ofrece como garantía su producción con el respaldo de la entidad.

Por otra parte la estrecha relación con Credicoop, institución bancaria cooperativa, hace referencia a la importancia que tienen las sociedades cooperativas de trabajar conjuntamente en el plano de intereses comunes. El Banco tiene un acuerdo con Fecovita para el acceso de sus asociados a un programa de créditos para cosecha y acarreo de la producción.

La Federación en la articulación de los diferentes niveles que coordina - productores, cooperativas, técnicos- ha generado acciones colectivas con el objetivo de actuar sobre la problemática de los pequeños y medianos productores que facilite las condiciones político-institucionales para el desarrollo económico y social de los asociados y sus comunidades. Estas acciones requieren esfuerzos de capacitación, aprendizajes colectivos, adhesión de los

⁸ Organismo descentralizado dependiente de la SAGPyA del Ministerio de Economía y Producción de la Nación, con sede en la ciudad de Mendoza.

⁹ Desde 1995 tiene a su cargo el control de la producción, circulación, fraccionamiento y comercialización del alcohol etílico y del metanol. Sumándosele en 1999 ser el Organismo de aplicación de la Ley N°25.163 sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de los vinos de la Argentina.

protagonistas y acompañamiento interinstitucional en el territorio. La creación de nuevos vínculos y relaciones que trabajen de manera sinérgica, ha contribuido a que se potencien las capacidades de los grupos y comunidades necesarios para resolver las necesidades y llevar adelante un proceso de manera sostenida y a mayor escala. Pensar en una estrategia socioeconómica territorial supone la presencia de organizaciones públicas propiciando el aprendizaje permanente y generando plataformas de servicios técnicos, crediticios y científicos que movilice y acompañe los recursos y capacidades presentes en el territorio.

CAPÍTULO 5: UN ACERCAMIENTO A LA REALIDAD

Como herramienta de investigación optamos por mantener conversaciones con empresarios de bodegas del sur mendocino a quienes se les consultó, además de las formalidades propias de su estructura, su opinión sobre el acuerdo firmado entre las provincias de Mendoza y San Juan, los diferentes tipos de fuentes de financiamiento a los cuales tienen acceso, la supuesta amenaza de carencia de agua y una opinión global sobre la actualidad del sector vitivinícola. Decidimos estructurar la obtención de información en estas reuniones, de manera de asegurarnos una guía, y de volcar los datos con una cierta homogeneidad.

5.1. GUÍA PARA REUNIONES

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:

Tipo social:

Propietarios:

Actividad y Productos:

Principal

Secundarios

Exportación/Importación (Países)

Productos

ESTRUCTURA FINANCIERA:

Fuentes de financiamiento

Propias

Ajenas

Características y detalles.

OPINION:

Sobre: Acuerdo San Juan-Mendoza

Créditos otorgados por organismos públicos

Oferta actual de fuentes de financiamiento

Actualidad del sector vitivinícola

5.2. PUNTOS DE INTERÉS

En primer lugar, cabe destacar la limitación que encontramos en este tramo de la tarea de campo, ya que por diversos motivos fue difícil obtener las reuniones necesarias. Sólo en un caso nos solicitaron los temas a ser hablados por adelantado y concretamos una reunión; en el resto de los casos, nos brindaron la información contable de la cual pudimos obtener algunos datos.

En el mismo sentido, obtuvimos mayor atención desde los sectores cooperativos, que desde los sectores netamente privados que adoptaron algún tipo social de los de la ley de sociedades comerciales; si bien nuestra selección de establecimientos incluyó ambos sectores en mismas proporciones.

Haciendo referencia a la actividad y productos que se comercializan, encontramos como principal actividad la elaboración y fraccionamiento de vino. Como actividad secundaria se realiza la olivicultura, fundamentalmente en sociedades con estructura más compleja como lo son las sociedades anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada.

El abastecimiento de insumos (damajuanas, corchos, manijas, químicos, herbicidas, botellas, etiquetas, etc.) se realiza a través de proveedores de industria nacional en la mayoría de las bodegas.

En cuanto a exportación, las cooperativas de grado dos, en nuestro análisis, Fecovita, tiene la tercera posición dentro del ranking de empresas exportadoras al mundo entero en

término de volumen de vinos fraccionados. Los principales destinos de las exportaciones son: USA, Paraguay, Canadá, Reino Unido, Brasil, Países Bajos, Rusia, Dinamarca y otros.

En el caso particular de la Coop. General Alvear Ltda., asociada a ACOVIM (Asociación Cooperativas Vitivinícolas Mendoza), exporta principalmente a Perú.

Respecto del mercado mundial del mosto, éste es muy chico, Fecovita se presenta como una de las principales empresas exportadoras de mosto, por su trayectoria, su sistema y su calidad no sólo en el producto sino también en el servicio, lo que la hace avizorar como empresa líder a futuro.

Concluyendo con el tema exportación y entrelazándolo con política vitivinícola se puede mencionar la participación activa de Fecovita en eventos desarrollados en distintos países, degustaciones, visitas a clientes, etcétera, de manera de fortalecer las marcas de la empresa y fidelizar la relación con clientes.¹⁰

Uno de los temas de interés de este trabajo es conocer la fuente de financiación de las bodegas del sur mendocino. A través de la información recopilada, se observa que los empresarios locales son financiados en gran medida por los productores. Presentando como ejemplo el caso de la bodega Hijos de Ambrosio Schmid S.R.L., en donde la financiación de la uva es de 6 a 9 meses, los vinos se comercializan dentro de los 90 días y en el momento que el productor decida vender. Los pagos se realizan mediante cheques de terceros, propios o en efectivo. Los proveedores de insumos o productos agrícolas y otros relacionados con la actividad se manejan dentro de los términos de los 30 y 60 días de la fecha facturada, dependiendo de los contratos que cada empresario pueda lograr en forma independiente respaldado por su trayectoria, buen nombre, estructura física y demás garantías que se soliciten en cada caso.

Con respecto a la adquisición de Bienes de Uso, aproximadamente el 90 % de los encuestados recurre a un financiamiento de terceros; por ejemplo, Fecovita adquirió una maquinaria financiada con un préstamo del Banco BICE, cuyas condiciones fueron: un plazo de 5 años, el cual incluye 6 meses de gracia, con una tasa semivariable y garantía hipotecaria sobre una bodega asociada. Otro dato sobre compra de este rubro nos lo dio el administrador de la Cooperativa El Cerrito Ltda. sobre la compra de una maquinaria cuya financiación se la había brindado Fecovita a 24 meses. Por su parte la Coop. General Alvear Ltda. está gestionando ante las autoridades del Banco Nación Argentina para obtener un préstamo con

¹⁰Memoria y Balance General Fecovita ejercicio al 31 de diciembre de 2011

tasas de interés subsidiadas ya que esta se encuentra incluida en el Plan de la COVIAR de Asistencia a Productores Asociados. El monto solicitado es de \$1.100.000 que será destinado íntegramente a la incorporación de tecnología para mejorar la calidad de los vinos y sus costos.

Para la “Vendimia 2010” la financiación de los gastos de cosecha y acarreo de Fecovita y sus asociados se obtuvo a una de las tasas más bajas del mercado y a través de cuatro instituciones: Banco Credicoop, Banco San Juan, Banco Regional de Cuyo y Mendoza Fiduciaria.

Además, para el mismo organismo y utilizando el mismo sistema que en años anteriores, el Banco Credicoop financió \$18 por quintal de uva cosechada a las cooperativas asociadas logrando una asistencia de \$31.743.000. La tasa y garantía fueron combinadas, consistentes en un tramo a tasa fija con aval de Fecovita y la otra parte con un plus variable, con cesión de contrato de productos.

También rescatamos que los productores que reúnen los requisitos obtienen los subsidios otorgados por el Fondo de Transformación y Crecimiento consistente en la distribución de malla antigranizo. Fecovita obtuvo de este organismo un préstamo de \$17.000 millones.

Indagando la opinión sobre el mencionado acuerdo entre las provincias de San Juan y Mendoza, pudimos llegar a obtener una visión más clara sobre los siguientes aspectos:

- En primer lugar, el sector considera que el mismo tiene como fin eliminar del mercado vinos de uva de baja calidad, transformando la uva en mosto sulfitado que se puede comercializar y exportar en ese estado o bien transformándolo en mosto concentrado permitiendo, de acuerdo a los porcentajes fijados anualmente, mantener la rentabilidad de los productos que es el principal objetivo del acuerdo. Sacando del mercado las uvas mencionadas se evita de esa manera el sobrestock de vino, puesto que los precios fluctúan de acuerdo a la oferta y la demanda. Hay consenso en la favorabilidad de la medida para todo el sector.
- Respecto del porcentaje fijado en cada año para mantener el equilibrio de las existencias vínicas requeridas en el mercado, encontramos productores en desacuerdo con la cuantía, por considerarlo elevado, y arbitrario.
- En relación con el punto anterior, adicionalmente, se les consultó acerca de cómo conseguían el mosto para cumplir con el porcentaje fijado: si era elaborado por ellos, si lo compraban a otro establecimiento o si lo conseguían mediante

una especie de grupo económico para evitar la multa; por último si luego ese mosto era vendido en el comercio local o si era exportado.

Las respuestas fueron enriquecedoras, ya que tomamos conocimiento de la operatoria de las bodegas del departamento de General Alvear, que no conformes con el alto porcentaje impuesto de elaboración de mosto ya explicado anteriormente, se unen para conseguir el mosto faltante y evitar pagar la multa. Otros, en el caso de no lograr el porcentaje a través de la elaboración propia, lo adquieren de otras bodegas. En muchos casos la elaboración de mosto es destinada a exportación.

Como ejemplo de la operatoria, la Coop. General Alvear Ltda., elaboró una importante cantidad de mosto sulfitado cumpliendo los requerimientos legales establecidos por el INV y una vez determinados los requerimientos propios, el saldo lo mantendrá en stock para ejercicios siguientes.

En lo que se refiere a la opinión sobre la oferta de créditos por organismos públicos, encontramos que existe muy buena información en cuanto a los mismos por parte de los empresarios. Sin embargo, no son utilizados planteando como razones: autoabastecimiento, obtención de créditos entre bodegas asociadas en el caso de cooperativas; en otro orden, el alto matiz burocrático de estos créditos que llevan al desistimiento de los mismos, en esta última hay coincidencias en general.

Finalizando, acerca de la opinión sobre el sector vitivinícola, nos manifestaron que es una actividad totalmente competitiva, y que por lo tanto genera muchos altibajos que normalmente repercuten en los productores con precios que producen baja rentabilidad, excepto los de alta gama, es decir, los varietales y principalmente las variedades tintas.

Exteriorizaron la preocupación general que existe en el sector en relación a la abundante escasez de mano de obra, lo que genera que aumenten los costos, cuyo ejemplo claro en esta vendimia fue la recolección de uva.

CAPÍTULO 6: FUENTES DE FINANCIAMIENTO DISPONIBLES

Con relación a las fuentes de financiamiento, aspecto central en el desarrollo de este trabajo de investigación, se las puede definir como la manera a través de la cual una entidad se sustenta de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

La elección sobre las distintas fuentes de financiamiento se basan en gran medida en el costo de las mismas, este costo recibe el nombre de “costo de capital”. La estructura que queda conformada entre las diversas elecciones de financiamiento de la empresa se conoce como “estructura financiera de la empresa”.

Existen distintas fuentes de financiamiento que dependerán del tipo de empresa que se desarrolle, el importe que se necesita y el destino que se dará a los fondos. Entre las principales alternativas de financiamiento podemos mencionar: “fuentes propias” (aporte de los propietarios o socios) y “fuentes externas” que son capitales de terceros.

Fundamentalmente se realizará el análisis de las fuentes externas disponibles en el mercado. Para la elaboración de las definiciones anteriores se utilizaron apuntes de clases de la Cátedra Contabilidad Avanzada de la Delegación San Rafael de la FCE - UNCuyo, en el segundo semestre del año 2009.

6.1. FONDO PARA LA TRANSFORMACIÓN Y EL CRECIMIENTO DE MENDOZA

Es una entidad cuyo objetivo es brindar financiamiento a los distintos sectores de la economía, en forma directa o a través de alianzas con otros organismos públicos o privados, desarrollando herramientas de financiamiento innovadoras y adecuadas a las necesidades, realizando una eficiente gestión de los fondos, asegurando su correcta aplicación y recupero.

Entre las diferentes opciones que ofrece esta Entidad se encuentran¹¹:

¹¹ Líneas de Crédito FTyC.

6.1.1. Créditos hasta \$120.000

El objetivo es el financiamiento de inversiones en activos fijos de actividades agropecuarias, agroindustriales, industriales, mineros y de servicios. El monto máximo no podrá superar la suma de pesos ciento veinte mil (\$120.000), por persona física o jurídica y por proyecto, debiendo aportar el tomador por lo menos el veinticinco por ciento (25%) de la inversión inicial para llevar a cabo el proyecto.

No se admitirán solicitudes de financiamiento cuyo objeto y/o destino sea la implantación de vides y/o frutales. Los postulantes que no acrediten 1 año de antigüedad en la actividad podrán solicitar hasta pesos cuarenta y cinco mil (\$45.000).

La tasa variable nominal anual equivalente al cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos, de la cartera general del Banco de la Nación Argentina. La tasa de interés compensatorio podrá ser bonificada por parte de organismos con los que esta Administradora celebre acuerdos a tal efecto y en las condiciones que en ellos se establezcan. Los plazos máximos de gracia y amortización no podrán exceder de un (1) año y dos (2) años, respectivamente. El capital se amortizará en cuotas trimestrales o semestrales. Los intereses se abonarán en cuotas mensuales, trimestrales, semestrales o anuales vencidas, iguales y consecutivas.

No es necesaria la presentación de proyecto de inversión por parte del postulante. Se solicita la información correspondiente al emprendimiento y el flujo de fondos proyectados de la empresa solicitante correspondiente al período solicitado de financiamiento.

Las garantías podrán ser: hipotecarias; fianzas extendida por una entidad financiera; fianzas y/o avales extendidos por una Sociedad de Garantías Recíprocas; prendarias; warrants; cesiones de contratos de vino (sólo para productores integrantes de cooperativas asociadas a FECOVITA y/o dichas cooperativas); cesiones de contratos de uva con fianza de la bodega interviniente; Coparticipación municipal; Inmovilizaciones de vino y/o mosto sulfitado; otras garantías a satisfacción de la Administradora.

6.1.2. Créditos para exportaciones

Tienen como objeto financiar a empresas radicadas en Mendoza, la producción o fabricación, preparación, embalaje y despacho de bienes a exportar.

Se financia hasta el 85% del valor F.O.B. de la operación de exportación objeto del financiamiento.

Tasa Nominal Anual Libor Londres (180 días) vigente siete (7) días corridos anteriores al inicio de cada período de devengamiento, o el inmediato anterior hábil, si éste fuera inhábil, más dos puntos nominales anuales.

Respecto al procedimiento de otorgamiento del crédito, se realiza mediante precalificación de los postulantes a efectos de otorgar cupos de crédito a ser utilizados cuando se concreten las operaciones.

El postulante debe formular un proyecto de inversión que luego será evaluado por el FTyC.

La efectivización del crédito y su recupero será en billetes dólares estadounidenses.

6.1.3. Malla antigranizo

El objetivo es asistir financieramente a proyectos de inversión privada cuyo objeto sea la colocación de malla antigranizo a cultivos vitícolas, frutícolas, hortícolas y/o viveros, que se desarrollen en inmuebles ubicados en Mendoza. Se financiará el costo de adquisición de la malla, la estructura de colocación y la mano de obra.

Tabla 7. Componente financiable y valores de referencia de espalderos, protección tipo Grembiule con malla.

2,5 mts. entre hileras con tubos rotantes	\$ 13.029	1)
2,5 mts. entre hileras sin tubos rotantes	\$ 11.896	1)
2,2 mts. entre hileras con tubos rotantes	\$ 14.806	1)
2,2 mts. entre hileras sin tubos rotantes	\$ 13.518	1)

7. Fuente: Reglamento de condiciones particulares línea de crédito en pesos destinado a financiar proyectos de inversión privada de colocación de malla antigranizo

(1) Los montos detallados han sido determinados considerando una malla antigranizo de un metro de ancho.

En parrales, protección tipo doble vertiente:

Tabla 8. Componente financiable y valores de referencia

3,0 mts. entre hileras con tubos rotantes	\$ 46.566
3,0 mts. entre hileras sin tubos rotantes	\$ 43.455
2,5 mts. entre hileras con tubos rotantes	\$ 51.378
2,5 mts. entre hileras sin tubos rotantes	\$ 47.645

8. Fuente: Reglamento de condiciones particulares línea de crédito en pesos destinado a financiar proyectos de inversión privada de colocación de malla antigranizo

En frutales, protección tipo doble vertiente:

Tabla 9. Componente financiable y valores de referencia

5,0 mts. entre hileras con tubos rotantes	\$ 46.017
5,0 mts. entre hileras sin tubos rotantes	\$ 42.618
4,0 mts. entre hileras con tubos rotantes	\$ 51.245
4,0 mts. entre hileras sin tubos rotantes	\$ 46.995

9. Fuente: Reglamento de condiciones particulares línea de crédito en pesos destinado a financiar proyectos de inversión privada de colocación de malla antigranizo

Las tasas de interés compensatorio aplicables serán las que a continuación se detallan, en función de la superficie total cultivada de los inmuebles cuyas explotaciones detenten los postulantes al financiamiento.

Para postulantes que exploten inmuebles con una superficie total cultivada igual o inferior a 30 hectáreas: seis por ciento nominal anual (6% T.N.A.). En los créditos que soliciten

las Pymes se aplicará una bonificación parcial de la tasa de interés compensatorio dispuesto por Artículo 5º, inc. G de la Ley 6071.y se determinará sobre la base de la superficie cultivada total de todos los inmuebles que explote cada postulante.

Para postulantes que exploten inmuebles con una superficie total cultivada superior a 30 hectáreas: cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos de la cartera general del Banco de la Nación Argentina.

El plazo total máximo para la devolución del financiamiento será, en todos los casos, de cinco (5) años. Dicho plazo incluye el período de gracia, que será determinado por los técnicos del FTyC, en función de la edad y el estado de los cultivos.

Una cuestión importante es que no es necesaria la presentación de proyecto de inversión, solamente la información correspondiente al emprendimiento para el cual se solicita financiamiento. Y por otro lado sólo podrán acceder a esta línea los productores que acrediten tener cultivos con una cierta antigüedad de, al menos, la descrita en la siguiente lista:

Tabla 10. Antigüedad de cultivos

Cultivo	Antigüedad
Vid Durazno	4 años
Manzano, pera, membrillo, damasco, almendro, ciruelo y cerezo	5 años
Nogales	6 años
Olivos, variedades poco precoces (arauco, frantoio, entre otras)	8 años
Olivos variedades precoces (Arbequina, entre otras)	5 años
Cultivos anuales	2 años como mínimo

10. Fuente: Fondo para la Transformación y Crecimiento

No se solicita presentación de documentación contable en las solicitudes de financiamiento por un importe igual o inferior a pesos cuarenta y cinco mil (\$ 45.000.-). Las garantías podrán ser similares a las expuestas para los créditos para exportaciones.

Los tomadores de esta línea de crédito, cuyos financiamientos sean aprobados hasta el 31 de diciembre de cada año, podrán acceder a malla antigranizo a un precio más bajo del que ofrece el mercado, merced a un convenio que el FTyC firmó con la firma Agrinet SA.

6.1.3.1. Malla antigranizo para pequeños productores

Al igual que en el punto anterior el objeto es asistir financieramente a proyectos de inversión privada cuyo objeto sea la colocación de malla antigranizo a cultivos vitícolas, frutícolas, hortícolas y/o viveros, que se desarrollen en inmuebles ubicados en la Provincia de Mendoza, según los alcances de la Ley Provincial N° 8.159. Se asistirá a aquellos productores que detenten la propiedad de dichos inmuebles siempre que no superen, en su conjunto, las 30 Has. Se financiará el costo de adquisición de la malla, la estructura de colocación y la mano de obra. El monto máximo a financiar será el que demande la colocación de hasta dos (2) hectáreas.

El capital se devolverá en cuotas anuales y los intereses en cuotas semestrales. El plazo total máximo para la devolución del financiamiento será, en todos los casos, de hasta diez (10) años, incluida la gracia.

Las solicitudes de financiamiento que contemplen otros cultivos no incluidos en la lista precedente deberán contar con la autorización del director ejecutivo a fin de ser asistidos con dos (2) años de gracia. De un (1) año para los casos no contemplados en los puntos anteriores. Para ser asistidos los cultivos anuales, los productores deberán acreditar una antigüedad superior a los 2 años.

Los plazos de gracia señalados precedentemente podrán ampliarse en un (1) año cuando el/los solicitante/s acredite/n fehacientemente ser parte en procesos asociativos, de integración de productores o similares, lo que deberá acreditarse con la presentación de la documentación fidedigna que justifique tal vínculo (Ej. Contratos, etc.).

Los tomadores de esta línea de crédito, cuyos financiamientos sean aprobados hasta el 31 de diciembre de cada año, podrán acceder a malla antigranizo a un precio más bajo del que ofrece el mercado, merced a un convenio que el FTyC firmó con la firma Agrinet SA.

6.1.4. Equipos de riego

Tiene como objeto asistir financieramente a proyectos de inversión privada que contemplen la eficientización del uso del agua de regadío a través de la implementación de un sistema de riego presurizado (goteo, aspersión, etc.) y de la ejecución de todas aquellas obras

hídricas complementarias (perforaciones, represas, impermeabilizaciones, acueductos y obras eléctricas menores) necesarias para la puesta en marcha de tal obra, en inmuebles ubicados en la provincia de Mendoza.

Para la adquisición de equipos de riego el monto a financiar por postulante será de hasta:

- \$7.500 por ha de vid a beneficiar con riego por goteo.
- \$9.000 por ha de cultivos hortícolas a beneficiar con riego por goteo.
- \$8.500 por ha de frutales a beneficiar con riego por microaspersión.
- \$9.000 por ha a beneficiar con instalación de sistema pivot central.

Para el caso de obras complementarias: se financiará la ejecución de perforaciones, represas, impermeabilizaciones, acueductos y obras eléctricas menores, cuando las mismas sean complementarias a la implementación de un sistema de riego presurizado. Además se admitirá el financiamiento de obras destinadas a reemplazar y/o ampliar perforaciones existentes, sin la necesidad de la implementación de un equipo de riego presurizado. En este caso se financiará hasta \$300.000 y hasta el 75% del valor total de las obras.

No se solicita presentación de documentación contable en las solicitudes de financiamiento por un importe igual o inferior a pesos cuarenta y cinco mil (\$ 45.000.-). Para postulantes que exploten inmuebles con una superficie total cultivada igual o inferior a 30 hectáreas: seis por ciento nominal anual (6% T.N.A.).

En los créditos que soliciten las Pymes se aplicará una bonificación parcial de la tasa de interés compensatorio dispuesto por Artículo 5º, inc. G de la Ley 6071.y se determinará sobre la base de la superficie cultivada total de todos los inmuebles que explote cada postulante.

Para postulantes que exploten inmuebles con una superficie total cultivada superior a 30 hectáreas: cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos de la Cartera General del Banco de la Nación Argentina.

El plazo total máximo para la devolución del financiamiento será, en todos los casos, de cinco (5) años. Dicho plazo incluye el período de gracia, que será determinado por los técnicos del FTyC, en función de la edad y el estado de los cultivos. No es necesaria la presentación de proyecto de inversión, solamente la información correspondiente al emprendimiento para el cual se solicita financiamiento.

No se solicita presentación de documentación contable en las solicitudes de financiamiento por un importe igual o inferior a pesos cuarenta y cinco mil (\$ 45.000.-).

Las garantías que aceptan son las mismas que para el caso de créditos para exportaciones. Asimismo para los financiamientos en los cuales el plazo de gracia sugerido por el técnico sea mayor al año, sólo se aceptarán como garantías: Fianza extendida por Sociedad de Garantía Recíproca, fianza extendida por entidad financiera y/o hipoteca. En este último caso de constitución de garantías hipotecarias, la relación de cobertura establecida entre el Valor Neto de Realización asignado al inmueble ofrecido en garantía y el monto del crédito a acordar deberá ser al menos del 200%.

6.1.5. Sistema Ramé

Mediante este crédito se financian proyectos de inversión privada destinados a la transformación del sistema de conducción de vides al sistema Ramé y/o la colocación de malla antigranizo a cultivos conducidos por dicho sistema que se desarrollen en inmuebles ubicados en Mendoza.

Pueden ser cuatro los componentes a financiar: los costos de transformación del sistema de conducción en sistema Ramé (mano de obra y materiales); el costo de adquisición de la malla; la estructura de la colocación; o la mano de obra requerida para la instalación. En ningún caso se financiará el IVA de los componentes mencionados, en el caso de los responsables inscriptos, y de resultar aplicable dicho impuesto a los mismos.

La tasa de interés compensatorio aplicable será, según el destino del financiamiento:

- Créditos para Transformación del sistema de conducción: cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos de la Cartera General del Banco de la Nación Argentina.

- Créditos para colocación de malla antigranizo y para transformación del sistema de conducción y colocación de malla antigranizo en el mismo ciclo agrícola: las tasas de interés compensatorio aplicables serán las que a continuación se detallan, en función de la superficie total cultivada de los inmuebles cuyas explotaciones detenten los postulantes al financiamiento:

a) Para postulantes que exploten inmuebles con una superficie total cultivada igual o inferior a 30 hectáreas: Seis por ciento nominal anual (6% T.N.A.).

En los créditos que soliciten las Pymes se aplicará una bonificación parcial de la tasa de interés compensatorio dispuesto por Artículo 5º, inc. G de la Ley 6071.y se determinará sobre la base de la superficie cultivada total de todos los inmuebles que explote cada postulante.

b) Para postulantes que exploten inmuebles con una superficie total cultivada superior a 30 hectáreas: cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos de la Cartera General del Banco de la Nación Argentina.

El capital se amortizará en cuotas semestrales, iguales y consecutivas y cuyos vencimientos se determinarán a partir del vencimiento del período de gracia. Los intereses también se devolverán en cuotas semestrales.El plazo total máximo para la devolución del financiamiento será, en todos los casos, de cinco (5) años, uno (1) de gracia y cuatro (4) de amortización.

No es necesaria la presentación de proyecto de inversión, solamente la información correspondiente al emprendimiento para el cual se solicita financiamiento. Sólo podrán acceder a esta línea los productores que acrediten tener cultivos con una antigüedad similar a la expuesta en la Tabla 10.

6.1.6. Maquinaria agrícola

Se busca con esta línea de crédito lograr la modernización y tecnificación de las actividades agrarias que se desarrollan en Mendoza, permitiendo a la compra de tractores, maquinaria e implementos agrícolas nuevos. Permite la financiación de compra de tractores o maquinaria hasta \$ 150.000 y la adquisición de implementos agrícolas hasta \$ 50.000.El aportante deberá aportar como mínimo el veinticinco por ciento (25%) del monto de la inversión.

Cuenta con una tasa de interés compensatorio variable nominal anual equivalente al cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos, de la cartera general del Banco de la Nación Argentina. La misma podrá ser bonificada por parte de organismos con los que esta Administradora celebre acuerdos a tal efecto y en las condiciones que en ellos se establezcan.

El período de amortización no podrá exceder los cinco (5) años, sin período de gracia alguno. Tanto para el capital como para los intereses las cuotas de devolución serán semestrales o anuales.

No es necesaria la presentación de proyecto de inversión, solamente la información correspondiente al emprendimiento para el cual se solicita financiamiento.

6.1.7. Programa de bonificación de tasas bancarias

El FTyC bonifica tasas de bancos que operan en Mendoza y que dan créditos a las pequeñas y medianas empresas.

La operatoria financia capital de trabajo de empresas turísticas, prefinanciación y financiación de exportaciones y tarjetas agropecuarias.

Los Bancos adheridos a la fecha son: Credicoop, Galicia, Patagonia, Francés y Santander Río (para todos los destinos), HSBC y BICE (sólo para prefinanciación y financiación de exportaciones).

Tasa de bonificación según el destino: para capital de trabajo del sector turístico: seis (6) puntos nominales anuales; prefinanciación y financiación de exportaciones: dos y medio (2,5) puntos nominales anuales; operaciones con tarjetas de crédito agropecuarias: seis (6) puntos nominales anuales.

6.1.8. Optimización de recursos para cosecha

Financia la compra de bins, levanta bins, tractor elevador y volcador de bins, con el objeto de facilitar nuevas prácticas agrícolas de cosecha y/o tecnificar las ya existentes.

Monto a financiar será de \$300.000 por postulante y emprendimiento y para cooperativas y asociaciones es hasta \$2.000.000. El capital se amortizará en cuotas semestrales, iguales y consecutivas y cuyos vencimientos se determinarán a partir del vencimiento del período de gracia, en caso que corresponda, debiendo establecerse las fechas en oportunidad de la aprobación del financiamiento.

Los plazos máximos de gracia y amortización solicitados no podrán exceder de 1 año y 3 años, respectivamente.

6.1.9. Capital de trabajo

Línea de crédito destinada a micro, pequeñas y medianas empresas con emprendimientos industriales, mineros, agrícolas (labores culturales), pecuarios, industriales, mineros y/o de servicios localizadas en la provincia de Mendoza, cuyo objeto es el financiamiento de capital de trabajo requerido por las mismas.

El componente financiable y monto máximo guardará estricta relación con la propuesta del inversor. No se financiará pago de sueldos y contribuciones patronales (salvo en las labores culturales en emprendimientos agrícolas y en empresas turísticas), pago de servicios, tasas y contribuciones que demande el giro habitual de su actividad, pago de cánones por contratos de alquiler y/o arrendamiento y el IVA de las erogaciones cuya asistencia crediticia se solicita, ni el pago de combustible para empresas de transporte.

En el caso de labores culturales agrícolas a estos montos se adicionará lo que necesiten los productores que acrediten certificaciones de calidad (como por ejemplo Buenas Prácticas Agrícolas, EUREP-GAP o HACCP) y/o realice un manejo integrado del cultivo (donde se implementan técnicas alternativas para el control de carpocapsa).

Para empresas del sector turístico: hasta \$120.000, que también podrán usarse para el importe de sueldos y contribuciones patronales de hasta un máximo de tres meses de la nómina salarial, debidamente acreditada, correspondiente al establecimiento.

Tiene una tasa variable nominal anual equivalente al cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos, de la cartera general del Banco de la Nación Argentina. La misma podrá ser bonificada por el FTyC en hasta tres (3) puntos si el postulante acredita que sus cultivos fueron dañados en un 80%, como mínimo, por contingencias climáticas. También se podrá bonificar en hasta tres (3) puntos si el postulante acredita ser parte en procesos asociativos, de integración de productores o similares. Estas bonificaciones podrán ser acumulativas.

Los plazos de devolución del capital del crédito serán definidos para cada caso, conforme su destino o aplicación.

El capital se amortizará en cuotas iguales, consecutivas y con frecuencia mensuales o trimestrales, al igual que los intereses.

El plazo total (de gracia y amortización) no podrá exceder en ningún caso los quince (15) meses, salvo los emprendimientos pecuarios que no podrán superar los dieciocho (18) meses. Otra excepción estará dada cuando el postulante acredite, mediante presentación de constancia debidamente emitida por la Dirección de Contingencias Climáticas, que el emprendimiento para el cual se solicita el préstamo fue afectado por daños por granizo y/o heladas en un porcentaje igual o superior al 80%, para lo cual el plazo máximo del financiamiento no podrá superar los veinticuatro (24) meses. En el caso de las empresas de turismo, la devolución será de hasta 15 meses.

6.1.10. Cosecha, acarreo y elaboración de uva

Asiste financieramente a productores vitícolas y establecimientos vitivinícolas, que se encuentren inscriptos en el INV y cuyos emprendimientos se encuentren radicados en la provincia de Mendoza, respecto de los gastos en que incurran para cosecha y acarreo de uva y/o elaboración de productos vitivinícolas.

El monto a financiar para gastos de cosecha y acarreo se determinará en función del valor por quintal de uva a cosechar (será establecido oportunamente por el Director Ejecutivo de la Administradora Provincial del Fondo) y por la cantidad de uva a cosechar. En ningún caso la asistencia financiera total otorgada a cada postulante podrá superar los seis mil (6.000) quintales, ya se trate de uno o más financiamientos.

Los gastos de elaboración de productos vitivinícolas sólo se financiarán a aquellos establecimientos que elaboren la uva de los productores que soliciten créditos para cosecha y acarreo en esta operatoria, estando el monto máximo a financiar en función de los quintales que hayan sido objeto de financiamiento de los gastos de cosecha y acarreo ingresados al establecimiento perteneciente al postulante. El monto a financiar por quintal de uva elaborado se establecerá oportunamente por el Director Ejecutivo de la Administradora Provincial del Fondo.

6.1.11. Combustible contra heladas

Financia la adquisición de combustible destinado a la lucha activa contra heladas en inmuebles ubicados en la Provincia de Mendoza.

La viabilidad técnica de la solicitud como así también el monto a financiar a cada solicitante será determinada por la Dirección de Prevención y Contingencias a través de las Comisiones Administradoras Permanentes para la Defensa y Control de Accidentes Climáticos existentes en cada oasis productivo, quienes se expedirán mediante un informe técnico.

El monto máximo a financiar por postulante y por inmueble es de Pesos Cien Mil (\$ 100.000), sin perjuicio de la cantidad de titulares que presente cada inmueble. El financiamiento previsto será destinado a la adquisición de los combustibles aptos para su utilización en la lucha activa contra heladas, según indique la Dirección de Prevención y

Contingencias. El postulante deberá aportar como mínimo el veinticinco por ciento (25%) del monto de la erogación.

La tasa de interés compensatorio es variable nominal anual equivalente al cincuenta por ciento (50%) de la tasa de interés nominal anual variable vencida en pesos, de la cartera general del Banco de la Nación Argentina.

El crédito deberá reintegrarse en un pago de capital con más los intereses devengados, el día 15 de junio de cada ciclo agrícola.

Contra cada presentación por parte del proveedor del/los original/les del/los vale/s suscripto/s por la Administradora ya canjeados por combustible y el/ los comprobante/s oficial/es que así lo demuestre/n (remito conformado y factura, ticket-factura, etc.).Cada desembolso será liquidado vía transferencia bancaria a la empresa proveedora de combustible.

Como garantías se solicita un fiador personal con actividad o profesión independiente o en relación de dependencia. Deberán ser titular de al menos un inmueble .Con emisión o cesión de cheque diferido.

6.1.12. Créditos exportadores de mosto sulfitado y vino blanco¹²

El Gobierno de Mendoza, a través del Ministerio de Producción, Tecnología e Innovación y el Fondo para la Transformación y el Crecimiento, lanzó una operatoria de créditos para compra de vino blanco y mosto sulfitado, ambos con destino de exportación.

El FTyC, a través de Mendoza Fiduciaria, prestará los fondos a los exportadores y los valores de compra serán de \$ 1,20 el litro de vino blanco para exportación y de \$0,95 para mosto sulfitado y con un máximo de 120.000 litros por productor o tenedor de vino.

El crédito establece que el 75% de la compra tendrá una devolución a 120 días y el 25% restante será a 360 días, y a tasa 0.

¹² Noticias www.ftyc.com.ar

6.2. COVIAR (CORPORACIÓN VITIVINÍCOLA ARGENTINA)

La Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) está formada por un sector privado y parte del público. Como objetivos tiene promover la salida de vinos al mercado externo, aumentar el consumo interno de vino y la asistencia a los pequeños productores.

6.2.1. PROYECTO INTEGRACIÓN PEQUEÑOS PRODUCTORES¹³:

Este proyecto tiende a realizar un cambio estructural del pequeño y mediano productor, que se refleja en la transferencia de tecnología, donde se hace un trabajo en conjunto entre productor y técnico.

Implica la asistencia al productor a través de subsidios para la compra de materiales que apunte a la mejora tecnológica del viñedo y que permita que la producción sea más estable con el correr del tiempo. Uno de los beneficios a los que la mayoría podrá acceder, será la compra de materiales para la colocación de malla antigranizo.

Por ello, el productor debe integrarse a una cadena de valor, es decir integrarse con una bodega, donde ésta se compromete a comprarle la producción durante diez años a precio de mercado generándole estabilidad y además una asistencia técnica a los productores que dura cinco años.

En este proyecto "BID-COVIAR" se entregaron desde 3 mil a 20 mil dólares por hectárea, lo que varía de acuerdo al plan. El productor puede hacer cualquier inversión dependiendo de lo que justifique en el plan y en cuanto a la tarea de éste, debe poner una contraparte que a veces equivale al 50% del subsidio.

Por ejemplo, en San Rafael se han presentado unos 350 productores, lo que representa 3,5 millones de dólares en subsidios, a lo que se suma lo que deben poner los productores y alrededor de 2 mil hectáreas afectadas.

¹³ Diario San Rafael, Jueves 17 Marzo 2011 San Rafael – Mza.

6.2.2. PRÉSTAMOS¹⁴

La Corporación Vitivinícola Argentina firmó en Mendoza con el Ministerio de Agricultura de la Nación, un convenio para asistir a esta industria a través del Banco Nación. Las líneas de crédito lanzadas por la entidad oficial, tiene por objetivo alentar inversiones fijas y capital de trabajo en la industria del vino.

Tendrá una tasa anual de 8%, con un subsidio de seis puntos y un plazo de hasta ocho años. Estos préstamos darán impulso a la productividad de un sector clave para la economía de Mendoza ya que existen 25.000 productores, que con su trabajo generan 100.000 empleos directos e indirectos. De esta manera, se favorece a la inversión productiva de la vitivinicultura y a la parte industrial vitivinícola que corresponde a bodegueros.

Por medio de este convenio, se habilita una línea de crédito por un monto de hasta 100 millones de pesos, a tasa bonificada, que establece condiciones especiales para financiamiento de los establecimientos vitivinícolas.

6.3. FUNDACIÓN PROMENDOZA

6.3.1. Subprograma de Desarrollo de Mercados para Empresas Vitivinícolas Pyme¹⁵

Los objetivos de este Programa son generar actividades de fomento comercial y desarrollo de mercados para empresas vitivinícolas Pymes mendocinas, mediante capacitación específica, participación en ferias del sector, organización de rondas comerciales, aportes de fondos e integración en consorcios asociativos con productores primarios para lograr una mejor inserción, posicionamiento y rentabilidad en el mercado nacional e internacional y que, por ello, puedan aprovechar las ventajas y oportunidades de la exportación y/o diversificación de mercados.

Se llevan a cabo múltiples actividades de promoción y desarrollo, esperando beneficiar a 100 bodegas: rondas de negocios, PyMEXPORTA, misiones comerciales, ferias nacionales e internacionales.

¹⁴ Diario Los Andes, Sección Economía, 11/03/2011

¹⁵ Programa de Asistencia para la Cadena de Valor Vitivinícola Argentina, Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

Los criterios generales del Programa de Asistencia para la Cadena de Valor Vitivinícola Argentina, establecidos en el Convenio Marco firmado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación y el Gobierno de la Provincia de Mendoza, delimitan el grupo de solicitantes a ser financiados.

Dentro de dichos criterios generales y de acuerdo a la naturaleza del presente subprograma, los beneficiarios elegibles son aquellos que, inscriptos válidamente en los registros que se habiliten a tal fin, presenten las siguientes características:

a) Conformen un grupo asociativo integrado entre productores de uva de -al menos- 5 productores primarios de hasta 25 has. cada uno y con el 80% de ingresos provenientes de la actividad vitivinícola y al menos un establecimiento elaborador (bodega -elaboradora, trasladista y/o fraccionadora-, empaque de uvas, secadero, concentradora de mosto y otros establecimientos procesadores de uvas y vinos).

b) Estén radicados dentro de la Provincia de Mendoza.

c) Los establecimientos deberán contar con una trayectoria verificable de al menos 3 años.

d) Cada establecimiento elaborador de vinos y/o mostos deberá tener una capacidad productiva inferior a 10.000.000 de litros anuales. Para ello deberá presentar certificado provisto por el INV donde conste la capacidad productiva del establecimiento. Aquellos establecimientos elaboradores que cuenten con una capacidad productiva menor a 2.000.000 de litros, se encuentran exceptuados de cumplimentar el requisito "A" en lo referido a la conformación del grupo asociativo.

Asimismo en el caso de que un productor elabore hasta 100.000 litros de vinos en establecimiento de un tercero y comercialice por sus propios medios; en tal caso deberá presentar copia del último contrato de elaboración.

e) Estén en condiciones de co-financiar el costo de los servicios elegidos por la empresa para desarrollar el Plan de Negocios de Exportación y/o de Internalización presentado y aprobado por la Comisión ad-hoc pertinente.

6.3.2. Programa Pymexporta – Programa de internalización¹⁶

“El Programa Pymexporta es un instrumento creado por Fundación ProMendoza. Este programa está destinado a las pequeñas y medianas empresas de Mendoza para que puedan promocionar sus productos en el exterior, conseguir nuevos clientes y concretar exportaciones.

El objetivo del Programa Pymexporta es rembolsar, mediante el sistema de aportes no reintegrables, hasta el 50% los gastos de promoción en el exterior. De esta manera se brinda un apoyo a las empresas mendocinas -actual o potencialmente exportadoras- en las actividades tanto de desarrollo de nuevos productos y proyectos como de promoción comercial.

La Fundación ProMendoza periódicamente difunde las fechas de apertura y cierre de convocatorias para que las empresas presenten sus proyectos. Los que resulten aprobados tienen diez meses para ejecutar las actividades propuestas y recibir los reintegros correspondientes.”

Pueden ser beneficiarios: aquellas empresas responsables inscriptas (no monotributistas); aquellas que estén radicadas dentro de la provincia de Mendoza; y las que no hayan realizado ventas al exterior o empresas exportadoras, que tengan una facturación anual no superior a los 10 millones de pesos y cuyas exportaciones sean menores o iguales a 3 millones de pesos.

6.4. BODEGAS DE ARGENTINA-MENDOZA FIDUCIARIA-CUYO AVAL¹⁷

6.4.1. Créditos para pequeñas bodegas

El Gobierno de Mendoza junto a Bodegas de Argentina, ofrecen una línea de créditos para pequeñas bodegas. Se trata de nueva línea de financiamiento para capital de trabajo para pequeñas y medianas bodegas mendocinas que podrán ofrecer como garantía sus stocks vínicos varietales tintos.

Se trata de instrumentos financieros desarrollados como herramientas que creen valor a partir del conocimiento de las realidades y economías locales.

¹⁶ Programa Pymexporta-Información para Empresas, dependiente de ProMendoza.

¹⁷ www.mendozaeconomico.com, Sección Economía. (11/09/2010)

6.4.2. Línea de financiamiento para Capital de Trabajo

Cuyo Aval (sociedad mendocina de garantías recíprocas), Mendoza Fiduciaria y Bodegas de Argentina ofrecen una línea de financiamiento para capital de trabajo.

Esta línea de capital de trabajo para bodegas funciona a través de préstamos en entidades financieras o cheques propios de pago diferido comercializados en la Bolsa de Comercio. El plazo es de 180 días y la garantía son los stocks vínicos varietales tintos mediante la constitución de un fideicomiso.

Este tipo de financiamiento busca que todas las pequeñas y medianas bodegas de Mendoza accedan al crédito y por eso se ofrecen las mejores condiciones.

El proceso es el siguiente: la bodega manifiesta su interés en el financiamiento llenando un formulario básico, Cuyo Aval realiza la precalificación, la bodega completa la información crediticia y ofrece el vino en garantía y Bodegas de Argentina pondera a la empresa con atributos objetivos (como atributos del vino, marca, etc.). En ese momento Cuyo Aval analiza y autoriza la operación y se constituye el fideicomiso con Mendoza Fiduciaria para que la bodega reciba los avales. Cuando la bodega cancela el crédito, se le restituye el vino.

6.5. MENDOZA FIDUCIARIA S.A.

6.5.1. Fideicomiso de leasing para maquinaria de bodega¹⁸

Esta operatoria de leasing está destinada a la adquisición de maquinaria nueva para la industria vitivinícola en su etapa de elaboración, con el objeto de lograr la modernización y tecnificación de emprendimientos radicados en la provincia de Mendoza.

Serán admitidas las personas físicas y/o jurídicas que acrediten lo siguiente:

1. Que el solicitante sea titular, o detente derecho suficiente, sobre un establecimiento elaborador de productos vitivinícolas. En caso de que no sea titular, deberá acreditarse que sus derechos sobre el establecimiento elaborador exceden temporalmente el plazo de duración del leasing a criterio del comité.

¹⁸ Reglamento de condiciones, fideicomiso de leasing para maquinaria de bodega.

2. Que el establecimiento antes mencionado, se encuentre radicado en la provincia de Mendoza.
3. Que constituyan domicilio especial en la ciudad de Mendoza o en el radio urbano del departamento en el cual desarrollen su actividad, en el que serán válidas todas las notificaciones que se le realizaran con motivo de su participación en el fideicomiso, para todos los efectos judiciales y extrajudiciales que pudieran corresponder. Cualquier cambio en el domicilio especial constituido sólo producirá efectos desde la notificación fehaciente del mismo al fiduciario.
4. El monto total de la operación de leasing, neto del canon inicial, no podrá exceder de \$ 300.000.

El postulante tomador deberá aportar, como mínimo, el veinticinco por ciento del monto de la inversión, en concepto de canon inicial. El mismo deberá ser efectivizado al momento de la suscripción del contrato de leasing.

Asimismo, el resto de los cánones se abonarán en cuotas trimestrales, vencidas y consecutivas. El monto de los primeros cuatro cánones restantes podrá variar a criterio del comité.

El pago de los cánones se efectuará en una cuenta bancaria que a estos efectos habilite el fiduciario.

El comité podrá autorizar que el postulante tomador no efectivice el canon inicial, requiriendo en todos los casos la constitución de garantías complementarias que cubran el valor de dicho canon.

El postulante tomador podrá ejercer la opción de compra prevista en el contrato de leasing conjuntamente a la efectivización del último canon.

El inicio de cada operación quedará establecido en el contrato de leasing a suscribir con cada postulante tomador y comenzará a partir de la fecha de entrega de la maquinaria a adquirir.

El plazo de duración del contrato de leasing es de cinco (5) años a contar desde el inicio de la operación de leasing.

6.6. WINES OF ARGENTINA (WOFA)¹⁹

Wines of Argentina realizó un convenio con la Corporación Andina de Fomento (CAF) para mejorar la competitividad e internacionalización de los vinos, el mismo se denomina “Convenio de Cooperación Técnica no Reembolsable”.

La Corporación Andina de Fomento es una institución financiera multilateral, que presta servicios bancarios a diversos clientes mediante la movilización de recursos financieros desde los mercados internacionales hacia América Latina. Este apoyo a Wines of Argentina es considerado por la CAF como una acción estratégica para promover esta política en el país. La misma es una de las principales fuentes de financiamiento multilateral de la región andina y la principal fuente de financiamiento en el área de infraestructura en Latinoamérica

El propósito del mismo es brindarle asistencia al proyecto “Programa de Mejora Competitiva e Internacionalización de Bodegas Vinícolas Argentinas”, que busca incrementar la capacidad competitiva de bodegas vinícolas de mediana envergadura para la exportación, a través de un programa integral de capacitación y promoción internacional. Los fondos suman un total de 135.500 dólares.

6.7. BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA²⁰

6.7.1. Tarjeta Agronación

Ésta es la tarjeta de compra y crédito exclusiva para productores agropecuarios, que cuenta con el aval del Banco de la Nación Argentina.

Cuenta con una tasa variable nominal anual del 12% y una tasa efectiva anual del 12,69%. El costo financiero total (CFT) es 13,63%, calculado sobre un saldo de \$20.000 en 12 cuotas mensuales. Sin seguro de vida. Se consideró el IVA como crédito fiscal para el cliente, por lo cual no se incluye como componente del CFT, ya que el cliente puede recuperarlo por medio de su posición del IVA mensual. No incluye comisión por crédito contingente.

¹⁹ www.mendozaeconomico.com, Sección Empresas y Negocios (15/06/2010)

²⁰ www.bna.com.ar

6.8. BANCO CREDICOOP COOPERATIVO LIMITADO²¹

6.8.1. Tarjeta Agrocabal

Es una herramienta para financiar los insumos y servicios para el campo.

6.8.2. Financiación de inversiones, infraestructura y máquinas

Cuenta con créditos de inversión cuyo objetivo es la financiación de inversiones relacionadas con la actividad agropecuaria. El monto a financiar es hasta el 80% de la inversión a realizar y el plazo es de 60 meses. Éste se amortizará en forma mensual, trimestral o semestral, a elección del solicitante.

También ofrece créditos con tasas bonificadas para financiación de adquisición de maquinarias y equipos por convenio con empresas. El monto de esta financiación, al igual que el anterior es hasta el 80% de la adquisición en un plazo de 36 meses. Se puede amortizar, a elección del solicitante, en forma mensual, trimestral o semestral.

Por último, el Banco Credicoop también da créditos para infraestructura, adquisición de bienes y su capital de trabajo asociado con el destino de ampliación y/o mejoramiento de los mismos. El monto de éste es según la evaluación que se realice del proyecto y brinda un plazo de 36 meses amortizables en cuotas mensuales, trimestrales o semestrales.

6.8.3. Leasing Credicoop

Es una herramienta para facilitar la incorporación de bienes a la Pyme, a través de un contrato de alquiler con opción de compra. Permite la modernización de maquinaria, rodados y equipamiento permitiendo el reemplazo de bienes amortizados utilizando el bien recibido generando ingresos, mientras se abona el canon. Éste es mensual, trimestral o semestral según las posibilidades del flujo de fondos de la empresa.

Beneficios del leasing para el tomador:

- Financia el 100% del valor del bien

²¹ www.bancocredicoop.coop

- Los contratos de Leasing son en moneda local
- No inmoviliza capital de trabajo
- Deduce el IVA mensualmente en cada canon
- Deducción del total de cánones pagados en el plazo del contrato en el Impuesto a las Ganancias
- No tributa en el Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta

Beneficios del Leasing para las Pyme o empresas vendedoras:

- Credicoop dispone de una amplia red de filiales, lo cual facilita sus ventas en todo el país
- Cobro al contado de sus ventas
- Sus clientes tienen a su alcance los instrumentos financieros adecuados para adquirir en forma eficiente y segura los bienes que la Pyme comercializa

Los bienes sujetos de Leasing pueden ser:

- Equipos de computación y accesorios de informática
- Autos, camiones y camionetas
- Acoplados, semirremolques y cisternas
- Máquinas viales
- Autoelevadores
- Grúas
- Máquinas para la construcción
- Equipos de precisión como instrumentos de laboratorio
- Instrumental y equipos de uso profesional
- Maquinaria para la producción agropecuaria

Pasos del Leasing:

1. El asociado, o futuro asociado, elige el bien a adquirir e inicia el trámite en la filial respectiva.
2. El asociado y el banco firman el contrato. El Banco Credicoop trata con el proveedor sugerido, compra el bien a ser dado en leasing lo registra y contrata los seguros adecuados. El bien puede ser origen nacional o importado, ocupándose el banco de importarlo en este último caso.

3. Se produce la entrega del bien para ser usado durante el plazo del contrato. El asociado paga la tarifa y mantiene en buen estado el bien alquilado mientras lo usa, con opción a compra.
4. Al final del contrato, el asociado hace uso de la opción de compra, paga dicho valor residual y el bien pasa a su propiedad.

6.9. BANCO SAN JUAN²²

6.9.1. VISA BSJAGRO

Esta tarjeta le permite comprar insumos y maquinaria en diferentes planes de pago, acordes con los ciclos naturales de los distintos sectores de la industria agropecuaria. Esto se logra dando al comercio la posibilidad de acordar con el productor agropecuario el esquema de pago por las compras realizadas y permitiendo el diferimiento de cuotas, importe y fecha de ingreso de cada una de ellas.

Las ventajas de operar con VISA BSJagro son la disponibilidad inmediata de crédito. A través de una calificación inicial de crédito, VISA BSJagro posibilita la compra inmediata de insumos y servicio agropecuarios en forma ágil. Además permite acordar mejores precios y mayores plazos de financiación.

Con Visa BSJagro el productor y el vendedor pueden acordar libremente la forma de pago de las transacciones realizadas. Estas alternativas varían desde:

- Transacciones en un solo pago a liquidarse en el período actual.
- Transacciones en un solo pago diferidas.
- Transacciones en cuotas de pago consecutivo o alternado.
- Por importes fijos o variables dentro de un plazo máximo definido por el banco emisor.

Con visa BSJagro el establecimiento puede realizar transacciones de venta full autorizadas, con la posibilidad de cobro inmediato y sin riesgo.

²² www.bancosanjuan.com

CAPÍTULO 7: ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CONTABLE

7.1. ASPECTOS GENERALES

“La financiación empresarial está dada por la administración de recursos con que cuenta la empresa: capital propio versus capital ajeno. Y ver lo que más le conviene a la empresa. Este análisis se realiza a través del empleo de un índice: el leverage. La financiación de la empresa, propia o ajena, se relaciona con los rendimientos de la misma.” (Biondi, 2006)

Es importante, cuando se analiza la posibilidad de ver qué le conviene más a la empresa – si endeudarse con terceros o utilizar su propio capital- relacionar la tasa del mercado (retribución de los terceros, del “capital ajeno”) con el cómputo del capital propio en la empresa, es decir, la retribución a los *dueños* de la empresa (socios o accionistas), por estar utilizando su capital. Teniendo en cuenta esta retribución en este tipo de análisis, sí estaremos equilibrando estas situaciones. Otro tipo de análisis que también podría efectuarse es cuánto tiene que pagar la empresa por el capital de terceros para financiarse y cuánto obtendría en el caso de realizar ciertas colocaciones o inversiones transitorias de su propio capital, lo que sería un costo de oportunidad.

“No sólo deben considerarse los resultados financieros explícitos, dados por el interés que se paga en el mercado a terceros, el interés al que podría colocarse el dinero o cuánto obtendría la empresa, si colocara su capital, por ejemplo, en títulos públicos; también debe tenerse en cuenta la inflación producida en el período analizado, para compararla con los rendimientos del mercado.” (Biondi, 2006)

A continuación se desarrolla en especial cada una de las herramientas que luego serán utilizadas en el análisis de la información financiera objeto de estudio. Para su definición teórica se utilizó bibliografía técnica y apuntes de la Cátedra Contabilidad Avanzada de la Delegación San Rafael de la FCE – UNCuyo, del segundo semestre del año 2009.

7.2. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

7.2.1. Análisis horizontal

“Este tipo de análisis se basa en relaciones comparativas, se comparan sucesivamente varios estados contables y la evolución de los rubros de un año con respecto a otro. Es necesario, cabe aclarar, que todos los estados contables tienen que estar homogeneizados a moneda del último período analizado.” (Biondi, 2006)

Pueden hacerse con un año base, en cuyo caso se toma un año como tal, el más antiguo, y los posteriores se analizan con respecto a él, para determinar los incrementos o disminuciones sufridos por los rubros.

Se observan 2 técnicas como posibilidades a utilizar, una en valores absolutos, donde se restan valores, teniendo la variación el signo que corresponda; y otra en porcentajes de aumentos o disminuciones de cifras, se obtienen dividiendo la variación absoluta por la cifra del año más antigua y a ese cociente se lo multiplica por cien, y será positivo o negativo dependiendo del correlativo signo que tuvo la variación absoluta.

Surge como importante decir que cuando el año más antiguo arroja una cifra cero solamente puede calcularse la variación absoluta, ya que la relativa es matemáticamente incalculable.

7.2.2. Análisis vertical

Es el más difundido de los análisis y se practica en un año determinado; es decir, con los estados contables de un solo período, los cuales deben estar debidamente ajustados por inflación.

El análisis del Estado de Situación Patrimonial asigna las relaciones que cada rubro aporta al total del Activo y del Pasivo, más el Patrimonio Neto. Es decir, el total del Activo será 100, y cada rubro tendrá su porcentaje dividiendo, por ejemplo, sobre el total del Activo y multiplicando el cociente por 100. Así sucesivamente, se determinará la participación de cada rubro que conforma el Activo y el Pasivo más el Patrimonio Neto.

El análisis del Estado de Resultados es algo disímil; al rubro ventas brutas se le asigna un valor 100; cada rubro representará el porcentaje en relación con las ventas: dividiendo el

total de Devoluciones sobre ventas (por ej.) por las Ventas brutas y multiplicando el cociente por 100, tendremos el porcentaje de Devoluciones en relación con las ventas.

Es decir que en este Estado cada porcentaje genera un residuo decreciente hasta llegar a la Utilidad neta, que consiste a su vez en un porcentaje sobre las Ventas.

7.2.3. Análisis a través de índices o ratios

Según Mario Biondi (Biondi, 2006), razones son divisiones de 2 cifras; por ejemplo, el saldo de disponibilidades dividido el total del activo. Ratios son número de veces; por ejemplo, cuántas veces están contenidas las disponibilidades dentro del activo. Y los índices son porcentajes, las disponibilidades divididas el total del activo, por 100, nos dará el porcentaje que represente sobre el total del activo.

Consecuentemente, según el caso, ratios e índices pueden ser expresados en valores absolutos, valores unitarios o valores porcentuales.

7.3. TIPOS DE ANÁLISIS

7.3.1. Análisis de la situación financiera

7.3.1.1. Liquidez financiera

Se denomina liquidez financiera a la aptitud que tiene una empresa para afrontar el pago de compromisos que ha contraído como consecuencia de la evolución de sus negocios con los fondos que provienen de su desenvolvimiento comercial en el corto plazo.

La liquidez de una empresa consiste en comparar las disponibilidades, inversiones, bienes y derechos que presumiblemente se convertirán en dinero en el corto plazo, con las deudas exigibles dentro del año. En definitiva, constituye un indicio de las posibilidades de realización de su activo corriente.

La liquidez corriente constituye un guarismo que en la técnica del análisis financiero de las empresas se considera representativo de la mayor o menor facilidad con que una firma puede cumplir sus compromisos. La misma se obtiene con la relación entre el activo y el pasivo.

El resultado de la misma indicará la cantidad de pesos de activo corriente con que cuenta la empresa para afrontar su pasivo corriente.

Un factor que debe considerarse, complementando el porcentaje de liquidez, es la velocidad de rotación del activo corriente. Esa rotación puede tener, en determinados casos, una importancia mayor que la del propio índice que nos ocupa. Es de hacer notar, además, que el porcentaje de liquidez en cuestión no tiene en cuenta la descomposición de las partidas que integran su fórmula, así como tampoco el factor tiempo, importante tanto en la transformación, como en los cobros y pagos.

7.3.1.1.1. Rotación del activo

Es igual al total de Ventas dividido por el Activo total. El cociente, multiplicado por 100, dirá la vinculación de ambos conceptos. El ratio (sin multiplicar por 100) nos dirá el número de veces que el Activo está contenido en las Ventas, o sea, el número de veces que el Activo “rotó” en el período respecto de las Ventas.

7.3.1.1.2. Margen de utilidad

Al resultado final después de impuestos, se le debe adicionar el importe de los gastos financieros, y a ese resultado dividírselo por la suma de ventas o ingresos operativos. Indica la utilidad una vez pagados. También se conoce como relación de rentabilidad bruta. La relación entre el resultado bruto y el total de las ventas debería implicar normalmente valores superiores a cero, ya que es de esperar que el precio de venta de los bienes o servicios que la empresa comercializa, sea superior al costo de los mismos. Luego, sólo en situaciones de excepción, el resultado bruto será un quebranto.

7.3.1.2. Liquidez seca o prueba ácida

Persigue los mismos objetivos que el índice de liquidez comentado anteriormente pero es más exigente, pues elimina la consideración de los bienes de cambio y de otros activos corrientes que no respondan al concepto de disponibilidades, inversiones temporarias y créditos a corto plazo.

La liquidez seca es igual a la suma de disponibilidades, inversiones corrientes y créditos corrientes, dividido el pasivo corriente.

Proporciona una información adicional que permite interpretar más acertadamente el índice de liquidez corriente.

7.3.1.3. Extra seco de liquidez

Siguiendo en la misma línea de análisis que en los índices anteriores, ahora se propone relacionar el monto incluido en caja y bancos, es decir de liquidez inmediata, con el pasivo corriente para acercarse a un monto del porcentaje de las deudas de corto plazo que podrían cancelarse de manera inmediata. Es un indicador de liquidez más restrictivo.

En el análisis de la aplicación o interpretación de estos indicadores debe tenerse en cuenta que normalmente una empresa puede tener un alto nivel de resultados y sin embargo no ser capaz de pagar dividendos o disponer de fondos para invertir en nuevos equipos debido a restricciones de índole financiero.

7.3.1.4. Rotación de bienes de cambio

Consiste en dividir el costo operativo o costo de ventas del ejercicio con el promedio de los bienes de cambio del ejercicio, de manera de determinar cuántas veces se venden en el ejercicio los bienes de cambio promedio en existencia.

La velocidad de rotación de los bienes de cambio permite apreciar la frecuencia media con que dichos bienes se transforman durante el año en otros rubros más líquidos, por ejemplo, efectivo o cuentas por cobrar, dando una idea de los recursos financieros que se obtienen para cancelar los compromisos. En síntesis, pone de manifiesto las posibilidades de pago que otorga la evolución.

7.3.1.4.1. Ciclo de bienes de cambio

En este caso, se dividen los 365 días del año por el resultado de la rotación de bienes de cambio. El resultado representa el plazo promedio en días que tardan en venderse las existencias. En términos generales, cuanto menor sea el resultado obtenido, más rápida se supone que será la conversión de los bienes de cambio en dinero, y mayores los beneficios obtenidos.

Naturalmente, la importancia de este índice en la evaluación de los riesgos del crédito dependerá fundamentalmente de la actividad de la empresa, su modalidad de ventas, su política de existencias y las condiciones en que se desenvuelve la plaza.

7.3.1.5. Rotación de créditos por ventas

Se determina dividiendo los ingresos operativos o ventas por el promedio de los créditos comerciales del ejercicio. Como no es fácil obtener el dato de las ventas a crédito se utiliza el total de ventas del ejercicio.

Es importante considerar la incidencia del impuesto al valor agregado, pues normalmente en el monto total de las ventas se excluye dicho impuesto mientras que en los saldos a cobrar dicho importe está considerado, lo cual afecta la relación.

7.3.1.5.1. Ciclo de cobranzas

Consiste en dividir 365 sobre la rotación de los créditos por ventas de manera de determinar los días en que se cobrarán los Créditos mantenidos en cartera en promedio del ejercicio.

Este índice por sí solo no reviste mayor importancia, salvo que se tenga conocimiento del plazo medio de cobro de empresas de similar ramo y magnitud.

Es fundamental la comparación de este índice con el de rotación de deudas comerciales, resultando un hecho positivo para la determinación de la situación financiera si el plazo promedio de cobro de las ventas a crédito es menor que el de pago de las deudas comerciales. Si se da el caso contrario, podrían llegar a originarse dificultades financieras en el corto plazo en la empresa analizada.

Por último se deben tener en cuenta las falencias que este índice presenta, al no contemplar la incidencia de las ventas al contado, de situaciones estacionales, épocas de comercialización, etcétera.

7.3.1.6. Rotación de proveedores o de deudas comerciales

Consiste en dividir las compras a crédito con respecto al promedio de deudas comerciales del ejercicio. Normalmente en los estados contables básicos no surge el total de compras a crédito, como sucedáneo, suele tomarse el total de bienes de cambio.

Al igual que en los indicadores relacionados con la rotación de las cobranzas, también deberá segregarse o considerarse la incidencia del impuesto al valor agregado.

Determina el plazo medio de pago de las compras de bienes de cambio.

7.3.1.6.1. Ciclo de proveedores

Se dividen los 365 días del año en la rotación de proveedores indicando los días en que deben pagarse las deudas por la compra de bienes de cambio en promedio del ejercicio.

Debe señalarse que este indicador posee similares falencias que el anteriormente mencionado, al no contemplar las compras al contado, las épocas de compra, etcétera.

7.3.1.7. Brecha financiera

Básicamente surge de la suma de los ciclos del activo menos el ciclo del pasivo vistos anteriormente. Significa la cantidad de días en realizarse el activo, disminuido en la cantidad de días promedio en cancelar los pasivos.

7.3.1.8. Liquidez teórica

Se define como la relación entre la suma de los ciclos del activo y el ciclo del pasivo.

7.3.1.9. Liquidez comparativa

Relacionando la liquidez con la liquidez teórica obtenemos este cociente.

Una premisa básica a la hora de analizar estados contables es que ningún análisis será útil si no se compara con cifras predeterminadas (estándares, objetivos o pronósticos). El estudio de la realidad permitirá a través de la comparación con esas “predeterminaciones” obtener las variaciones o los desvíos y encauzar la proyección del futuro a través de la búsqueda de sus causas y soluciones o alternativas para su corrección.

7.3.2. Análisis de la situación patrimonial

La situación patrimonial de una empresa se refiere a la cuantía y composición de su activo, pasivo y patrimonio neto.

“En virtud de las operaciones que normalmente realiza la empresa, el patrimonio está sujeto a un cambio permanente, por lo cual la información sobre la situación patrimonial siempre estará referida a un momento determinado.” (Biondi, 2006)

7.3.2.1. Autonomía

Se define como el patrimonio neto sobre el valor del activo. El valor de este índice normalmente resultará menos a la unidad, ello implica que el total del patrimonio neto resulta un valor menor al total del activo. Además, cuanto más cercano a cero resulte el valor de esa

relación, menor será la solvencia o responsabilidad patrimonial de la empresa. Un valor negativo indicará déficit patrimonial.

Cuando no existan deudas o pasivo el valor de este índice será igual a la unidad, ya que en ese caso el patrimonio neto será igual al total del activo.

7.3.2.2. Dependencia

Se arma como una división entre el pasivo y el total del activo. En este índice el grado de solvencia o responsabilidad patrimonial estará representado por aquellos valores inferiores a la unidad, o en el peor escenario igual. Valores inferiores implican un déficit patrimonial asociado.

7.3.2.3. Endeudamiento

Consiste en el cociente entre autonomía y dependencia, o definido de otra manera, como la división entre patrimonio neto y pasivo. En este caso no existe un valor máximo, si bien no es posible la determinación de esta relación cuando no existen deudas o pasivo. Por otra parte en la eventualidad de que el valor de este índice resulte menor a cero (negativo) ello también implicará que el total del pasivo supera el total de los activos, en otras palabras existe déficit o insuficiencia patrimonial y por ende no existe responsabilidad patrimonial o solvencia.

Mide la participación de los terceros y de los propietarios en la financiación de la inversión total de la empresa.

La idea básica es que cuando menor sea el resultado, menos endeudada aparecerá la empresa ante el analista que está evaluando la posibilidad o no de otorgarle el crédito.

También en términos generales, cuanto mayor sea el resultado la empresa enfrentará limitaciones en la obtención de créditos en virtud de las altas tasas de interés y garantías adicionales que fijarán e impondrán los acreedores a fin de protegerse del riesgo lógico que supone otorgar créditos a empresas con elevado grado de endeudamiento.

7.3.2.4. Solvencia

Es otro enfoque de índice de endeudamiento y es la relación del patrimonio neto con el pasivo.

Responde a similares objetivos que el indicador visto anteriormente aunque, por el contrario, cuanto mayor sea el resultado, más solvente o menos endeudada aparecerá la empresa.

No obstante, y dependiendo del tipo y ramo de la firma, un resultado muy elevado puede señalar que el capital propio es excesivo y que no aprovecha con mayor amplitud sus posibilidades de créditos (siempre que éstos últimos estén dirigidos a aumentar el rendimiento de la empresa, o sea que la tasa de interés de las deudas fuera inferior a la del beneficio obtenido).

Si por el contrario el resultado es bajo, es síntoma de que los capitales propios son insuficientes, encontrándose la firma demasiado subordinada a sus acreedores y con un pasivo que puede constituir un riesgo para las finanzas de la empresa.

7.3.2.5. Inmovilizaciones

Refleja el grado de inmovilización de la inversión total y es la relación entre el activo no corriente y el total del activo.

Los valores resultantes dependerán fundamentalmente de las necesidades de activo fijos que demande la empresa, en función del ramo o actividad de la misma.

En términos generales, el incremento de los bienes de uso debería producir un aumento de ventas y de utilidades. Dicho incremento debe ser financiado con capital propio, con préstamos a largo plazo, o, en su caso, con capital de trabajo excedente. De esta forma se evitaría distraer en inmovilizaciones fondos que son necesarios para la evolución corriente de la firma.

7.3.3. Análisis de la situación económica

Los datos necesarios para efectuar el análisis de la situación económica se extraen, básicamente, del estado de resultados presentado por la empresa.

Fundamentalmente de la rentabilidad que tenga la firma depende su capacidad de autofinanciar sus actividades normales. Por tal motivo, el análisis de la rentabilidad tiene gran importancia para evaluar en alguna medida los riesgos crediticios inherentes.

Una empresa que no genere resultados positivos en una magnitud razonable, aunque refleje una adecuada situación patrimonial y financiera, representa un notable incremento del riesgo. Esto es lógico pues dichos resultados se reflejan posteriormente tanto en el aspecto financiero como en el patrimonial, manifestándose en este último con un incremento o una disminución del capital propio, según sean aquéllos positivos o negativos, respectivamente.

A continuación se detallarán los indicadores más frecuentemente utilizados por los analistas de crédito:

7.3.3.1. Rentabilidad de los Administradores

Se generaliza con la fórmula de dividir el resultado final más gastos financieros sobre el total del activo. Se detraen los resultados de pérdida originada por la financiación de pasivos, ya que la rentabilidad o resultado de la utilización de los activos no debería ser incidida por la forma en que los mismos se financian. No parece razonable que tanto la utilización de un activo o el costo del mismo varíe por el hecho de que para obtener el mismo, se hayan utilizado fondos de terceros ajenos al negocio o fondos propios.

Si bien resulta obvio que el resultado final de la gestión o de las operaciones de una empresa será diferente si los bienes o las operaciones se financian con una estructura distinta de financiamiento, la rentabilidad de los mismos debería quedar definida por sus características y no por la propiedad o control de los mismos.

7.3.3.2. Rentabilidad Neta del Activo

Es igual a la Ganancia Neta (ordinaria) sobre el Activo total multiplicado por 100. También se lo llama Retorno sobre el Activo; en este caso se trata al Activo como sinónimos de capital económico de la empresa. Parte del capital fue aportado por los socios, y parte, por los terceros. Es un buen índice de eficiencia o ineficiencia, sin interesar en esta instancia, quién aportó el capital.

7.3.3.3. Rentabilidad de los Capitales Propios

Es igual a la Ganancia neta (ordinaria), dividida por el Patrimonio neto, multiplicado por 100. Este índice es tremendamente importante, señala el gran objetivo de la empresa: conocer qué porcentaje se ha ganado (o perdido) respecto del capital propio invertido; en él se resume la eficiencia global de la empresa.

Cabe hacer algunas aclaraciones: el resultado del período se fue generando durante todo el desarrollo del mismo. El capital propio (Patrimonio Neto), consecuencia de ese resultado, va cambiando por lo tanto a medida que esos resultados se van generando. Lo ideal es relacionar el resultado del período con el patrimonio neto promedio del período.

7.3.3.4. Estructura de los capitales propios

Se determina mediante el cociente entre el valor del Activo y el valor del Patrimonio Neto. Permite conocer el porcentaje de activos financiados con Capital Propios, y no mediante endeudamiento.

7.3.3.5. Leverage

Este índice es útil para saber si después que la empresa ha pagado intereses por la utilización del capital ajeno le queda un margen de ganancia. Es la relación de la renta con el capital. Está formado por un cociente cuyo numerador es la relación de lo que la empresa ganó (Resultado neto) sobre el Capital propio, o sea, el Retorno sobre el capital; y el denominador está formado por la Ganancia (Resultado neto) más los Intereses que se pagaron a terceros y demás resultados financieros devengados (resultados inflacionarios, diferencias de cotización, otros resultados de tenencia) correspondientes al Pasivo (capital ajeno), dividido por el Capital propio más el Pasivo (capital ajeno).

Una premisa básica a la hora de analizar estados contables es que ningún análisis será útil si no se compara con cifras predeterminadas (estándares, objetivos o pronósticos). El estudio de la realidad permitirá a través de la comparación con esas "predeterminaciones", obtener las variaciones o los desvíos y encauzar la proyección del futuro, a través de la búsqueda de sus causas y soluciones o alternativas para su corrección.

7.4. ANÁLISIS PROPIAMENTE DICHO

A continuación y utilizando las herramientas antes mencionadas se ha efectuado un análisis de los Estados Contables de empresas que generosamente nos dieron acceso a los mismos. Los mismos se encuentran anexados al final del presente trabajo.

7.4.1. Fecovita

En el ejercicio 2009 se observa un incremento del 39% del Activo Total con respecto al ejercicio 2008; esta variación está impulsada principalmente por un aumento del 49% del Activo Corriente, motivado por el incremento del rubro Inversiones, Disponibilidades y Bienes de Cambio. Respecto al Activo No Corriente, el mismo tuvo un incremento del 4%.

A través del análisis del Estado de Flujo de Efectivo vemos que el aumento neto de efectivo con relación al ejercicio anterior de 87% se debe principalmente a la obtención de

préstamos de distintas entidades financieras la capitalización del ejercicio. Esto también significó un gran aumento en los Costos Financieros.

Los Bienes de Cambio aumentaron un 53% lo que se ve reflejado también en el aumento del rubro Deudas Comerciales. El aumento significativo en Inversiones Corrientes (142%) se debe a un depósito en Plazo Fijo en el Banco Credicoop, Banco Francés, Banco Industrial y Banco Santander Río.

El Pasivo Total aumentó un 43% impulsado por un incremento del Pasivo Corriente del 49%, como consecuencia principalmente, del aumento del rubro Deudas Comerciales (47%). El Pasivo No Corriente disminuyó el 2%, por la disminución de las Deudas Bancarias a largo plazo.

Las relaciones de Autonomía, Dependencia y Endeudamiento nos indican que la empresa depende en mayor medida de capitales ajenos (77%). Teniendo una estructura de financiación del 31%, esto significa que con los capitales propios se cubre un 31% del Pasivo Total.

La empresa se muestra solvente en un 122% generando así una garantía a los acreedores en caso de que ésta entre en estado de liquidación.

El grado de Inmovilización de la empresa es sólo de un 10%, aumentando los Bienes de Uso un 7% respecto del año anterior debido a la compra de un Inmueble y Maquinarias.

La cooperativa en el Corto Plazo cuenta con una liquidez real favorable.

Por otro lado la rotación en Bienes de Cambio demuestra que el stock rota aproximadamente 3 veces al año, con una demora promedio de 105 días. El promedio de cobranzas es de 19 veces en el año con una demora promedio de 19 días. Este dato nos llama la atención por el corto plazo de demora, pero encontramos aquí una limitación en el alcance, ya que no contamos con más información que pueda aclarar esta situación. Por último la rotación de proveedores es de aproximadamente 4 veces al año con un plazo promedio de pago de 100 días. Estos indicadores denotan una Brecha Financiera desfavorable, ya que demoran más tiempo en hacerse disponibles los Activos que en convertirse en exigibles los Pasivos.

Las ventas de vino fraccionado crecieron un 32% respecto del año anterior. Es de destacar que el crecimiento de este porcentaje se produjo en un entorno donde las salidas informadas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura eran menores con respecto al año

anterior. Además es importante resaltar que el citado aumento se produjo en un año con restricciones en la oferta de venta que obligó a la empresa a establecer una rígida cupificación a fin de satisfacer las necesidades de clientes habituales. El aumento de las primeras marcas de Fecovita fue muy importante durante el año 2009, pese a la relativa escases de vino y a la implementación de la cupificación comentada anteriormente. En cambio las segundas marcas retrocedieron debido al incremento en costos que acercaron los precios de las primeras y segundas marcas.

La cosecha 2009 se vio sensiblemente disminuida debido a una serie de factores que incidieron en el volumen de producción, no así en la calidad, que en general fue muy buena.

Los Costos de los Servicios Varios aumentaron notoriamente por el aumento de insumos, tanto en precio como en cantidad.

La presencia de capital ajeno nos muestra un riesgo de 26%, el cual le conviene asumirlo porque tiene una Ventaja Financiera favorable, es decir, que la rentabilidad de los propietarios es beneficiada a través de este endeudamiento.

7.4.2. Cooperativa El Cerrito Ltda.

El Cerrito Ltda. es una cooperativa de primer grado asociada a Fecovita Ltda., realizando por medio de esta la comercialización de gran parte de su producción, brindándole seguridad y puntualidad en su cobro.

En el ejercicio finalizado el 31 de julio de 2011 se muestra un incremento en el activo corriente del 15% impulsado en su mayoría por un aumento en los créditos. El activo no corriente se ve aumentado en un 12% por adquisición de nuevas maquinarias.

Como consecuencia de una mayor existencia de vinos se produce una mayor valorización de las cuentas por pagar comerciales correspondientes a los socios, incrementando el Pasivo Corriente en un 15%. Además las deudas bancarias aumentaron un 28% debido a un préstamo de Corto Plazo del Banco Credicoop para solventar la cosecha y acarreo de los socios. Las Deudas Financieras disminuyeron por la cancelación de una parte del préstamo obtenido de Fecovita para la compra de Bienes de Uso en años anteriores.

Con respecto a la situación financiera de largo plazo, podemos ver que la empresa se financia en gran medida con capitales ajenos con una dependencia del 73%. La garantía de los acreedores se encuentra asegurada ya que se presenta una solvencia del 138%. El grado de

inmovilización es un 5% aumentando con respecto al ejercicio anterior un los Bienes de Uso un 29%.

Por otro lado, en el Corto Plazo se observa una Brecha Financiera desfavorable debido a que los ciclos de Bienes de Cambio y cobranzas son mayores a los ciclos de pago generando un déficit en la balanza de pago que se contrarresta con la alta Liquidez Real, ya que si lo complementamos con el ratio de Liquidez Comparativa, este indica que por más que exista déficit hay dentro del Activo otros rubros que lo respaldan como Caja y Banco y Otros Créditos. En este punto notamos que el Ciclo de Bienes de Cambio, por su rotación de casi 423 días debería haber sido reclasificado una parte como No Corriente ya que supera el plazo de 1 año y de esta manera el análisis cambiaría. Esta situación no pudo ser superada debido a la limitación en cuanto al alcance a mejor información para el desarrollo del trabajo.

Con respecto al análisis de la Situación Económica se puede determinar un incremento en las ventas de similar proporción que los costos. Respecto a los gastos operativos si bien se ve un aumento del 34%, analizando el Anexo de gastos vemos importantes bajas en cuanto a gastos por honorarios, gastos de reparaciones y de mantenimiento de inmuebles e instalaciones respecto al ejercicio anterior generando un aumento en el Resultado Operativo del 89%.

En función del análisis de apalancamiento y ventaja financiera, es posible determinar fondos de terceros financiando el patrimonio de la empresa ya que la relación de estructura financiera es de 3,65. Si bien es significativa la presencia de Pasivos, el riesgo asociado no es relevante ($\text{Leverage} = 1,17$) la empresa se encuentra en Ventaja Financiera. Este último concepto genera mayor rentabilidad para los propietarios al financiarse con capitales ajenos que con propios, evitando la inmovilización de los fondos de la empresa.

7.4.3. Cooperativa General Alvear Ltda.

El Activo total aumentó un 19% respecto del ejercicio anterior denotando poca significatividad, pero dentro del mismo hubo fluctuaciones importantes. El rubro Bienes de Cambio aumentó un 109%, sin embargo las Deudas Comerciales lo hicieron sólo en un 54%, esto se debe a que gran parte se compró en efectivo, disminuyendo así Caja y Bancos en un 47%. Este rubro además se vio disminuido por la cancelación de un préstamo.

La empresa muestra un endeudamiento de un 53%, lo que indica la dependencia respecto a los capitales ajenos. Además manifiesta una solvencia de un 153%.

La Brecha Financiera es desfavorable, lo que muestra que los plazos en cobros, ya sea de Bienes de Cambio o Créditos por Ventas son mayores que el plazo de pago a los proveedores. A su vez esto no se puede contrarrestar con la Liquidez Real porque es menor que la Liquidez Teórica. Estos datos, aunque no menores, no implican que la empresa se encuentre en déficit. Por un lado, el capital de trabajo indica que la empresa puede operar sin inconvenientes en el corto plazo y por otro lado no contamos con información suficiente para ampliar la información.

El gran aumento en Resultado Operativo es debido a la reducción de costos y gastos operativos en mayor medida que la disminución en los ingresos por ventas, teniendo así una rentabilidad mayor.

En lo que hace al apalancamiento y ventaja financiera se puede analizar una gran presencia de capital ajeno en el financiamiento de la empresa (2,87) pero, por otro lado, la herramienta de ventaja financiera, que es la relación entre la rentabilidad de los capitales propios sobre la total de los administradores, nos indica que la empresa se encuentra en ventaja en lo que hace a financiamiento, con un riesgo no muy elevado de 1,20.

7.4.4. Cooperativa Algarrobo Bonito Ltda.

En el ejercicio 2010 se observa un incremento del 43% del Activo Total, con respecto al ejercicio 2009; esta variación está impulsada principalmente por un aumento del 74% del Activo Corriente, motivado por el incremento del rubro Créditos por Ventas (en gran medida), Otros Créditos y Bienes de Cambio. Respecto al Activo No Corriente, el mismo tuvo un incremento del 18%.

El Pasivo Total aumentó un 54% impulsado por un incremento del Pasivo Corriente del 54%, como consecuencia, principalmente, del aumento del rubro Préstamos (84%) y Otras Deudas (215%) entre otros. Asimismo, el Pasivo No Corriente aumentó en un 51% por la variación positiva de las Préstamos a largo plazo (176%) contrarrestado parcialmente por una disminución de las Deudas Comerciales.

Las relaciones de Autonomía, Dependencia y Endeudamiento nos indican que la empresa depende en mayor medida de capitales ajenos (70%). Teniendo una estructura de financiación del 42%, esto significa que con los capitales propios se cubre un 42% del Pasivo Total.

La empresa se muestra solvente en un 142% generando así una garantía a los acreedores en caso de que ésta entre en estado de liquidación.

El grado de Inmovilización de la empresa es de un 22%, aumentando los Bienes de Uso un 14% respecto del año anterior debido a la compra de Maquinarias.

La cooperativa en el Corto Plazo tiene una Liquidez Real desfavorable, el Activo Corriente es menor que el Pasivo Corriente, esto implica que la empresa tiene dificultades para afrontar las obligaciones de corto plazo. Como complemento de este ratio aparece la Brecha Financiera y Liquidez Teórica que también resultan ser desfavorables, ya que los pagos se producen con anterioridad a las cobranzas. Con estos datos y debido a la limitación en el alcance a mayor información no se podría asegurar que la empresa observa una insuficiencia de capital de trabajo.

La rotación en Bienes de Cambio demuestra que el stock rota aproximadamente 2,61 veces al año, con una demora promedio de 140 días. El promedio de cobranzas es de 5,69 veces en el año con una demora promedio de treinta y un días. Por último la rotación de proveedores es de 2,55 veces al año con un plazo promedio de pago de 143 días.

Las ventas de vino fraccionado crecieron un 87% respecto del año anterior.

Analizando en forma conjunta la estructura de capitales propios, el leverage y la ventaja financiera, surge claramente que la cooperativa puede aprovechar en mayor medida de la financiación a través del capital ajeno, ya que tiene un costo inferior al de financiación propia. De esta manera podrá mejorar la rentabilidad total de los Capitales Propios y la de los Administradores.

CONCLUSIÓN

La realidad de la actividad vitivinícola se plantea como un escenario a nivel global. Para realizar cualquier análisis es necesario tener en cuenta variables que se manejan e influyen mundialmente, como niveles de producción y consumo.

Las tendencias de los últimos años indican una producción agregada en descenso, y una producción nacional en crecimiento; en el caso del consumo mundial de vino, se ha observado una tendencia al aumento del mismo, contrapuesto a un descenso en el consumo nacional de esta bebida.

Partiendo de esta situación, se han planteado posibilidades para mejorar la rentabilidad y la estabilidad de esta industria en nuestro país. Así se observa una necesidad de descomprimir el caudal de uvas destinadas a la producción de vino, para redireccionar a la producción de mosto, que ha demostrado características de *commodity* global. Es por esto, que los Gobiernos de Mendoza y San Juan firmaron un tratado con miras en influir en las decisiones de los empresarios sobre el destino de la cosecha, que ha tenido buenos resultados reflejados en el precio de ambos productos.

Desde la óptica de los productores del sur mendocino, existe consenso en la necesidad y lo beneficiosa de la medida; pero se debe avanzar, y tener en cuenta las peculiaridades de esa región, caracterizada por menores rindes, y por una baja contribución a la saturación del mercado local, lo que en suma resulta en inequidad.

A pesar de todo, los productores han ideado métodos de colaboración, que les permiten cumplir con las legalidades y obtener resultados positivos.

Avanzando sobre la colaboración sectorial y regional, a través del estudio del PEVI hemos observado una solución integral para el sector vitivinícola, que nace del conocimiento profundo de su situación actual, y de la definición de metas razonables y representativas.

Luego de la desregulación y de la consecuente inserción del país como productor vitícola, es necesario un equiparamiento a los estándares mundiales. Es en este punto donde

vemos en el PEVI una herramienta fundamental para lograr el salto de calidad de los empresarios del sur. Uno de los objetivos estratégicos es el apoyo al desarrollo de pequeños productores de uva para integrarlos rentablemente en el negocio.

De otro modo, pero con similares resultados, la integración de los productores sureños en asociaciones cooperativas, está permitiendo avances en calidad en los productos y en el manejo de los emprendimientos. Es así que se brinda financiamiento a asociados, que no recurren masivamente al financiamiento ofrecido por entidades bancarias y estatales.

Es curioso observar que si bien la oferta en este plano es integral para la industria (capital de trabajo, bienes de uso, necesidades financieras, por nombrar algunas), y existe conocimiento de ella, no se accede a los mismos.

Claramente, las empresas bajo análisis necesitan profesionalizarse en el manejo financiero, lo que permitirá cumplir con los requisitos formales solicitados por entidades crediticias, y así lograr mejores resultados en este plano.

BIBLIOGRAFIA

Acosta, M. C., & Verbeke, G. (2008). La cooperación entre empresas cooperativas como una estrategia de desarrollo de redes asociativas. *Ponencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

Anaya, A. (13 de Abril de 2011). Contador Público Nacional. (M. B. Maria Elizabeth Cuadra, Entrevistador)

Argentina, B. N. (s.f.). *Banco de la Nación Argentina*. Recuperado el 5 de Enero de 2012, de http://www.bna.com.ar/agro/ag_tarjeta.asp

Balls, G. (11 de Marzo de 2011). Agricultura acordó con Coviar la entre de \$100 millones para prestamo. *Los Andes*, pág. E3.

Biondi, M. (2006). *Estados Contables Presentación, Interpretación y Análisis*. Buenos Aires: ERREPAR SA.

Cavagnaro, R. (24 de Julio de 2011). Sustentabilidad. La Vitivinicultura 2.0. *Los Andes*, pág. E5.

Césari, V. (6 de Marzo de 2011). *El mosto del país se posiciona en el exterior*. Obtenido de Diario Uno: <http://www.diariouno.com.ar/edimprensa/nota.php?id=266946>

Collado, P. A. (2006). *Desarrollo Vitivinícola en Mendoza- Argentina. Apuntes sobre su origen*. Santiago del estero, Argentina: ISSN 1514-6874 (Caicyt-Conicet).

Corporación vitivinícola Argentina- Plan Estratégico Vitivinicola 2020. (s.f.). Recuperado el 7 de Septiembre de 2011, de <http://vitivinicultura2020.com.ar/>

Cutropia, C. (2003): *El plan de marketing paso a paso*. ESIC. Madrid.

CUYOTREND Consulting. (18 de Febrero de 2011). Recuperado el 7 de Junio de 2011, de La voz del vino. El primer informe económico digital del productor viñatero: <http://www.cuyotrend.com.ar/2011/02/titulo-de-la-entrada.html>

Diario Uno. (20 de Marzo de 2011). *Japón es el segundo país al que Mendoza le vende más mosto*. Obtenido de Diario Uno: <http://www.diariouno.com.ar/edimprensa/2011/03/20/nota268066.html>

Eléjaga, J. A., & Navarro Viota, I. (1974). *Como interpretar un balance*. Bilbao: Ediciones Deusto.

FeCoViTa. (2006). Recuperado el 20 de noviembre de 2011, de <http://www.fecovita.com/>

Fila, C. A. (2007). *Análisis de Estados Contables. Herramientas Útiles*. Buenos Aires: ERREPAR SA.

Fondo Provincial para la Transformacion y Crecimiento de Mendoza. (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de <http://www.ftyc.com.ar>

Fuentes, M. Á. (4 de Septiembre de 2011). Caída de despachos y exportaciones, el cóctel más difícil para 2012. *Los Andes*, pág. E5.

Fundación Pro Mendoza. (s.f.). Recuperado el 15 de Octubre de 2011, de <http://www.promendoza.com/new/espanol/interna/programas/pymexporta.htm>

Gonzalez, O. (2011). Nueva línea crediticia del fondo, para vino y mosto. *Campo Andino & Agroindustria*, 6.

González, S. (29 de Junio de 2011). *WineSur*. Recuperado el 10 de Julio de 2011, de www.winesur.com: <http://www.winesur.com/es/noticias/se-reactivan-las-exportaciones-de-mosto>

INAES. (2007). Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de <http://www.inaes.gob.ar/>

La Coviar entregó subsidios a pequeños productores vitivinícolas de San Rafael. (17 de Marzo de 2011). *Diario San Rafael*, pág. 3.

López, M. (15 de Junio de 2010). Fondos Internacionales para bodegas Argentinas. *Mendoza Económico*, pág. E&N2.

López, M. (11 de Octubre de 2010). *Mendoza Económico*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2011, de <http://www.mendozaeconomico.com/2010/10/11/presentan-creditos-para-pequenas-bodegas/>

Mercados del vino y la distribución. (s.f.). Recuperado el 23 de Junio de 2011, de <http://www.mercadosdelvino.es/noticia/6711/Mercado-Global/producci%C3%83%C2%B3n-vitivin%C3%83%C2%ADcola-mundial-cae-niveles-hace-d%C3%83%C2%A9cada.html>

Ministerio de Producción y desarrollo económico. (s.f.). Recuperado el 20 de Septiembre de 2010, de http://www.produccion.sanjuan.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=334:acuerdo-san-juan-mendoza&catid=76:noticias&Itemid=126

Muñoz, M. (7 de Junio de 2011). *Mercados del vino y la distribución*. Recuperado el 23 de Julio de 2011, de www.mercadosdelvino.com: <http://www.mercadosdelvino.es/noticia/6711/Mercado-Global/producci%C3%83%C2%B3n-vitivin%C3%83%C2%ADcola-mundial-cae-niveles-hace-d%C3%83%C2%A9cada.html>

Newton, E. F. (1996). *Análisis de estados contables*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

Ruiz, H. A. (2007). *Fundamentos de economía*. Mendoza: H. A. Ruiz.

S.A., M. F. (s.f.). *Mendoza Fiduciaria S.A*. Recuperado el 28 de Agosto de 2011, de <http://www.mendozafiduciaria.com/imagenes/leasing/reglamento%20leasing.pdf>

Sasso, H. L. (1997). *Como analizar los Estados Contables para el otorgamiento de créditos*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

VELEZ JUNYENT, F. B. (1987). *La Cooperativa*. Buenos Aires: Ediar.

Winesur. (s.f.). Recuperado el 9 de Julio de 2011, de <http://www.winesur.com/es/noticias/se-reactivan-las-exportaciones-de-mosto>

ANEXOS

1. COOPERATIVA FECOVITA LIMITADA

1.1. Estados Contables

1.1.1. Estado de Situación Patrimonial y Cuadros de Análisis

Tabla 11. ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009 COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR (FECOVITA)

ACTIVO	2009	2008	PORCENTAJES HORIZONTALES
ACTIVO CORRIENTE			
Disponibilidades	17.733.157,88	9.496.721,43	87%
Inversiones	24.143.436,45	9.979.559,64	142%
Créditos	40.857.320,07	36.047.412,85	13%
Otros Créditos	41.371.099,31	31.933.070,48	30%
Bienes de Cambio	229.725.637,90	150.457.676,54	53%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	353.830.651,61	237.914.440,94	49%
ACTIVO NO CORRIENTE			
Inversiones	365.946,79	405.935,53	-10%
Bienes de Uso	43.744.518,44	40.800.060,18	7%
Bienes Inmateriales	27.402.349,39	27.242.886,70	1%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	71.512.814,92	68.448.882,41	4%
TOTAL ACTIVO	425.343.466,53	306.363.323,35	39%
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Deudas comerciales	242.151.023,36	164.468.357,86	47%
Deudas bancarias	21.697.652,45	24.507.639,05	-11%
Deudas financieras	19.071.924,54	0,00	
Cargas fiscales	6.058.220,98	4.466.070,19	36%
Remuneraciones y cargas soc	10.445.866,76	7.506.973,73	39%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	299.424.688,09	200.949.040,83	49%
PASIVO NO CORRIENTE			

Deudas bancarias	15.993.832,59	18.391.227,45	-13%
Previsiones	10.491.628,67	8.740.062,33	20%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	26.485.461,26	27.131.289,78	-2%
TOTAL PASIVO	325.910.149,35	228.080.330,61	43%
PATRIMONIO NETO	99.433.317,18	78.282.992,74	27%
TOTAL PASIVO Y PN	425.343.466,53	306.363.323,35	39%

11. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General 30mo. Ejercicio Fecovita Cooperativa Limitada.

Tabla 12. Análisis Situación Financiera de Corto y Largo plazo

ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA LARGO PLAZO		ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA CORTO PLAZO	
AUTONOMIA	23%	LIQUIDEZ	118%
DEPENDENCIA	77%	SECO DE LIQUIDEZ	41%
ENDEUDAMIENTO	31%	EXTRASECO LIQUIDEZ	14%
SOLVENCIA	122%	ROTACIÓN BS CBIO	3,46 VECES
INMOVILIZACIÓN	10%	CICLO BS CAMBIO	105,43 DÍAS
		ROTACION CRED X VTAS	19,22 VECES
		CICLO DE COBRANZA	18,99 DÍAS
		ROTACIÓN DE PROVEED	3,63 VECES
		CICLO PROVEEDORES	100,64 DÍAS
		BRECHA FCIERA	23,78
		LIQUIDEZ TEÓRICA	124%
		LIQUIDEZ COMPARATIVA	0,96

12. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General 30mo. Ejercicio Fecovita Cooperativa Limitada.

1.1.2. Estado de Resultados y Cuadros de Análisis

Tabla 13. Estado de Resultados por el ejercicio anual finalizado el 31/12/2009 comparativo con el ejercicio anterior

ESTADO DE RESULTADOS	2009	2008	% Horizontal
Venta vino fraccionado	610.766.863,27	462.287.035,28	32%
Costo vino fraccionado	-540.152.147,16	-415.816.532,83	30%
Ss. fraccionamiento y comercialización	70.614.716,11	46.470.502,45	52%
Venta damajuanas, Champagne y Agua	2.445.236,62	2.107.922,90	16%
Costo Damajuanas, Champagne y Agua	-1.937.395,68	-1.607.586,69	21%
Ss. Comercialización	507.840,94	500.336,21	1%
Venta Mercado Externo	117.061.031,61	106.546.320,43	10%
Reintegros	6.364.316,73	5.755.830,89	11%

Costo mercado externo	-114.747.755,05	-106.176.594,80	8%
Servicio de Exportación	8.677.593,29	6.125.556,52	42%
Precios servicios varios	1.263.692,12	432.313,02	192%
Costos servicios varios	-1.258.250,61	-202.920,98	520%
Servicios varios	5.441,51	229.392,04	-98%
Total ingresos por servicio	79.805.591,85	53.325.787,22	50%
Costo servicios prestados			
De comercialización	-35.252.256,42	-27.483.074,35	28%
De administración	-17.128.684,11	-13.996.877,09	22%
Financieros	-5.893.087,74	-5.785.282,49	2%
Total gastos operativos	-58.274.028,27	-47.265.233,93	23%
Resultados financieros y por tenencia	934.537,04	442.258,11	111%
Resultado ordinario	22.466.100,62	6.502.811,40	245%
Resultado final global del ejercicio	22.466.100,62	6.502.811,40	245%

13. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General 30mo. Ejercicio Fecovita Cooperativa Limitada.

Tabla 14. Análisis de la Situación Económica

ANÁLISIS SIT ECONÓMICA	
RENTABILIDAD DE LOS ADM	7%
MARGEN DE UTILIDAD	0,04
ROTACION DEL ACTIVO	1,72
RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	5%
RENTABILIDAD DE LOS CAP. PROPIOS	23%
ESTRUCTURA CAP. PROPIOS	4,28
LEVERAGE	1,26
VENTAJA FINANCIERA	3,39

14. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General 30mo. Ejercicio Fecovita Cooperativa Limitada.

2. COOPERATIVA EL CERRITO LIMITADA

2.1. Estados Contables

2.1.1. Estado de Situación Patrimonial y Cuadro de Análisis

Tabla 15. ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL AL 31 DE JULIO DE 2011 COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR

	2011	2010	% HORIZONTALES
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
Caja y Bancos			9%

	955.052,97	877.897,25	
Créditos por ventas	229.193,03	51.209,38	348%
Otros créditos	237.144,51	85.696,10	177%
Bienes de cambio	5.353.247,30	4.854.070,04	10%
Total activo corriente	6.774.637,81	5.868.872,77	15%
ACTIVO NO CORRIENTE			
Otros créditos	13.457,87	14.813,90	-9%
Inversiones	366.675,43	366.675,43	0%
Bienes de uso	361.962,18	279.740,53	29%
Total activo no corriente	742.095,48	661.229,86	12%
Total activo	7.516.733,29	6.530.102,63	15%
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Cuentas por pagar comerciales	5.112.034,96	4.376.851,44	17%
Deudas bancarias	56.827,75	44.417,20	28%
Deudas financieras	28.406,74	26.798,81	6%
Deudas fiscales	63.273,71	53.624,23	18%
Remuneraciones y cargas sociales	12.791,18	11.047,61	16%
Otras deudas	123.716,19	181.420,97	-32%
Total pasivo corriente	5.397.050,53	4.694.160,26	15%
PASIVO NO CORRIENTE			
Deudas financieras	59.386,04	87.792,81	
Total pasivo no corriente	59.386,04	87.792,81	-32%
Total pasivo	5.456.436,57	4.781.953,07	14%
PATRIMONIO NETO	2.060.296,72	1.748.149,56	18%

TOTAL PASIVO Y P. NETO	7.516.733,29	6.530.102,63	15%
-------------------------------	--------------	--------------	-----

15. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio social N° 42 Cooperativa El Cerrito Limitada.

Tabla 16. Análisis de la Situación Financiera de Largo y Corto plazo

ANÁLISIS SIT FCIERA LARGO PLAZO		ANÁLISIS SIT FCIERA CORTO PLAZO	
AUTONOMIA	27%	LIQUIDEZ	126%
DEPENDENCIA	73%	SECO DE LIQUIDEZ	26%
ENDEUDAMIENTO	38%	EXTRASECO LIQUIDEZ	18%
SOLVENCIA	138%	ROTACIÓN BS CBIO	0,86 VECES
INMOVILIZACIÓN	5%	CICLO BS CAMBIO	422,75 DÍAS
		ROTACION CRED X VTAS	42,67 VECES
		CICLO DE COBRANZA	8,55 DÍAS
		ROTACIÓN DE PROVEED	1,03 VECES
		CICLO PROVEEDORES	353,01 DÍAS
		BRECHA FCIERA	78,30
		LIQUIDEZ TEÓRICA	122%
		LIQUIDEZ COMPARATIVA	1,03

16. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio social N° 42 Cooperativa El Cerrito Limitada.

2.1.2. Estado de Resultados y Cuadros de Análisis

Tabla 17. Estado de Resultados al 31 de Julio de 2011 comparativo con el ejercicio anterior

	2011	2010	%
RESULTADOS OPERATIVOS			HORIZONTAL
Ingresos Sección Vitivinícola	4.944.379,66	3.297.117,25	50%
Ingresos Sección Consumo	56.838,98	42.032,73	35%
Costos Sección Vitivinícola	-4.350.435,72	-2.897.322,22	50%
Costo Sección Consumo	-56.032,32	-42.054,22	33%
Resultado Bruto	594.750,60	399.773,54	49%
GASTOS			
De Administración	-238.425,22	-177.788,88	34%
Financiación	-76.175,63	-73.923,66	3%
Resulttado Operativo	280.149,75	148.061,00	89%
RESULTADOS NO OPERATIVOS			
INGRESOS NO OPERATIVOS			

Venta de Bienes de Uso	-	-	
Rdo. Inv. Entre Relacionados	156.356,78	101.839,73	54%
Otros Ingresos	4.500,00	29.294,91	-85%
EGRESOS NO OPERTIVOS			
Costo de Venta de Bienes de Uso	-	-	
Otros Egresos	-	-	
Resultado no operativo	160.856,78	131.134,64	23%
Resultado Final	441.006,53	279.195,64	58%
CLASIFICACIÓN DEL EXCEDENTE			
Rdo. por la gestión coop. Con asociados	280.149,75	148.061,00	89%
Rdo. por la gestión coop. Con no asociados	-	-	
Redos. por op. ajenas a la gestión coop.	160.856,78	131.134,64	23%
Resultado Final	441.006,53	279.195,64	58%

17. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio social N° 42 Cooperativa El Cerrito Limitada.

Tabla 18. Análisis Situación Económica

ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA		
RENTABILIDAD TOTAL DE LOS ADM		7%
MARGEN DE UTILIDAD	0,10	
ROTACION DEL ACTIVO	0,67	
RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO		6%
RENTABILIDAD DE LOS CAPITALES PROPIOS		21%
ESTRUCTURA CAP PROPIOS	3,65	
LEVERAGE	1,17	
VENTAJA FINANCIERA	3,11	
RODIAF	517.182,16	

18. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio social N° 42 Cooperativa El Cerrito Limitada.

3. COOPERATIVA GENERAL ALVEAR LIMITADA

3.1. Estados Contables

3.1.1. Estado de Situación Patrimonial y Cuadros de Análisis

Tabla 19. Estado de Situación Patrimonial por el ejercicio anual finalizado el 30/06/2011 comparativo con el ejercicio anterior

	2011	2010	%
ACTIVO			HORIZONTAL
ACTIVO CORRIENTE			
Caja y Bancos	736.282,85	1.387.380,57	-47%
Créditos por ventas	1.843.059,42	2.405.578,41	-23%
Otros créditos	503.136,97	376.307,41	34%
Bienes de cambio	5.697.618,99	2.729.427,85	109%
Total activo corriente	8.780.098,23	6.898.694,24	27%
ACTIVO NO CORRIENTE			
Inversiones	390.368,51	370.075,76	5%
Bienes de uso	2.516.343,98	2.563.785,04	-2%
Activos Intangibles	6.270,98	6.270,98	0%
Total activo no corriente	2.912.983,47	2.940.131,78	-1%
Total activo	11.693.081,70	9.838.826,02	19%
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Deudas Comerciales	6.329.706,99	4.102.606,70	54%
Deudas bancarias	1.032.003,71	1.772.063,82	-42%
Otras Cuentas por Pagar	202.188,09	198.989,60	2%
Total pasivo corriente	7.563.898,79	6.073.660,12	25%
PASIVO NO CORRIENTE			
Deudas Bancarias	-	50.000,00	-100%
Previsiones	61.317,79	54.600,63	12%
Total pasivo no corriente	61.317,79	104.600,63	-41%
Total pasivo	7.625.216,58	6.178.260,75	23%
PATRIMONIO NETO			11%

	4.067.865,12	3.660.565,27	
TOTAL PASIVO Y P. NETO	11.693.081,70	9.838.826,02	19%

19. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico N° 44 Cooperativa General Alvear Limitada.

Tabla 20. Análisis de la Situación Financiera de Corto y Largo plazo

ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA LARGO PLAZO		ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA CORTO PLAZO	
AUTONOMIA	35%	LIQUIDEZ	116%
DEPENDENCIA	65%	SECO DE LIQUIDEZ	41%
ENDEUDAMIENTO	53%	EXTRASECO LIQUIDEZ	10%
SOLVENCIA	153%	ROTACIÓN BS CBIO	1,97 VECES
INMOVILIZACIÓN	22%	CICLO BS CAMBIO	185,07 DÍAS
		ROTACION CRED X VTAS	5,69 VECES
		CICLO DE COBRANZA	64,12 DÍAS
		ROTACIÓN DE PROVEED	2,16 VECES
		CICLO PROVEEDORES	168,81 DÍAS
		BRECHA FCIERA	80,38
		LIQUIDEZ TEÓRICA	148%
		LIQUIDEZ COMPARATIVA	0,79

20. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico N° 44 Cooperativa General Alvear Limitada.

3.1.2. Estado de Resultados y Cuadro de Análisis

Tabla 21. Estado de Resultados al 30 de Junio de 2011 comparativo con el ejercicio anterior

ESTADO DE RESULTADOS	2011	2010	%
INGRESOS			HORIZONTAL
Venta de Vinos Fraccionados	9.934.371,11	10.586.070,02	-6%
Venta de Mostos concentrados	14.704,00	36.998,50	-60%
Venta de Envases y Sub-Productos	45.006,76	4.302,66	946%
TOTAL INGRESOS	9.994.081,87	10.627.371,18	-6%
menos:			
COSTOS			
Costo de Venta de vinos Envasados	-8.299.291,94	-9.023.984,40	-8%
Costo de Venta de Mostos Concentrados	-8.820,80	-25.996,30	-66%
Costo de Venta de Envases y Sub-Productos	-2.015,45	-1.015,64	98%
TOTAL DE COSTO DE VENTAS	-8.310.128,19	-9.050.996,34	-8%
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN	1.683.953,68	1.576.374,84	7%
menos:			

GASTOS OPERATIVOS			
Administración	-527.408,55	-447.764,87	18%
Comercialización	-781.733,97	-972.059,07	-20%
Financieros	-84.730,27	-129.197,69	-34%
RESULTADO OPERATIVO	290.080,89	27.353,21	961%
INGRESOS NO OPERATIVOS			
Alquileres	20.400,00	19.100,00	7%
Servicios a No Asociados	65.837,90	218.733,67	-70%
Intereses y Descuentos Ganados	4.776,49	3.360,31	42%
Diferencia de Cambio	36.076,68	5.482,95	558%
Reintegro de Derechos Aduaneros	14.389,85	2.351,63	512%
Resultado de Venta de Bienes de Uso	0,00	13.000,00	-100%
Retornos Percibidos Coop La Segunda Ltda.	397,61	0,00	
Servicio Administrativo Sepyme	0,00	48.386,84	-100%
Gastos Recuperados	1.325,98	4.524,24	-71%
SUBTOTAL	143.204,51	314.939,64	-55%
RESULTADO NO OPERATIVO	143.204,51	314.939,64	-55%
EXCEDENTE DEL PERIODO	433.285,40	342.292,85	27%

21. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico N° 44 Cooperativa General Alvear Limitada.

Tabla 22. Análisis de la Situación Económica

ANÁLISIS SIT ECONÓMICA	
RENTABILIDAD TOTAL DE LOS ADM	4%
MARGEN DE UTILIDAD	0,05
ROTACION DEL ACTIVO	0,85
RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	4%
RENTABILIDAD DE LOS CAPITALES PROPIOS	11%
ESTRUCTURA CAP PROPIOS	2,87
LEVERAGE	1,20
VENTAJA FINANCIERA	2,40

22. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico N° 44 Cooperativa General Alvear Limitada.

4. COOPERATIVA ALGARROBO BONITO LTDA.

4.1. Estados Contables

4.1.1. Estado de Situación Patrimonial y Cuadros de Análisis

Tabla 23. Estado de Situación Patrimonial por el ejercicio anual finalizado el 31 de Julio de 2011 comparativo con el ejercicio anterior

COOPERATIVA VITIVINÍCOLA ALGORROBO BONITO LIMITADA
ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL AL 31 DE JULIO
DE 2011 COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR

	2011	2010	%
			HORIZONTAL
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
Caja y Bancos	936.210,64	1.108.193,42	-16%
Créditos por Ventas	2.285.215,05	744.513,18	207%
Otros Créditos	1.342.240,52	848.023,30	58%
Bienes de Cambio	5.986.212,99	3.272.759,53	83%
Otros Activos	73.351,39	123.535,24	-41%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.623.230,59	6.097.024,67	74%
ACTIVO NO CORRIENTE			
Bienes de Uso	5.195.359,52	4.556.083,24	14%
Inversiones Permanentes	3.602.118,91	2.887.439,75	25%
Activos Intangibles	63.871,29	63.871,29	0%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	8.861.349,72	7.507.394,28	18%
TOTAL ACTIVO	19.484.580,31	13.604.418,95	43%
Cuentas de Orden	7.348.944,45	4.279.092,11	72%
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Deudas			
Comerciales	6.951.568,58	4.666.921,66	49%
Préstamos	3.326.774,23	1.806.037,45	84%
Remuneraciones y cargas			
Sociales	179.415,65	193.446,43	-7%
Cargas Fiscales	428.100,31	436.482,37	-2%
Otras	129.232,11	41.068,82	215%
Total Deudas	11.015.090,88	7.143.956,73	54%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	11.015.090,88	7.143.956,73	54%
PASIVO NO CORRIENTE			
Deudas			
Comerciales	24.640,00	280.000,00	-91%
Préstamos	1.348.780,19	488.988,33	176%
Cargas Fiscales	102.722,23	117.940,39	-13%
Otras	1.219.672,21	900.945,81	35%
Total Deudas	2.695.814,63	1.787.874,53	51%
Previsiones	0,00	0,00	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	2.695.814,63	1.787.874,53	51%
TOTAL DEL PASIVO	13.710.905,51	8.931.831,26	54%
PATRIMONIO NETO	5.773.674,85	4.672.587,69	24%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	19.484.580,36	13.604.418,95	43%

Cuentas de Orden	7.348.944,45	4.279.092,11	72%
------------------	--------------	--------------	-----

23. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico finalizado el 31 de Julio de 2011 Cooperativa Algarrobo Bonito Limitada.

Tabla 24. Análisis de la Situación Financiera de Largo y Corto plazo

ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA LARGO PLAZO		ANÁLISIS SITUACION FINANCIERA CORTO PLAZO		
Autonomía	0,30	Liquidez	0,96	
Dependencia	0,70	Seco de Liquidez	0,41	
Endeudamiento	0,42	Extraseco de liquidez	0,08	
Solvencia	1,42	Rotación de B		
Inmovilización	0,27	Cambio	2,61	Veces
		Ciclo B Cambio	139,58	Días
		Rotación Créd. por Vtas.	11,61	Veces
		Ciclo de cobranzas	31,43	Días
		Rotación de Proveedores	2,55	Veces
		Ciclo Proveedores	143,08	Días
		Brecha Financiera	27,93	
		Liquidez Teórica	1,20	
		Liquidez Comparativa	0,81	

24. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico finalizado el 31 de Julio de 2011 Cooperativa Algarrobo Bonito Limitada.

4.1.2. Estado de Resultados y Cuadro de Análisis

Tabla 25. ESTADO DE RESULTADOS POR EL EJERCICIO ANUAL FINALIZADO EL 31/07/2011 COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR

RESULTADOS OPERATIVOS	2011	2010	%	%
			VERTICALES	HORIZONTAL
Ingresos Operativos	14.537.061	16.737.116	100%	-13%
Ingreso Bodega	10.615.988	13.318.414	73%	-20%
Resultado	745.733	644.914	5%	16%

Anuales				
Ingreso Fab. de Envases y Bebidas	3.175.339	2.773.788	22%	14%
Costos Operativos	-12.105.773	-14.213.862	-83%	-15%
Costos Bodega	-9.563.173	-11.778.898	-66%	-19%
Costos Fab. de Envases y Bebidas	-2.542.600	-2.434.964	-17%	4%
Resultado Bruto	2.431.287	2.523.254	17%	-4%
Gastos Operativos	-1.270.803	-1.046.929	-9%	21%
Gtos. de comercialización	-458.191	-314.131	-3%	46%
Gtos. de Administración	-651.696	-502.958	-4%	30%
Gtos. de Financiación	-160.916	-229.840	-1%	-30%
Subtotal	1.160.484	1.476.325	8%	-21%
Otros Ingresos Operativos	-	-	0%	
Utilización Fondo Educ. y Capacitación Coop.	-	-	0%	
Utilizac. Fdo. Acción Asist. y Laboral o Est. Personal	-	-	0%	
Subtotal	-	-	0%	
Otros Egresos Operativos	-	-	0%	
Gastos de Educ. y Capacitación Coop.	-	-	0%	
Gtos. de Acc. Asist. Y Laboral o Est. Del Personal	-	-	0%	
Subtotal	-	-	0%	
Rdos. Fcieros. y por Tenencia				
Intereses	-132.477	-223.800	-1%	-41%
Resultado Operativo	1.028.007	1.252.525	7%	-18%
RDOS. NO OPERATIVOS				
No existen	-	-	0%	
Rdo. no Operativo	-	-	0%	
Resultado Final	1.028.007	1.252.525	7%	-18%

25. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico finalizado el 31 de Julio de 2011 Cooperativa Algarrobo Bonito Limitada.

Tabla 26. Análisis de la Situación Económica

ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA	
Rentabilidad total de los administradores	6%
Margen de Utilidad	8%
Rotación del Activo	75%
Rentabilidad Neta del Activo	5%
Rentabilidad de los Capitales Propios	18%
Estructura cap. propios	337%
Leverage	116%
Ventaja Financiera	12%

26. Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de la Memoria y Balance General del ejercicio económico finalizado el 31 de Julio de 2011 Cooperativa Algarrobo Bonito Limitada.