

ARTICULOS / ARTICLES

Capital extranjero y agroindustria. Notas para una discusión sobre los cambios en la burguesía vitivinícola de Argentina a partir de la década del '90

Foreign capital and agroindustry. Notes for a discussion of changes in the wine bourgeoisie from Argentina since the 90's

Adriana Silvina Chazarreta

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas;
Instituto de Ciencias de la Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, Argentina
adrianachazarreta@yahoo.com.ar/aschazar@ungs.edu.ar

Resumen

Se propone problematizar cómo afectan a la burguesía vitivinícola de Argentina los cambios producidos en la actividad a partir de la década de los '90, en el marco de los procesos de globalización. Una de las conclusiones principales es que, aunque el ingreso de capitales extranjeros a la actividad vitivinícola ha sido importante, la burguesía cuyos capitales son nacionales y/o locales logra conservar posiciones no desventajosas en la estructura económica de esta agroindustria. Se trabajó principalmente con fuentes estadísticas de organismos oficiales; y con datos obtenidos de páginas web de las empresas, de consultoras especializadas y de entrevistas a informantes calificados. Asimismo, se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica sobre la temática.

Palabras clave: Burguesía vitivinícola; Capital nacional; Capital extranjero; Provincia de Mendoza.

Abstract

This article aims to problematize how changes happened in Argentina's wine industry -since the 90's in the context of globalization process- affect the wine bourgeoisie. One of the main findings is that although the inflow of foreign capitals into the activity has been significant, the bourgeoisie whose capital is national or local has been able to keep not disadvantageous positions in the economic structure of wine industry. The analysis is based in data from statistical sources of specialized agencies; data from websites of companies and from interviews with key informants. It also is carried out a comprehensive literature review of the subject.

Keywords: Wine bourgeoisie; National capital; Foreign capital; Mendoza Province.

Introducción

El objetivo principal de este artículo es plantear algunas preguntas que surgen del análisis de los cambios producidos en la actividad vitivinícola argentina (específicamente en el sector de elaboración, fraccionamiento y comercialización de vinos) en la provincia de Mendoza¹ y,



Esta obra está bajo licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/argentina/)

también, de un análisis de la abundante bibliografía producida sobre dichos cambios. Estas preguntas se refieren a cómo problematizar el sujeto principal de nuestra investigación²: la burguesía. ¿De qué forma estos cambios afectan a este sujeto en su dimensión económica?

Entre las principales transformaciones que provocó la reconversión vitivinícola en los '90 en la Argentina, se han destacado la inserción en los mercados mundiales, el aumento de las exportaciones y las inversiones extranjeras, la modernización tecnológica, cambios varietales y de manejo de los cultivos, la expansión del consumo de vinos finos, la profundización de la integración vertical entre las etapas primaria y secundaria, y el surgimiento de actividades asociadas, como el turismo o la gastronomía (Bocco, 2007; Azpiazu y Basualdo, 2001; Richard-Jorba, 2007). Se les suma una diferenciación de productos y de gamas a partir de nuevos criterios de calidad, con lo cual se establecen tres grandes tipos de productos: los vinos de mesa, los vinos de calidad o finos (selección, varietales, y *Premium* y *Superpremium*) y los mostos³ (Bocco *et al.*, 2007).

Un primer aspecto a tener en cuenta es la extensión de dichos procesos: pese a la importancia de estas transformaciones, no han sido generalizadas (Azpiazu y Basualdo, 2001; Richard-Jorba, 2008a; Bocco, Dubbini, Rotondo y Yoguel, 2007); es decir, no han alcanzado a la totalidad de los agentes de la trama. Y si bien buena parte de la literatura dedicada al tema lo tiene en cuenta, en muchos casos se termina haciendo (quizás excesivo) énfasis en los cambios de la actividad y en los nuevos actores; se destaca sólo lo nuevo, en las exportaciones, en los capitales extranjeros o transnacionales, en el turismo, etc. Además, el límite temporal del abordaje de estos temas, mayoritariamente, alcanza sólo hasta 2002 ó 2003.

En ese sentido, centrar la mirada exclusivamente en dichos procesos a su vez lleva a considerar, en algunos casos, la actividad vitivinícola actual en Mendoza como una actividad cuyos rasgos fundamentales son la transnacionalización o la extranjerización.

Un correlato de esta conceptualización conduce a algunos autores, desde la perspectiva de las elites, a afirmar que en Mendoza actualmente no existiría “una elite local” asociada con los bodegueros (Heredia, 2010). Desde nuestra perspectiva, hacer énfasis sólo en los procesos nuevos puede implicar el riesgo de perder de vista todas las continuidades, los cambios en los bodegueros tradicionales⁴ y la importancia relativa de los diferentes actores. Resulta sugerente lo que señala Richard-Jorba, para quien es prematuro definir la vitivinicultura argentina como transnacionalizada, “porque la agroindustria vitivinícola todavía es mayoritariamente propiedad de capitales regionales o nacionales” (Richard-Jorba, 2008b: 56).

Teniendo en cuenta estos riesgos, podemos preguntarnos: ¿Qué lugar tienen la burguesía provincial tradicional y la nueva burguesía en la actividad? ¿Cuál es el lugar de la burguesía

cuyos capitales son de origen nacional, en el contexto de la globalización, en la estructura económica de la actividad?

Vale aclarar que la burguesía provincial históricamente ha estado vinculada a la vitivinicultura y tenido un elevado peso a nivel político-gubernamental, ya que en muchos casos sus miembros fueron gobernadores u ocuparon cargos importantes en los gobiernos provinciales.

Al analizar la bibliografía sobre los procesos de transformación de la vitivinicultura es posible identificar dos grandes dimensiones de análisis. Una tiene que ver con los cambios económicos y las estrategias socio-productivas (relacionados con las formas de modernización de la producción, con la orientación al mercado externo, con la producción de alta calidad, etc.) respecto del momento anterior a la reconversión. La segunda se relaciona con y se pregunta por las transformaciones de los sujetos/actores. En este caso, nos interesan específicamente aquellos procesos vinculados con la burguesía o el empresariado vitivinícola. En este punto, una hipótesis fuerte es la que postula la extranjerización/transnacionalización de la actividad vitivinícola y, por tanto, de su burguesía. Ello también lleva a preguntarse hasta qué punto se puede establecer la desaparición de una burguesía vitivinícola provincial.

A continuación, intentaremos introducir elementos empíricos y el planteamiento de algunas problemáticas conceptuales para el análisis de dichas dimensiones y la ponderación de los alcances de dichos procesos. En primer lugar, desarrollaremos brevemente los cambios a nivel mundial de la producción y el mercado vitivinícola, y el lugar que ocupa Argentina. En segundo lugar, analizaremos los cambios en las exportaciones argentinas de productos vitivinícolas. Estos dos puntos hacen referencia a la primera dimensión de análisis respecto de los cambios económicos y socioproductivos. En tercer lugar, y en relación con la segunda dimensión de las transformaciones de la burguesía vitivinícola, trataremos el ingreso de capitales a la actividad desde los '90 y, muy brevemente, las características de la burguesía que opera en el mercado interno.

En las tres secciones intentaremos introducir elementos para ponderar la importancia de aquellos nuevos procesos en el desarrollo general de la actividad, así como para caracterizarlos. Si bien las clases sociales y sus fracciones están determinadas por aspectos tanto económicos como ideológicos y políticos, a los efectos de delimitar el objeto de estudio nos concentramos en la dimensión económica⁵, dejando a un lado dimensiones de análisis como las referidas a los cambios en la organización gremial empresarial de la burguesía vitivinícola y a la relación con el Estado, que hemos abordado en otros trabajos (Chazarreta, 2011).

Cambios en la actividad vitivinícola a nivel mundial

Esta primera sección tiene como objetivo contextualizar las transformaciones y el lugar que ocupa la producción vitivinícola argentina a nivel global, porque es relevante para entender también el crecimiento de las exportaciones y el ingreso de algunos de los capitales transnacionales.

A fines de los '70, los *nuevos países vitivinícolas* o *países del nuevo mundo vitivinícola* (Estados Unidos, Argentina, Australia, Chile, Nueva Zelanda y Sudáfrica) comenzaron a tener peso en el mercado mundial. Se trataba de países bastante heterogéneos entre sí; y aunque algunos pudieran tener una historia en la vitivinicultura, se los comenzó a ver como lugares con potencialidades para la producción de uva y elaboración de vinos de calidad y características adecuadas para el mercado internacional. Comenzaron a disminuir las ventas de los productos de los *países tradicionales vitivinícolas* o *viejo mundo vitivinícola* (Francia, Italia, España y, en menor medida, Portugal y Alemania) y a aumentar las de los países del nuevo mundo vitivinícola, que muchas veces, en el mercado global, competirían entre sí.

Además, se produjeron dos fenómenos respecto de productos y consumo que son las dos caras de un mismo proceso. El primero comprende una diferenciación de productos, un aumento de la preferencia por vinos de mayor calidad, una diferenciación de variedades de uva, de países de origen y de regiones dentro de estos países, y una segmentación de los mercados cada vez mayor. Sin embargo, son productos y mercados que se pueden encontrar en muchos países, y por ello, pese a aquella diferenciación al interior de los países productores, estos productos se parecen entre sí. Allí se registra un segundo fenómeno: la difusión de una cierta homogeneización del gusto en los productos vitivinícolas a nivel mundial, pues los criterios de lo que se considera un vino de calidad se generalizan entre los países.

El investigador australiano Anderson (2003) señala que uno de los elementos más importantes para el crecimiento en la demanda de las exportaciones de vinos del nuevo mundo vitivinícola fue el cambio en las leyes británicas en los '70, que permitió a los supermercados la venta de vino al por menor. Por los lazos históricos de Australia con el Reino Unido, las empresas australianas respondieron rápidamente a las oportunidades de mercado que se abrían, lo que a su vez fue ayudado por una fuerte devaluación del dólar australiano en 1986. Las alertas sobre la seguridad alimentaria -por ejemplo, el contexto del desastre de Chernobyl (abril 1986) y la difusión sobre el agregado de aditivos en los vinos austriacos e italianos- también aceleraron el cambio fuera de los vinos del viejo mundo vitivinícola (Anderson, 2003).

Otro proceso que se desarrolla en este contexto (a fines de los '60, principios de los '70) es el aumento en el consumo interno de Estados Unidos y el cambio radical de su industria vitivinícola, especialmente en California, que involucró privilegiar el proceso de elaboración y la variedad del vino por sobre el terreno o la región donde era producido. Esto presentó una oportunidad para que otros países, aparte de los europeos tradicionalmente vitivinícolas, se introdujeran en el mercado del vino (Vergara, 2001).

Pero la competencia de otros productores del nuevo mundo con los vinos australianos fue lenta. Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos las exportaciones no emergieron tan rápidamente, debido al precio de las tierras y a la moneda fuerte, sumado a que su mercado interno creció más rápido que la oferta doméstica (Anderson, 2003). En el caso de Argentina y Chile, estos países se retrasaron por las características de su industria vitivinícola, con poco fomento a las exportaciones por parte de las políticas nacionales y comerciales, además de que el tipo de vino argentino no era atractivo para los países del Hemisferio Norte (Anderson, 2003).

Así, ante el crecimiento del consumo de vino de los Estados Unidos y del Reino Unido, los proveedores europeos no pudieron satisfacer ese mercado debido a las numerosas regulaciones estatales (como restricciones sobre cuál variedad de uva puede ser usada, rendimientos máximos y contenido alcohólico, densidad del vino y sistemas de producción de vid) (Anderson, 2003). La explotación del rápido crecimiento de los mercados requirió grandes volúmenes de vino *Premium* constante, precios bajos, fácilmente accesible y comercialización a gran escala (Anderson, 2003). Ese contexto fue un incentivo de concentración para las empresas de vinos y de conformación de economías de escala necesarias para invertir en el desarrollo de mercados masivos en el extranjero. Por tanto, se produjo un gran número de fusiones y adquisiciones australianas y de empresas europeas (Anderson, 2003).

Tabla 1: Participación porcentual en el volumen de la producción mundial de vino y de exportación mundial de vino según regiones vitivinícolas. 1980-84 y 2009

Regiones Vitivinícolas	Participación en el volumen de la producción mundial de vino (%)		Participación en el volumen de exportación mundial de vino (%)	
	1980-84	2009	1980-84	2009
Viejo mundo (1)	58	53	76	60
Nuevo mundo (2)	18	26	2	31
Resto del mundo (3)	34	21	22	9
Total del mundo	100	100	100	100
(total mundial, millones de hl)	334	266	48	86

(2) Francia, Italia, España, Portugal y Alemania. (2) Estados Unidos, Argentina, Australia, Chile, Nueva

Zelanda y Sudáfrica. (3) Se refiere al resto de los países que no están incluidos en ninguna de las categorías anteriores. Fuente: Anderson (2010)

Resulta ilustrativa la tabla 1 respecto de la participación en porcentajes de estas regiones en el volumen de producción mundial de vino: se registra cómo el nuevo mundo aumentó del 18 al 26% entre 1980-84 y 2009; por el contrario, el viejo mundo pasó de representar el 58% en 1980-84 al 53% en 2009, aunque sigue siendo la región más importante. Entre los países vitivinícolas del nuevo mundo se destaca, en 2007⁶, la producción de vino de Estados Unidos y Argentina (tabla 2).

Tabla 2: Producción de vino, exportación de vino y participación porcentual según países del nuevo mundo vitivinícola. 2007

Nuevo mundo vitivinícola	2007			
	Producción de vino		Exportación de vino	
	mill. hl	%	mill. hl	%
Estados Unidos	19.870	31	4.231	16,5
Argentina	15.046	23,5	3.598	14
Australia	9.620	15	7.862	30,6
Chile	8.227	12,9	6.100	23,8
Nueva Zelanda	1.476	2,3	760	3
Sudáfrica	9.783	15,3	3.126	12,2
Total países del nuevo mundo vitivinícola	64.022	100	25.677	100

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), 2007.

Otra variable significativa es la exportación mundial de vino y las variaciones en las regiones a partir de 1980-84. Lo más destacable es el aumento de la región del nuevo mundo vitivinícola, que pasó de constituir el 2% de las exportaciones mundiales en 1980-84 a representar el 31% en 2009 (tabla 1). En esta región se destacan Australia y Chile (tabla 2)⁷.

En cuanto al consumo de vino, la participación en el total del viejo mundo vitivinícola pasó de constituir el 53% en 1980-84 al 38% en 2009. En el caso de las otras dos regiones, aumentaron y llegaron, en 2009, a constituir el 21% el nuevo mundo vitivinícola y el 41% el resto del mundo, cuando en 1980-84 representaban el 19 y 28% respectivamente (datos de Anderson, 2010). Por tanto, el nuevo mundo vitivinícola ha aumentado más en producción que en consumo.

El crecimiento de las exportaciones en la vitivinicultura argentina

La crisis de la actividad vitivinícola en la Argentina hacia fines de 1980, dada no sólo por la sobreproducción sino también por la disminución de la demanda de vino para el mercado interno, constituye un hito en la actividad que implicó que se empezara a considerar la comercialización de los productos vitivinícolas en el mercado externo. Mientras, se estaban desarrollando los cambios ya señalados en la configuración de la producción y el mercado mundial de vinos y en el lugar que tenían los países del nuevo mundo vitivinícola. Posteriormente, la devaluación del peso argentino en 2002 favoreció el crecimiento del sector exportador.

Así es como el proceso de crecimiento de las exportaciones ha pasado por diferentes etapas: una primera etapa en 1990-1994, cuando se da un crecimiento lento; un segundo período que va desde 1994 a 2002, cuando sí aumentan significativamente los valores y los volúmenes de vino exportado, aunque se producen unas pequeñas caídas en 1999 y 2002; y por último, una tercera etapa de consolidación (que comienza en 2003), en la que crecen profundamente los volúmenes y los valores exportados (Martín, 2009).

Según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), del total de vinos comercializados en el país en el año 2010, las exportaciones fueron 2.744.311 hl (22%) y los despachos al consumo interno, 9.753.081 hl (78%). Se puede registrar el evidente incremento de las exportaciones si se las compara con 1991, cuando no llegaban a representar el 2% del total despachado.

De la comercialización total de vinos (considerando exportaciones y mercado interno) en 2010, el 64,8% es vino sin mención de varietal. En ese mismo año, el 72,2% de los vinos comercializados al exterior correspondió a vinos varietales, el 26,4 a vinos sin mención de varietal⁸, el 3,2% a vinos espumosos y otros vinos. El 22% del total de los productos vitivinícolas exportados corresponde a mosto. Pero también debemos tener en cuenta que en 2010, en Mendoza, las ventas al mercado externo (de vino y mosto) representaron el 67% de los ingresos de las ventas totales (Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas –DEIE-, 2010).

Sobre la importancia del mosto en las exportaciones, este producto toma relevancia a partir de 1994 con un acuerdo entre las provincias de Mendoza y San Juan para establecer todos los años la cuota mínima de producción de mosto por ingreso de uva para vinificar los establecimientos vitivinícolas. El objetivo de esta medida era diversificar la producción y evitar la sobreproducción de vino. También se quería impedir la caída de los precios de la uva de baja calidad enológica producida por viñateros llamados independientes, generalmente pequeños y

medianos productores que no poseían bodega para elaboración propia. El mosto producido se exporta en su mayoría (alrededor del 95%) y Argentina llegó a ser el principal exportador mundial en el año 2007. En la etapa de fabricación y exportación, esta actividad está altamente concentrada; de hecho, 13 empresas de origen nacional representan el 90% del jugo de uva concentrado que se elabora y exporta en el país (datos brindados por la Cámara de Fabricantes y Exportadores de Mosto). Las dos principales empresas exportadoras son Cepas Argentinas (del grupo Gancia) y Viñas Argentinas (de Cartellone). Se trata de grandes grupos económicos de origen argentino: el primero se dedica a las bebidas y el segundo, a la construcción. Otras empresas importantes que participan de la producción y venta de mosto son Peñaflo y FECOVITA (Federación de Cooperativas Vitivinícolas de Argentina).

Los principales países a los que se destinan los productos vitivinícolas de Mendoza son, por orden de importancia, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Países Bajos y Reino Unido. Estos cinco países representaron en 2010 el 63,5% de los destinos de las exportaciones totales de productos vitivinícolas (vinos y mostos), aunque se destacan los dos primeros, Estados Unidos y Canadá, que representan el 46% de los destinos de las exportaciones (datos de ProMendoza).

La tabla 3 presenta las 15 bodegas más importantes en las exportaciones, que en el acumulado de enero a abril de 2010 representaron en conjunto el 70% y el 62% del volumen y del valor exportado, respectivamente. Como se puede observar, el capital de origen argentino se encuentra posicionado en un lugar importante en las exportaciones: entre las 15 principales bodegas exportadoras de vino, 6 corresponden a capitales nacionales, en 3 casos más están asociadas con capitales extranjeros y a finales de 2010 el Grupo Peñaflo fue adquirido totalmente por un importante grupo económico nacional.

Tabla 3: Exportaciones argentinas de vinos por origen de capital de bodega, dólares FOB, precio promedio y volumen, según bodega exportadora. Valores acumulados entre enero-abril 2010

N°	Bodega exportadora	Origen del capital de bodega	US\$ FOB	Precio promedio por litro (US\$)	Volumen (litros)
1	Bodegas Esmeralda S.A.	Argentina	24.292.225	3,5	6.890.775
2	Peñaflo S.A.	EE. UU.-Argentina (1)	24.390.949	1,6	14.876.031
3	Bodega y Viñedos La Agrícola S.A.	Argentina	12.413.287	2,8	4.365.332
4	Trivento Bodegas y Viñedos S.A.	Chile	10.201.163	2,2	4.653.086
5	BVA S.A.	EE. UU.-Argentina (2)	8.353.765	2,6	3.204.691

6	Bodega Norton S.A.	Austria	8.801.241	4,3	2.070.444
7	Bodegas Chandon S.A.	Francia	5.985.990	6	1.001.651
8	Finca Flichman S.A.	Portugal	6.695.182	2,8	2.437.641
9	Bodegas Salentein S.A.	Holanda	4.627.857	3,4	1.379.058
10	Leoncio Arizu S.A.A.I.C.	Argentina	4.056.199	5,4	725.903
11	FECOVITA Coop. Ltda.	Argentina	6.076.906	1,1	5.387.464
12	RPB S.A.	Argentina	6.156.069	0,9	6.885.078
13	Establecimientos Vitivinícolas Escorihuela	Argentina-Francia	4.904.214	3,4	1.457.781
14	Pernod Ricard Argentina S.R.L.	Francia	4.163.940	2,9	1.448.015
15	Bodegas Y Viñedos Pascual Toso S.A.	Argentina	3.948.353	3,5	1.127.603
	Las demás		82.935.931	3,3	25.337.125
	TOTAL VINOS		218.003.271	2,6	83.247.678

(1) Desde finales de 2010 son capitales de origen argentino, correspondientes al Grupo Bemberg

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de las páginas web de las empresas y de Caucasia Wine Thinking sobre la base de datos de la Dirección General de Aduanas (DGA).

Las transformaciones de los sujetos económicos: problemas en torno al desarrollo reciente de la burguesía vitivinícola

El ingreso de capitales en la actividad vitivinícola argentina

Ahora bien, la bibliografía que se ha ocupado del ingreso de nuevos capitales en la actividad vitivinícola desde los '90 destaca las siguientes características en la modalidad de inserción de los mismos: son mayoritariamente capitales extranjeros, adquieren empresas preexistentes, se dedican a vinos finos, invierten en modernización tecnológica, se integran verticalmente con viñedos propios o con productores, realizan alianzas con firmas locales y se orientan especialmente al mercado externo (Azpiazu y Basualdo, 2001, 2008 y Bocco, 2007).

En ese sentido, buena parte de la bibliografía parte de la asimilación entre capitales extranjeros y capitales transnacionales, como si fueran términos equivalentes. Desde nuestra perspectiva, dicha equivalencia resulta apresurada. En efecto, la diferencia específica entre ambos tipos de capital no es su origen (si es nacional o foráneo) sino la lógica global que presentan las estrategias de los capitales transnacionales. En este sentido, Richard-Jorba (2008a) advierte sobre el problema de considerar a cualquier tipo de capital extranjero como transnacional.

Consideramos como empresas transnacionales a aquellas que sobrepasan las fronteras nacionales instalando activos productivos o asumiendo el control de ellos en varios países. Se

caracterizan, específicamente, porque se privilegia la estructura de propiedad y el control de la matriz sobre la red de filiales que, al estar distribuidas en diferentes países, conforman un espacio económico interno de la empresa transnacional (Trajtenberg, 1999:18). La matriz emite directivas sobre las tareas a realizar y sus especificaciones técnicas a las filiales, teniendo en cuenta las variaciones en la demanda y el desarrollo de los procesos parciales de producción de todas ellas (Arceo, 2005). Estas empresas adquieren enorme plasticidad en el manejo de los flujos de fondos a través de fronteras y tienen la posibilidad de superar las restricciones que les impone la política económica de los Estados de origen (Trajtenberg, 1999). Se produce así una diversificación de riesgos económicos, sociales y políticos, e incluso para el caso de actividades agroindustriales, de riesgos climáticos.

El vínculo entre la matriz y las filiales implica la existencia de corrientes de inversión extranjera directa desde la matriz hacia los países de destino. Pero se refiere sólo a los flujos de capital que permiten el control sobre unidades productivas en el exterior. Éste es el aspecto que sienta la diferencia entre la inversión extranjera directa y la inversión extranjera en cartera, que consiste en la compra de acciones y obligaciones con la sola finalidad de obtener cierta utilidad sobre las cantidades invertidas (Trajtenberg, 1999).

El concepto de capital extranjero es más amplio: además de los capitales de las empresas transnacionales que ingresan al país, incluye otras formas de ingresos como asociaciones, *joint-ventures*, fondos de inversión con participación de inversores extranjeros (Kulfas, Porta y Ramos, 2002) y capitales que provienen de una empresa establecida en sólo un país extranjero. Nuestro interés es marcar la diferencia entre los capitales extranjeros transnacionales y aquellos no transnacionales, ya que los primeros presentan una escala de producción y comercialización global que los otros no, y que implica una fortaleza importante en su posicionamiento dentro de la actividad.

Para una visión más abarcadora y de mediano plazo sobre el ingreso de capitales a la actividad vitivinícola, elaboramos una base de datos con las inversiones o transferencias de capital que se produjeron en la vitivinicultura mendocina. El objetivo es realizar un análisis de mediano plazo: desde los inicios del proceso de reconversión (años '90), pasando por el período en que se consolida el sector *reconvertido* e inserto mundialmente (a partir del año 2002, momento de la devaluación del peso argentino), hasta la actualidad. Esta base registra inversiones o transferencias de capital hasta la primera parte de 2011 inclusive y fue elaborada a partir de Azpiazu y Basualdo, 2001, 2008 y Bocco, 2007; de información periodística⁹ y de páginas web de las propias empresas¹⁰.

Tabla 4: Operaciones de capitales en la vitivinicultura argentina según períodos de años. Cantidad y porcentaje

Períodos de años	Operaciones de capital realizadas	
	Cantidad	%
Antes de 1995	9	8
1995-2001	60	56
2002-2011	39	36
Total general	108	100

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Bocco (2007), diarios *Los Andes*, *Uno* y *Mdz* on line, *La Nación* y *Clarín*, y páginas web de las empresas.

En líneas generales, la base de datos construida permite señalar las siguientes tendencias (tabla 4). Las operaciones de capitales en la actividad presentan un patrón bien definido en el tiempo: el 56% del ingreso de capitales o transferencia de propiedades se produce después de la crisis financiera del tequila en diciembre del '94 (Bocco, 2007) y antes de la devaluación (2002). Por su parte, luego de la devaluación se produce el 36% de las operaciones registradas en la base de datos. El 8% de los casos son operaciones que se realizan, principalmente, entre 1987 y 1995 (sólo un caso de los relevados se registra en 1960, cuando ingresa el Grupo Moët et Chandon).

Tabla 5: Operaciones de capitales en la vitivinicultura argentina según país de origen del capital (%)

País de origen del capital	%
Argentina	30
Francia	17
Mixto	15
Otro	11
Chile	8
Estados Unidos	6
España	6
Reino Unido	6
Sin información (S/I)	2
Total general	100

Nota: los valores totales pueden diferir de 100% debido al redondeo de decimales.
 Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Bocco (2007), diarios *Los Andes*, *Uno y Mdz on line*, *La Nación* y *Clarín*, y páginas web de las empresas.

Entre los países de origen de los capitales se destacan Argentina (30%), Francia (17%), Chile (8%), Reino Unido (6%), Estados Unidos (6%) y España (6%). También se destacan las operaciones en las que se asocian capitales mixtos, es decir capitales argentinos con capitales provenientes de otros países (15%). Por tanto, en el 45% de las operaciones están presentes los capitales nacionales.

Respecto del tipo de operación que se realiza con los capitales, sólo el 25% corresponde a construcción de bodegas; el resto es transferencia de propiedad o compra de acciones (total, minoritaria o de control accionario). La adquisición de bodegas ya existentes implica adquirir no sólo las construcciones sino también los canales de distribución internos, las carteras de clientes y valores simbólicos como las marcas. Esta adquisición, por tratarse de una transferencia de activos de una empresa, no constituye una inversión en los términos técnicos del sistema de cuentas nacionales, pero sí son un indicador de los “flujos de negocios” (Consejo Empresario Mendocino –CEM-, 1999). De todos modos, por lo general estas adquisiciones han implicado que se ampliaran y/o modernizaran tecnológicamente las instalaciones, sobre todo cuando han significado cambio del control accionario.

Tabla 6: Evolución de las operaciones de capitales en la vitivinicultura argentina según forma del capital (%)

Forma del capital	Antes de 1995	1995-2001	2002-2011	Total general
Pequeño capital	33	18	49	31
Fondo de inversión	0	7	8	6
Gran capital no transnacional	22	28	31	29
Gran capital y fondo de inversión	0	8	0	5
Transnacional	33	37	10	27
S/I	11	2	3	1
Total general	100	100	100	100

Nota: los valores totales pueden diferir de 100% debido al redondeo de decimales.
 Fuente: elaboración propia sobre la base de datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Bocco (2007), diarios *Los Andes*, *Uno y Mdz on line*, *La Nación* y *Clarín*, y páginas web de las empresas.

Sobre las formas del capital (tabla 6) se puede decir que un 31% de los casos relevados corresponden a casos de pequeño capital, un 29% pertenece a grandes capitales no transnacionales¹¹, un 27% a capitales transnacionales, un 6% a fondos de inversión, un 5% a

transacciones que incumben, simultáneamente, a gran capital no transnacional y fondos de inversión y el 2% restante son capitales de los que no se pudo determinar la procedencia de su forma.

Si se considera la evolución de las operaciones según la forma del capital (tabla 6), lo que más se destaca es que, en valores relativos, los capitales correspondientes a transnacionales tienen mayor incidencia en los años comprendidos entre 1995 y 2001, ya que en ese período representaron el 37% de las transferencias o inversiones; asimismo, se destacan los capitales transnacionales en la vitivinicultura mendocina en los años previos a 1995, ya que significaron el 33% de las operaciones. En cambio, en el período entre 2002 (año de la devaluación) y 2011 se destacan por su ingreso la forma de pequeño capital (49%) y el gran capital no transnacional (31%).

Una porción relevante de lo que hemos clasificado como pequeño capital constituiría las llamadas bodegas *boutique* (en general, categorizadas así por sus propios propietarios), que producen alrededor de 100.000 litros anuales, con un volumen estimado de venta anual de 10.000 cajas de 12 botellas; en general, estas empresas son pequeñas bodegas que se dedican a la producción de vinos finos, *Premium* y *Superpremium*, y venden al mercado externo. En el interno, venden sólo en algunas vinotecas o en sus propias bodegas, a través de las degustaciones o de las visitas turísticas que ofrecen. Están modernizadas tecnológicamente. El origen de su capital es bastante heterogéneo: por un lado, capitales locales, dueños de bodegas antiguas dentro de la actividad que, después de la venta de sus grandes bodegas, reingresan a la actividad a través de estos emprendimientos; por el otro, capitales nacionales o locales, que ingresan a la actividad por primera vez. Pero también es posible encontrar capital extranjero que invierte en este tipo de bodegas.

Tabla 7: Operaciones de capitales en la vitivinicultura argentina según inserción sectorial del capital (%)

Inserción sectorial del capital	%
Diversificado	30
Vitivinícola y/u otras bebidas	64
S/I	6
Total general	100

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Bocco (2007), diarios *Los Andes*, *Uno y Mdz on line*, *La Nación* y *Clarín*, y páginas web de las empresas.

En cuanto a la inserción sectorial del capital (tabla 7), se registra que, del total de operaciones relevadas, un 64% proviene de empresas insertas en la actividad vitivinícola y/o de otras bebidas, el 30% de empresas sectorialmente diversificadas y el resto corresponde a empresas cuya inserción no se ha podido determinar.

De la misma forma, podemos destacar que en la vitivinicultura mendocina hasta 1995 se destaca el ingreso de capitales franceses (56%), seguido por los capitales argentinos, que representan el 22%. Entre 1995 y 2002 se registra una mayor heterogeneidad en el origen del capital, ya que los que predominan son argentinos (23%) y mixtos —es decir, capitales extranjeros asociados a capitales nacionales o locales (23%) —, seguidos por los capitales provenientes de Francia (12%), Chile (10%) y Reino Unido (10%). En el último período (2002-2011) se destacan los capitales de origen argentino (41%) y, en menor medida, los franceses (15%). Estos datos estarían mostrando que el grueso del ingreso de capitales extranjeros se habría producido hasta 2002. Luego de ese año, los ingresos de capitales extranjeros disminuyen y son los capitales nacionales los que más transacciones realizan.

Tabla 8: Evolución de las operaciones de capital realizadas en la vitivinicultura argentina según país de origen del capital (%)

Origen del capital	Antes de 1995	1995-2001	2002-2011	Total general
Argentina	22	23	41	30
Chile	0	10	8	8
Estados Unidos	0	5	8	6
España	0	8	3	6
Francia	56	12	15	17
Mixto	0	23	5	15
Otro	11	8	15	11
Reino Unido	0	10	3	6
S/I	11	0	3	2
Total general	100	100	100	100

Nota: los valores totales pueden diferir de 100% debido al redondeo de decimales.

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Bocco (2007), diarios *Los Andes*, *Uno* y *Mdz on line*, *La Nación* y *Clarín*, y páginas web de las empresas.

En este proceso de cambios en la actividad y de nuevas inversiones también ingresan capitales de grandes grupos económicos nacionales, ya sean empresas dedicadas a los alimentos y/o bebidas en general, o que se especializan directamente en otras ramas. Su inserción en la

actividad se debe a una estrategia de diversificación y así ingresan capitales mendocinos de otros rubros, como Pescarmona con Lagarde y Cartellone con Resero (actualmente en manos de FECOVITA) o Telteca Winery; y grupos nacionales dedicados a los alimentos o bebidas, como Molinos Río de la Plata (Nieto Senetiner) y Baggio (RPB).

Antes de continuar con un mayor detalle de las formas de ingreso del capital transnacional, destacamos que, de las operaciones registradas, en el 45% hay presencia de capitales argentinos, en forma completa o asociados con capitales internacionales. Es de subrayar que el tipo de capital que ingresó no fue el mismo durante todo el período analizado. Si bien en el período anterior a 2002 se destaca el ingreso de capitales transnacionales, a partir de ese año son los pequeños capitales (probablemente asociados a las llamadas bodegas *boutique*) y los grandes capitales no transnacionales los que operan en la mayor cantidad de transacciones.

Una última característica importante es que más del 70% de las transacciones corresponde a capitales no transnacionales. Este dato resulta significativo al momento de plantear hipótesis de investigación sobre la transnacionalización de la actividad vitivinícola argentina.

Aproximación a las características de inserción del capital transnacional

Si se enfocan sólo las características del capital transnacional (el 27% del total de transacciones registradas), se puede ver que la mayoría de los capitales que ingresaron en la actividad vitivinícola argentina (especialmente, en la provincia de Mendoza) provienen de Francia (38%); en segundo lugar, se encuentran los provenientes del Reino Unido (24%) y en tercero, los de España (17%). Entre las principales firmas transnacionales se encuentran Louis Vuitton y Moët-Hennessy-LVMH (Francia), Pernod Ricard (Francia), Allied Domecq (Reino Unido), Diageo (Reino Unido), Grupo ARCO Bodegas Unidas (España), Grupo Codorníu (España), Sogrape Vinhos (Portugal), Seagram (Canadá) y Bodegas Salentein (Holanda). Especial atención merece el ingreso en la vitivinicultura del fondo de inversión estadounidense Donaldson, Lufkin y Jenrette (DL yJ) a través de Bodegas y Viñedos Peñaflor y Trapiche.

Respecto del tipo de operación que realizan los capitales transnacionales, predomina con el 48% la compra total de la bodega, seguida por la construcción de nuevas bodegas (es decir, inversiones directas) con el 21%. El 17% del capital transnacional adquiere el control accionario o la mitad del total de las acciones. El 7% corresponde a compra de acciones con participación minoritaria y otro 7% son casos de compras de marcas.

Otra característica general se refiere al tipo de inserción sectorial de los capitales transnacionales que ingresaron a la vitivinicultura argentina: claramente, predominan (con el

83%) los capitales que provienen de actividades ya insertas en la vitivinicultura y/o en el rubro general de elaboración y ventas de bebidas, mientras que con un 17% tenemos los capitales que se encuentran diversificados sectorialmente.

Para ilustrar la importancia de estas empresas, presentaremos brevemente las características de algunos de los capitales más importantes que ingresaron en la vitivinicultura argentina. Las tres primeras empresas son casos ilustrativos de capitales transnacionales y el último de los casos se refiere al fondo de inversión más importante que ingresó en esta agroindustria¹². Se intenta mostrar la diversidad de estrategias que encaran los capitales transnacionales en la vitivinicultura y las estrategias de una de las empresas más importante (actualmente, de capital nacional) en el mercado interno, pero que, además, participa y en un lugar destacado (segunda en el acumulado de enero a abril de 2010) en la exportación. Estos casos, dada su relevancia económica, deberían permitir insertar algunos matices en aquella imagen dominante que asocia, de manera unívoca, exportación, vinos finos, reconversión, capital transnacional y capital extranjero.

Chandon ingresó en 1960. Este grupo francés se dedica principalmente al vino espumante y vinos de alta calidad; es más, desde esta empresa se atribuyen haber desarrollado la categoría de espumantes en la Argentina, que antes no existía. Desde 1987, forma parte del grupo mundial LVMH, propietario de reconocidas marcas de lujo de diferentes rubros. De la Bodega Chandon de Argentina se exporta sólo el 10%, pero sí es significativo (casi el 70%) lo que se exporta de Terrazas de Los Andes (otra bodega del grupo en Mendoza adquirida en 1999) a treinta países. Cuando ingresó a la Argentina, el interés principal de Chandon era vender en el importante mercado interno, aunque orientándose a los segmentos más alto de consumo, ya que no le era necesario exportar sus productos elaborados en el país, pues posee sus propias bodegas en Francia, Brasil, Estados Unidos (California) y Australia, específicamente para cubrir esos mercados. Bodegas Chandon posee en Mendoza viñedos en Luján de Cuyo y en Tupungato, que en total alcanzan las 500 has. Sin embargo, aunque elabora sus productos con uvas provenientes de estos viñedos, la gran mayoría (alrededor del 70%) la compran a productores (alrededor de 200) con los cuales trabajan asistiéndolos y controlando algunas de sus tareas productivas durante todo el año.

Pernod Ricard se encuentra entre las principales compañías mundiales de productos de licores y bebidas espirituosas. Fue creada en 1995 por la fusión de dos compañías francesas de bebidas: Pernod y Ricard. Ingresó a la actividad vitivinícola de Argentina en 1992, con la compra del 50% de las bodegas Etchart en Luján de Cuyo (Mendoza) y Cafayate (Salta); en

1996 completó la compra de las dos bodegas. En 2010, la bodega de Etchart fue vendida a otro grupo internacional (grupo portugués Sogrape de Finca Flichman). Pernod Ricard adquirió el 39,1% de Seagram (2001) y parte de la empresa inglesa Allied Domecq (2005), la segunda empresa del sector a nivel mundial. Así, recibió las bodegas argentinas de Allied Domecq: Bodega Balbi, Bodegas y Viñedos Sainte Sylvie (Mendoza) y Bodegas y Viñedos Santiago Graffigna (San Juan).

Pernod Ricard presenta una amplia gama de productos asociados a bebidas alcohólicas. La organización mundial se da por compañías de distribución que adaptan localmente la estrategia mundial definida por compañías de marcas, las cuales están coordinadas por un *holding* que determina las principales orientaciones estratégicas. Las plantas de producción se encuentran en Canadá, Estados Unidos, México, Cuba, Brasil, Argentina, Irlanda, Escocia, España, Armenia, Francia, India, Australia, Nueva Zelanda, entre otros países.

Diageo es el grupo productor de bebidas más importantes a nivel mundial y proviene del Reino Unido. En 1997 se conformó por la fusión de Grand Metropolitan y Guinness. Con oficinas en 80 países, dispone de plantas de producción en todo el mundo, en Gran Bretaña, Irlanda, Estados Unidos, Canadá, España, Italia, África, América Latina, Australia, India y el Caribe. El marketing, la comercialización y la distribución de marcas están organizados en cuatro regiones geográficas: América del Norte, Europa, Internacional (que incluye América Latina) y Asia-Pacífico. Presenta una amplia gama de productos de bebidas.

Ingresó a Mendoza con la compra en 1996 (en ese momento se llamaba CINBA) de Navarro Correas y construyó una nueva bodega (Finca Agrelo) en 2009. En 2001 adquirió el 61% de Seagram (el resto lo compró Pernod Ricard) y se quedó con las marcas San Telmo (de la Bodega ex San Telmo, actual Bodega Cruz de Piedra) y champagne Mumm. Se dedica especialmente a los vinos de alta gama y a los espumantes.

Las Bodegas y Viñedos Peñaflor y Trapiche estaban en manos de una familia tradicional de la actividad vitivinícola argentina, hasta que fueron vendidas a un fondo de inversión norteamericano (DLyJ Merchant Banking Partners) en dos etapas, en 1998 y 2002. En 2010, estas bodegas fueron vendidas nuevamente, en este caso a Bemberg Inversora S.A. (BISA), una empresa argentina (ex dueña de Cervecería Quilmes) que actualmente es una de las principales inversoras en el sector eléctrico nacional y desde hace unos años también incursiona en minería, por medio del control de Patagonia Gold (PGSA).

Este grupo abarca aproximadamente el 25% del mercado interno. Tiene una cobertura amplia del mercado, ya que producen desde mosto hasta vinos finos (incluidos *Superpremium*). Pero

también es una de las dos primeras empresas exportadoras de la vitivinicultura en Argentina. Su estrategia se basa en la economía de escala. Peñaflor maneja siete bodegas, tiene 50 marcas, dispone de 1.075 has de viñedos distribuidos en 8 fincas en toda la provincia de Mendoza y por el volumen de producción se encuentra dentro de las 10 empresas productoras de vino a nivel global.

La configuración del mercado interno y la importancia del capital nacional

El mercado interno se encuentra fuertemente concentrado: alrededor del 70% de las ventas se distribuye en cuatro empresas de capitales nacionales: Peñaflor, FECOVITA, Baggio y Garbin. Predomina la venta de vinos comunes y hay un alto grado de concentración empresarial debido a que la estrategia se basa en la economía de escala.

Ya hicimos referencia al Grupo Peñaflor, por lo que es relevante caracterizar otra de las grandes empresas del mercado interno: FECOVITA. Esta Federación es la que se quedó a cargo de la línea de fraccionamiento y comercialización de la ex bodega Giol Sociedad del Estado, después de su privatización por el gobierno provincial, a fines de los '80. La Federación existe desde fines de los '70 y a ella se encuentran asociadas 32 cooperativas (de elaboración de vinos); agrupa a unos 5.000 viñateros (productores pequeños y medianos de uva). Principalmente, trabaja con vino común para el mercado interno aunque -al igual que RPB S.A. Baggio- también se encuentra entre las primeras bodegas exportadoras de vino. Elabora aproximadamente 15% de la producción argentina, sobre todo en el segmento de vino común, en tetra brik. Posee maquinaria de avanzada en tecnología de fraccionamiento y envasado. Entre sus principales marcas se encuentran las líneas de Toro y las de Resero. Esta empresa es relevante para pensar en sectores pre-existentes a la reconversión, que en muchos casos se mantienen produciendo los mismos productos, con una mayor tecnificación.

Otro sector importante son las llamadas bodegas *trasladistas*, que son aquellas que elaboran especialmente vino común y lo venden a granel, principalmente a las cuatro empresas fraccionadoras antes nombradas. También se pueden encontrar bodegas trasladistas que elaboran vinos finos y que satisfacen la demanda de las bodegas dedicadas a productos de alta calidad. El nivel de tecnificación es variado, aunque en general son las que menos tecnología han podido incorporar. Estas empresas se ubican especialmente en la zona este de la provincia de Mendoza, zona tradicionalmente vitivinícola que, todavía hoy, representa casi el 50% de la producción de uva y elaboración de vino de la provincia.

Planteamiento de problemas y reflexiones finales

Como señalamos al comienzo de este texto, su propósito es intentar problematizar cómo afectan a la burguesía vitivinícola los cambios que se han producido en la actividad en las últimas décadas.

En principio, podemos reiterar que el estudio de la recomposición de la burguesía vitivinícola implicaría preguntarse por dos niveles o dimensiones de este sujeto: 1) en qué medida han cambiado, se han actualizado o han permanecido las estrategias socioproductivas (en relación con las formas de producción, la orientación al mercado externo o interno, la producción de vinos comunes o de alta calidad, etc.) respecto del momento anterior a la reconversión; y 2) en qué medida los sujetos que conforman la burguesía actual son los mismos que la componían antes de que comenzaran las transformaciones en la actividad a principios de los '90, o son sucesores de esas familias tradicionales. Una pregunta relacionada con este nivel es en qué medida lo que predomina en la burguesía vitivinícola son capitales nacionales, provinciales o extranjeros, y cuántos de estos últimos son transnacionales.

Básicamente, se intentó determinar estos dos niveles de análisis para complejizar la configuración actual de la burguesía vitivinícola. Quedarnos sólo en una dimensión de análisis, o contemplarlas todas al mismo tiempo y de manera no jerarquizada, puede llevar a afirmaciones del tipo "los actores que ingresaron a la actividad desde 1990 provienen de capitales extranjeros, producen vinos de alta gama y se orientan al mercado externo", que no permiten hacer observables casos como los de Bodegas y Viñedos Peñaflo y Trapiche, cuya estrategia es la de abarcar una amplia gama de productos (desde mosto hasta vinos de alta gama) y con una orientación al mercado interno y al externo. No se trata de casos excepcionales sino de empresas con un gran peso económico en términos de volumen físico y valor de producción (tanto en la actividad exportadora como en la orientada hacia el mercado interno). En ese sentido, el caso de Bodegas Chandon también es sugerente, ya que su ingreso a la Argentina tenía como objetivo principal desarrollar el vino espumante para su venta en el mercado interno, pero a partir del 2000 comenzó a exportar vinos con la marca Terrazas de Los Andes.

Así, es relevante tener en cuenta que la actividad vitivinícola en Argentina presenta una doble característica: por un lado, la importancia del tamaño del mercado interno (a diferencia de otros países del nuevo mundo vitivinícola), y por otro, la ventaja en rentabilidad que ha significado la devaluación del peso argentino (en 2002) para la venta del vino en el exterior; el sector que salió ampliamente beneficiado fue el que ya había comprado o invertido en la vitivinicultura

argentina antes de ese año. En línea con ello, el ingreso a la Argentina le ha permitido a las grandes empresas mundiales de bebidas ampliar la oferta de vinos en cuanto a los diferentes orígenes, y en la mayoría de los casos la oferta de estas empresas cubre a varios países de ese nuevo mundo vitivinícola (generalmente, Estados Unidos, Australia y Argentina).

No se debe perder de vista que si bien los ingresos por exportaciones son notoriamente mayores (alrededor del 67% del total de ingresos) a los del mercado interno; éste conserva alrededor del 78% de la producción física de la actividad. Esto marca el peso que aún tiene el mercado interno. Además, las exportaciones argentinas vitivinícolas no sólo se componen de *specialities* (vinos de calidad) sino que casi la mitad de las exportaciones son productos *commodities* (vinos sin mención de varietal o mosto). Con ello, se puede establecer la importancia del sector relacionado con los commodities, aunque, en ingresos, poco más del 75% de lo comercializado en el exterior corresponde a vinos varietales o espumantes.

Respecto de la transnacionalización o extranjerización de la actividad vitivinícola argentina, es una afirmación que podría cuestionarse, no sólo a partir de los datos de la base construida (en la que el capital transnacional se destaca antes de 2002 y en el total de los casos representa el 27%) sino también a partir del peso que poseen estas empresas. Si bien las empresas transnacionales son importantes a nivel mundial, en la vitivinicultura argentina aún continúan teniendo una gravitación más significativa las empresas provenientes de capitales nacionales, tanto en el mercado interno como en las exportaciones y en el mercado de mosto. En ese sentido, sí debe profundizarse el estudio para caracterizar esa burguesía vitivinícola proveniente de esos capitales nacionales: en qué medida son las mismas familias que la componían antes de que se produjeran las transformaciones en la actividad; en qué proporción estas empresas provienen de la provincia y en qué proporción son capitales de empresas nacionales no provinciales; y cuáles serían los efectos de que los capitales sean nacionales y no provinciales.

A su vez, estas cuestiones se asocian con los problemas referidos a la “conformación de una burguesía transnacional mundial” o de una “clase capitalista transnacional” (Sklair, 2002; Carroll y Carson, 2003; Robinson, 2007). Hay hipótesis acerca de la conformación de fracciones transnacionales de la burguesía a nivel mundial, cuyos efectos son: a) el desplazamiento de las burguesías de capitales nacionales; b) la incapacidad del Estado para regular sus actividades y c) en general, esta burguesía transnacional lidera todas las transformaciones de la actividad económica en la cual se inserta. En ese sentido, el caso de la vitivinicultura mendocina permite

analizar las formas de ingreso de capitales transnacionales y las transformaciones en un sector local (o provincial) de la burguesía.

Ahora bien, en este caso local, los sectores de la burguesía vitivinícola que ya se encontraban en la actividad antes de su reconversión y/o los sectores de capitales argentinos no parecen desaparecer, sino que encuentran nuevas formas de estar presentes, formas que no siempre serían desventajosas sino que muchas veces les permitirían conservar posiciones de poder.

Otro punto que es importante problematizar es el referido a la inestabilidad o a la alta movilidad del capital, que algunos autores han señalado para el caso actual de la actividad vitivinícola argentina. Sería relevante pensar cuáles son los orígenes de esos capitales que no se fijan en la actividad vitivinícola y cuánto representan esos casos en el total de la actividad. Por lo que se ha trabajado hasta ahora, pareciera que se trata de un sector pequeño de capitales extranjeros; quizá podríamos incluir también algunos capitales nacionales, asociados a las bodegas boutique, que con el actual tipo de cambio no son competitivos para exportar y se les hace imposible ingresar al mercado interno por la oligopolización que este presenta.

Agradecimientos

Agradecemos los comentarios de los dos evaluadores anónimos. También agradecemos la atenta lectura y los útiles comentarios de Germán Rosati.

Notas

(1) La vitivinicultura de Mendoza representa entre el 70 y el 75% de la producción de uva y elaboración de vinos de la Argentina. Por ello, hablar de sus características y transformaciones es referirse a los cambios que marcan la tendencia general en toda la vitivinicultura argentina.

(2) Vale aclarar que este artículo es un avance de la tesis doctoral en la que estamos trabajando: "Burguesía agroindustrial, instituciones y Estado: el caso de la reconversión vitivinícola en la Provincia de Mendoza".

(3) El mosto es el zumo de la uva, que resulta de oprimirla. Se lo utiliza como materia prima para la elaboración de jugos, bebidas, golosinas, etc. Existen tres tipos de mosto: simple, concentrado y sulfitado. Según datos del INV, la cantidad de mosto pasó de representar el 11% del total de hectolitros vinificados en 1989 al 35% en 2007.

(4) Es decir, el sector de la burguesía inserto en la actividad vitivinícola desde antes de la reconversión.

(5) En la aproximación al estudio de la burguesía consideramos un anclaje estructural –la propiedad y control de los medios de producción– y las diferenciaciones internas vinculadas con la magnitud y características de los recursos y con las formas de organización socio-productiva de las empresas. En términos de Poulantzas (2005), el análisis se concentró en el *lugar* del capital y en los poderes que de ese lugar se derivan, el cual se concretiza en las empresas como observables.

(6) Último año disponible con datos de las variables de la tabla 2.

(7) Vale destacar la proporción entre consumo interno y producción: la Argentina se ubica en una posición intermedia porque su nivel de consumo interno representa poco más del 74% del total de la producción. Así, se encuentran los países cuyos mercados internos superan extremadamente la cantidad total que elaboran, como Alemania, Estados Unidos y China, cuyas proporciones son de 202%, 142% y 113%, respectivamente. Por otro lado, se encuentran países como Chile (36%), Sudáfrica (36%), España (38%) y Australia (50%), en los cuales el mercado interno no alcanza a demandar ni la mitad del vino que elaboran, y que se destacan por una gran proporción de envíos para la exportación (OIV, 2007).

(8) Los vinos finos se pueden dividir en el primer tramo, llamados vinos de selección o “finitos”, y en el segundo tramo, vinos varietales (*Premium* y *Superpremium*).

(9) Diarios de Mendoza (*Los Andes, Uno* y *Mdz on line*) y de Buenos Aires (*La Nación* y *Clarín*).

(10) Por la complejidad del registro de la base (transferencias de propiedad, venta de acciones e inversiones), ésta no es completa y se halla en permanente elaboración. De esta manera, debe tenerse en cuenta que nuestro análisis constituye una primera aproximación (y como tal, perfectible) a la problemática planteada. La cantidad total de operaciones registradas es de 108.

(11) Se construyó una definición operacional provisoria de “pequeño capital” y de “gran capital no transnacional”, que se espera seguir desarrollando en el futuro. Bajo la denominación “pequeño capital” se incluyeron aquellos capitales que provienen de empresas que no poseen una “posición importante”; bajo “gran capital no transnacional”, a aquellos que provienen de empresas que ocupan una “posición importante” pero no tienen una estrategia empresarial transnacional. “Posición importante”, en los dos casos, se refiere a que se encuentren en los primeros lugares en venta y producción en el país de origen, al momento en que se produce la transacción, ya sea Argentina u otro país.

(12) Los datos acerca de estas empresas fueron obtenidos de sus respectivas páginas web y, en algunos casos, de entrevistas a informantes calificados de las empresas. Recuperado de: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/8013/LCL1589.pdf>

Fuentes

Caucasia Wine Thinking (2011) Exportaciones de la Industria Vitivinícola Argentina Enero a abril 2011.

DEIE (Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas) (2010) *Informe Económico 2010*. Mendoza: Ministerio de Producción, Tecnología e Innovación. Gobierno de Mendoza. Recuperado de: http://www.deie.mendoza.gov.ar/publicaciones/detalle_publicaciones.asp?filtro=Publicaciones+Econ%F3micasyid=59

Fundación ProMendoza, Información estadística sobre exportaciones. Recuperado de: http://www.promendoza.com/index.php?option=com_contentyview=articleid=13yItemid=19ylang=es

INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura). Información estadística. Recuperado de: www.inv.gov.ar

OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino). (2007) Situación y Estadísticas del Sector Vitivinícola Mundial en 2007. Suplemento del Boletín de la O.I.V. París: OIV. Recuperado de: <http://www.oiv.int/oiv/info/esstatistiquessecteurvitivinicole#secteur>

Bibliografía

Anderson, K. (2003). Wine's New World. *Foreign Policy*, 136, pp. 46-54.

Anderson, K. (2010). Globalized wine markets: the New World's expanding role. Conferencia presentada en el *VI Foro Internacional Vitivinícola: Tiempos de mercados saturados*, organizado por Bodegas de Argentina, Mendoza, 2 de septiembre.

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2001). *El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones*. Buenos Aires: CEPAL- FLACSO. Recuperado de: http://www.flacso.org.ar/uploaded_files/Publicaciones/Azpiazu.Basualdo_Complejo.Vitivinicola.Argentino.2001.pdf

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2008). "Cambios en la estructura de propiedad y modificaciones tecno-productivas en el complejo vitivinícola argentino durante los años noventa". En: Mateu, A. M. y Stein, S. (comps.). *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina* (pp. 97-117) Mendoza: EDIUNC.

Bocco, A. (2007). "Transformaciones sociales y espaciales en la vitivinicultura mendocina". En: Radonich, M. y Steimbregger, N. (comps.) *Reestructuraciones sociales en cadenas agroalimentarias* (pp. 111-143). Buenos Aires: La Colmena.

Bocco, A. (2008) "Reestructuración vitivinícola, integración agroindustrial y nuevas relaciones entre las bodegas y los productores de uvas finas". En: Mateu, A. M. y Stein, S. (comp.) *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina* (pp. 81-95). Mendoza: EDIUNC.

Bocco, A. et al. (2007). "La trama vitivinícola en la provincia de Mendoza". En: Delfini, M.; Dubbini, D.; Lugones, M. y Rivero, I. (comps.). *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina* (pp. 43-91). Buenos Aires: Prometeo.

Bocco, A.; Dubbini, D; Rotondo, S. y Yoguel, G. (2007). *Reconversión y empleo en la industria del vino. Estructura productiva y dinámica del empleo en el complejo vitivinícola: un análisis del sector bodeguero nacional*. Buenos Aires: Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Recuperado de: http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/descargas/oede/Sector_Bodeguero.pdf

Carroll, W. y Carson, C. (2003). The Network of Global Corporations and Elite Policy Groups: a Structure for Transnational Capitalist Class Formation? *Global Networks*, 3, (1), 29-57.

Chazarreta, A. (2011). Corporaciones empresariales y Estado: una aproximación a su análisis en el caso de la actividad vitivinícola actual. Ponencia presentada en el *VII Jornadas interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Buenos Aires, 1 al 4 de noviembre. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires (Publicada en CD, ISSN: 1851-3794).

CEM (Consejo Empresario Mendocino). (1999). *Las inversiones extranjeras en Mendoza*. Mendoza: CEM. Recuperado de: http://www.cem.org.ar/publicaciones/febrero010/Inversiones_Extranjeras_1999.pdf

Heredia, M. (2010) Las clases altas frente al nuevo espíritu del capitalismo: el caso de las elites vitivinícolas mendocinas y la globalización del vino. Ponencia presentada en *Latin American Studies Association 2010 Congress*, Toronto, 6 al 9 de octubre.

Jardel, S. y Gatti, E. (2003). *Antecedentes para la negociación en materia vitivinícola entre Argentina y la comunidad europea. Indicaciones geográficas: Legislación y jurisprudencia. Acuerdos entre la Comunidad Europea con Australia, Sudáfrica y Chile*. Mendoza: Universidad de Congreso-CEM. Recuperado de: <http://www.cem.org.ar/publicaciones/febrero010/Antecedentes.pdf>

Kulfas, M.; Porta, F. y Ramos, A. (2002). *Inversión extranjera y empresas transnacionales en la economía argentina*. Serie Estudios y Perspectivas, Oficina de la CEPAL en Buenos Aires, 10. Buenos Aires: CEPAL. Recuperado de: <http://economicas2.unlam.edu.ar/unlam100/biblioteca/cepal/SEyP10.pdf>

Martín, F. (2009) "Las transformaciones recientes en la agricultura de oasis en Mendoza, Argentina. Una aproximación al caso de la reestructuración vitivinícola desde la economía política de la agricultura". Tesis de Maestría en Estudios Sociales Agrarios. FLACSO- Argentina. Recuperado de Flacso Andes: http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1805/1/Tesis_Facundo_Martin.pdf

Poulantzas, N. (2005). *Las clases sociales en el capitalismo actual*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Richard-Jorba, R. (2007). Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005. *Estudios Sociales*, XVI, (31), 82-123. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=41703103>

Richard-Jorba, R. (2008a). Los empresarios y la construcción de la vitivinicultura capitalista en la provincia de Mendoza 1850-2006. *Scripta Nova*, XXII, (271). Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-271.htm>

Richard-Jorba, R. (2008b). "Cuando el pasado nos acompaña. La vitivinicultura capitalista en Mendoza y San Juan en clave histórica, 1870-2006". En: Balsa, J.; Mateo, G. y Ospital, M. S. (comps.). *Pasado y presente en el agro argentino* (pp. 43-64). Buenos Aires: Ediciones Lumiere.

Robinson, W. (2007). *Una teoría sobre el capitalismo global. Producción, clases y Estado en un mundo transnacional*. Bogotá: Ediciones Desde abajo.

Sklair, L. (1999). La clase capitalista transnacional y el discurso de la globalización, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, XLC, 186, 133-156.

Trajtenberg, R. (1999). *El concepto de empresa transnacional*, Documento de Trabajo, N° 10/99. Montevideo: Universidad de la República. Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado de: <http://www.fcs.edu.uy/archivos/Doc1099.pdf>

Vergara, S. (2001). El mercado vitivinícola mundial y el flujo de inversión extranjera a Chile. En: Serie Desarrollo Productivo, Santiago de Chile: Naciones Unidas, CEPAL.

Fecha de recibido: 28 de febrero de 2012.

Fecha de aceptado: 14 de junio de 2012.

Fecha de publicado: 3 de junio de 2013.