



Vinos

El mundo atraviesa una tendencia bajista en la producción de vinos, al mismo tiempo que el consumo se incrementa. La caída de la producción parece ser una tendencia coyuntural relacionada a patrones climáticos mundiales, pero en parte también refleja una tendencia estructural en la inversión mundial en viñedos. En conjunto, la producción de vino quedará muy por debajo de los niveles requeridos para satisfacer la demanda global.

En cuanto a la producción argentina, en los últimos veinte años se produjeron una serie de cambios en el perfil de elaboración de los vinos y en las estrategias de comercialización del sector que dieron lugar a un viraje desde la producción de vinos de mesa, destinados prioritariamente al mercado interno, al desarrollo de vinos varietales en línea con una profundización de la inserción internacional tanto de los vinos comunes como finos. Dicha alteración de las estrategias productivas y organizacionales de la vitivinicultura argentina resultó en la adopción de nuevas técnicas en la producción agrícola y en las etapas industriales de la cadena.

En el año 2016 se produjeron en Argentina 9,5 millones de hectolitros de vino, en unas 864 bodegas elaboradoras. Cerca del 90% de la producción de vino del país se concentra en la región cuyana, históricamente productora de vino. Alrededor del 76 % del vino se elabora en Mendoza mientras que en San Juan se produce un 17%. En los últimos años, provincias con menor tradición vitivinícola han ido ganando terreno, encontrándose entre estas Salta (1,2%), Catamarca (0,47%), Neuquén (0,4%) y Río Negro (0,3%). Las exportaciones durante el año 2016 alcanzaron 234 mil toneladas por un valor total de casi U\$S 745 millones. Esto representó un volumen un 13% menor al año 2015, por un valor total 9% más bajo, continuando la tendencia bajista que se observa desde el año 2011. Esta tendencia se explica tanto por factores productivos, por ejemplo producción de cepas de mayor calidad y menor cantidad producida, como por factores económicos locales.

Análisis FODA

Fortalezas

- Reconocimiento internacional del “Malbec”. Marca Producto.
- Actores dinámicos en la cadena.
- Recursos naturales.
- Diversidad geográfica.
- Tendencia creciente a elaborar vinos de calidad en grandes bodegas.
- Oferta variada y diversidad de productos exportados.
- Presencia de un sistema cooperativo.
- Mercado interno importante en volúmenes y en búsqueda de calidad.
- Presencia de productos orgánicos con reconocimiento internacional.

Oportunidades



- Alemania y UE, mercados con alto crecimiento en el consumo. Productos orgánicos.
- EEUU, Canadá y Reino Unido continúan incrementando la demanda, productos de alto valor y calidad.
- Crecimiento de los países asiáticos, particularmente de China.
- Consumidor mundial pide vinos más modernos y más fáciles de beber.
- Expansión del consumo de vinos en la franja de U\$S15 a U\$S20 la botella.
- Mercado incipiente en América Latina.
- Evolución favorable en los precios de los productos exportados.
- Tendencias de consumo por lo saludable y el bienestar físico a nivel mundial.
- Demanda creciente de jugo concentrado de uva.
- Gran cantidad de mercados abiertos.
- Mercados estratégicos: EE.UU, Canadá, Unión Europea, Reino Unido, Brasil, México, China y Japón.

Debilidades

- Alta presencia de productores pequeños y atomizados.
- Insuficiente articulación de la cadena. Escasa integración.
- Inversiones estructurales aún insuficientes.
- Baja participación de Argentina en los mercados mundiales, con pocas empresas de alto nivel de desempeño en la exportación y pocas marcas reconocidas internacionalmente.
- Falta de inversión nacional y falta de herramientas alternativas de financiamiento.
- Carencias en investigación y desarrollo (ID), formación y extensión.
- Insuficiente nivel tecnológico y profesional en las bodegas.
- Insuficiente adecuación al mercado en una estrategia de crecimiento.
- Inexistencia de productores primarios especializados de Jugo Concentrado de Uvas (JCU).
- Posición geográfica lejana a los puertos del Atlántico.
- Importación de insumos.

Amenazas

- Disminución del consumo de los vinos básicos.
- Competidores con alto nivel de desempeño en un marco de sobreproducción mundial de uva.
- Dinamismo de la política de promoción de exportaciones y los recursos destinados a Investigación, Desarrollo e Innovación (I&D+i) que se realizan en los países competidores.
- Política comercial de Chile
- Barreras para-arancelarias y exigencias de calidad y seguridad.
- Pocos actores en el JCU.