

Índice

Presentación.....	11
--------------------------	-----------

Dossier

Transformaciones de la vitivinicultura argentina en perspectiva regional en los últimos sesenta años

Coordinado por Patricia Olgúin

Introducción: Transformaciones de la vitivinicultura argentina en perspectiva regional en los últimos sesenta años

Patricia Olgúin.....	15
-----------------------------	-----------

Transformaciones de los sistemas vitícolas en la provincia de Mendoza. Dinámica y diversidad durante las tres últimas décadas

María Eugenia Van den Bosch, Laura Alturria.....	25
---------------------------------------------------------	-----------

La inserción del vino argentino en el mercado mundial entre 1980 y 2019. Características, comportamientos y factores asociados

Juan Manuel Cerdá	75
--------------------------------	-----------

Al auxilio de la vitivinicultura tradicional. Los efectos de las acciones reguladoras de las empresas Giol (Mendoza) y CAVIC (San Juan) (1963-1988)

Patricia Olgúin	103
------------------------------	------------

¿Innovar siempre es bueno? La reconversión vitivinícola uruguaya. Un estudio de caso (1974-2000)

Daniele Bonfanti.....	141
------------------------------	------------

Parte abierta

Reestruturação produtiva no Brasil e o destino de algumas empresas líderes do ciclo desenvolvimentista (1986-2015)

Cláudia Alessandra Tessari, Fábio Alexandre dos Santos, Flavio Tayra, Julio Cesar Zorzenon Costa, Renata Bianconi, Murilo Leal Pereira Neto 175

La internacionalización del grupo multinacional Techint y su vínculo con la planificación fiscal. Un análisis de la estructura corporativa y las empresas del grupo en Uruguay

Gustavo García Zanotti, Alejandro Gaggero 219

Reseñas

Las grandes empresas en Argentina. Desde la expansión agropecuaria hasta la última globalización

Claudio Belini..... 261

Nota crítica de eventos académicos

Nota crítica sobre las IV Jornadas de Investigadores en Formación del CEEED-IIIEP

Camila Lucía Scuzzarello 269

Directrices para autores/as 275

La inserción del vino argentino en el mercado mundial entre 1980 y 2019. Características, comportamientos y factores asociados

Juan Manuel Cerdá¹

jmcerda@unq.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0002-5146-8389>

Resumen

Este trabajo analiza el desarrollo de las exportaciones de vino argentino desde 1980 hasta 2019, centrándose en la evolución del tipo de cambio y las políticas macroeconómicas, y la dinámica de los mercados receptores. La hipótesis principal plantea que las exportaciones se convirtieron en una salida para el sector vitivinícola argentino en medio de la crisis más importante que tuvo que atravesar el sector durante todo el siglo XX. Esto condujo a transformaciones profundas y a la puesta en marcha de una nueva estrategia de desarrollo sectorial. La investigación se basa fundamentalmente en fuentes cuantitativas proporcionadas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura, la Bolsa de Comercio de Mendoza y la Organización Internacional de la Viña y el Vino.

Palabras clave

Vitivinicultura, globalización, exportaciones de vino, Argentina.

The insertion of Argentine wine in the global market. Characteristics, behaviors, and associated factors

¹ Centro de Estudios de la Argentina Rural de la Universidad Nacional de Quilmes - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Abstract

This work analyzes the development of Argentine wine exports from 1980 to 2019, focusing on the evolution of the exchange rate and macroeconomic policies, as well as the dynamics of the recipient markets. The main hypothesis posits that exports became an outlet for the Argentine wine sector amid the most significant crisis it had to face throughout the 20th century. This led to profound transformations and the implementation of a new sectoral development strategy. The research is primarily based on quantitative sources provided by the National Institute of Viticulture, the Mendoza Stock Exchange, and the International Organization of Vine and Wine.

Keywords

Viticulture, globalization, wine exports, Argentina.

Introducción

Desde finales de los últimos años de la década de 1960, el comercio mundial de vinos se ha expandido de forma significativa. Muchos “nuevos países” productores y con bajos niveles de consumo como Estados Unidos, Chile, Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica, comenzaron a producir vino, impulsando las exportaciones y abriendo nuevos mercados. Si bien, esto se dio en un marco de caída generalizada del consumo de vino -en países como Francia, Italia y España-; otros comenzaban a incorporar el vino en su consumo como, por ejemplo, Estados Unidos de América o China. Esto ha hecho que el mercado internacional del vino crezca y se dinamice de forma significativa en el último medio siglo, creando nuevas oportunidades para los productores. Sin embargo, la vitivinicultura argentina ha entrado relativamente tarde a dicho proceso. En el año 1979 la Argentina elaboró 26.347.050 hectolitros (7,2% del total elaborado en todo el mundo) y exportó tan sólo 87.813 hectolitros de vino, lo que representaba el 0,2% del mercado mundial y solo el 0,3% de lo producido en el país². Cuarenta años más tarde los indicadores son muy diferentes. En el

² Estos datos se basan en los informes del INV 1979, 1980, y en la base de datos de acceso abierto de Anderson y Pinilla 2021.

2019 Argentina elaboró 13.019.000 hectolitros de vino -lo que representaba el 5% producido en todo el mundo (OIV 2023)-, y exportó 3.123.000 hectolitros a 27 países -el 3% del mercado mundial- con un valor FOB de 752 millones de Euros (OIV 2023). El período de mayor crecimiento se dio recién a partir de la década de 1990. Entre 1990 y 2019 las exportaciones se incrementaron en un 601% en términos de volumen y en 5.653% en términos de valor. Este crecimiento ha llevado a que las exportaciones de vino pasaran de representar el 0,3% del volumen total producido en el país en el año 1979, al 3,2% en 1990, y hasta llegar a un 24% en 2019. Es evidente que este aumento se debe, en parte, a que el punto de partida era de volúmenes exportables muy reducidos.

Este rápido crecimiento a partir de la década de los 90 ha generado un interés en los ámbitos académicos; destacando la entrada de capitales y, especialmente, los cambios ocurridos a partir del régimen de “convertibilidad”, como el factor fundamental que impulsó dicho proceso³. Sin embargo, se ha prestado poca atención a otros aspectos fundamentales que influyeron en las ventas de vino al exterior. Este trabajo se propone abordar dos de esos factores claves, aunque no son los únicos que deben ser tenidos en cuenta.

En primer lugar, se explorará el cambio impulsado por los productores y las estrategias que estos diseñaron en las décadas previas al auge de las exportaciones. Este análisis permitirá comprender cómo las decisiones y transformaciones implementadas por los actores del sector sentaron las bases para el posterior desarrollo exportador. En segundo lugar, se examinará el impacto del tipo de cambio real en la dinámica exportadora del sector vitivinícola. Se analizará cómo las variaciones en el valor de la moneda argentina afectaron (o no) la competitividad de los productos vitivinícolas en los mercados internacionales, y cómo esto se tradujo en fluctuaciones de las exportaciones.

Por otro lado, debe tenerse en cuenta que la industria del vino argentino se ha sostenido (y se sostiene) en gran medida en el mercado interno y no en las exportaciones, como la mayoría de los países “del nuevo mundo”. La vitivinicultura argentina tiene una larga historia que

³ El régimen de convertibilidad se implementó en marzo de 1991 estableciendo una paridad cambiaria de 1 peso argentino igual a 1 dólar estadounidense. El objetivo central de dicha política era contener los altos niveles de inflación que había soportado la economía argentina durante toda la década de 1980.

se remonta a finales del siglo XIX cuando se constituyó como una de las industrias regionales más importantes del país, junto a la de la azúcar en el noroeste argentino (Lacoste 2004; Richard-Jorba 2000, 2008; entre muchos otros). En gran medida dicha industria se desarrolló sobre el consumo del mercado interno hasta finales del siglo XX, teniendo varios episodios de sobreproducción a lo largo de toda su historia (Barrios 2006, 2010; Mateu 2000, entre otros).

Según Cernadas y Forcinito (2004) luego de una fuerte acumulación de stocks en los primeros años de la década de 1970 el sector vitivinícola entró en un proceso crítico que se verificó en un decrecimiento de la producción. Entre 1979 y 1990, la producción de vino disminuyó 12.310.751 hectolitros, lo que fue acompañado del abandono, destrucción o reconversión para otros usos de 140.000 hectáreas dedicada a la viticultura en todo el país⁴. Esto representó una reducción del 47% del área cultivada y del 50% de la producción de vino en tan solo una década (Richard-Jorba 2008; Martín 2009; Cerdá y Hernández 2013). Estos drásticos cambios han llevado a que los diversos actores del sector lo consideren como una de las crisis más significativas que han tenido que afrontar. En gran medida, esta se asoció, por un lado al descenso sostenido del consumo de vino, y por otro al cambio en la concepción sobre la “calidad” del vino que se imponía a comienzos de los años 80. Los “nuevos” consumidores –en un principio ubicados en otros países–, demandaban vinos más ligeros (con menor graduación alcohólica), más aromáticos, con menos paso por barrica y que permitieran la identificación del *terroir* del cual provenían las uvas.

Esta coyuntura crítica para el sector también fue un momento de oportunidades y de transformación. Argentina tenía historia vitivinícola, tenía experiencia técnica y diferentes *terroirs* con características especiales, pero requería adaptar toda su producción a la nueva “calidad” demandada por el mercado⁵. Para entonces, los productores del “nuevo mundo” llevaban al menos una década incorporándose en los diferentes

⁴ Los porcentajes fueron estimaciones en base a los datos estadísticos provistos por el Instituto Nacional de Vitivinicultura.

⁵ Si bien la necesidad de mejorar la calidad y aumentar las exportaciones de vino argentino ha estado presente en el discurso del sector desde comienzos del siglo XX, la puesta en marcha de políticas activas y acciones conducentes aparecen recién a partir de la década de 1980. Para un análisis de algunas de esas propuestas que no se concretaron ver Mateu y Stein (2006) y Cicirello (2022).

mercados. Es por esto que consideramos que el proceso de reconversión vitivinícola en Argentina fue relativamente tardío y se vio invisibilizado por la crisis. Sin embargo, es posible afirmar que, al menos desde mediados de la década de 1980, comenzó un proceso de reconversión por parte de algunos productores cuando la crisis todavía estaba en curso. Esto fue impulsado por la acción del Estado, bodegueros, productores vitivinícolas y organizaciones corporativas, entre otros actores. Su objetivo principal era promover una “modernización” que permitiera al sector superar la crisis en la que se encontraba.

Como indican Azpiazu y Basualdo (2000) el sector vitivinícola se vio beneficiado por las políticas económicas de liberalización implementadas a principios de los años 90, las cuales permitieron la entrada de capital al sector y su modernización tecnológica. Sin embargo, es importante destacar que ello no hubiera sido posible sin un previo proceso de adaptación a las nuevas condiciones de demanda (Richard-Jorba 2000, 2008; Cerdá y Hernández 2013). Como lo expresa un directivo de Bodegas de Argentina⁶: *“El cambio fundamental lo hizo la industria [...] La industria fue la que se movió, salió al exterior, miró que es lo que pasaba [...] ¿Quiénes la lideran [dicha transformación]? Los gerentes, los enólogos, los agrónomos, fueron los que salieron a ver afuera que pasaba en el resto del mundo y dijeron, bueno, acá hay cosas que se pueden hacer, cosas que se pueden mejorar, para salir de una crisis de la cual se venía [...]. Entonces, esa visión, salir afuera a ver que hacen otros, ese aprendizaje fue el que se trajo hasta acá adentro y ahí fue donde se incorpora quizás ese enfoque, ese cambio”*⁷.

Si bien esta visión es sesgada en favor del sector privado, una parte de la bibliografía académica ha soslayado la acción de estos actores y de los Estados (provinciales y nacionales) en la reconfiguración del sector previa a las políticas neoliberales de los años 90. Por tanto, debe pensarse la interacción entre el proceso de globalización del mercado de vino con

⁶ Bodegas de Argentina es una Asociación Civil integrada por más de 230 empresas localizadas en todas las provincias vitivinícolas. Sus socios son empresas de diferente composición societaria, tamaño y origen, y son parte de todos los estamentos de la vitivinicultura nacional. Las bodegas asociadas facturan en el mercado interno el 65 % de los vinos de consumo corriente y el 85 % de los vinos Premium y Súper Premium, y el 90 % de las exportaciones de vinos fraccionados. Información extraída de: <https://www.bodegasdeargentina.org/nosotros/>. Última visita 11 de agosto 2023.

⁷ Entrevista realizada en la ciudad de Mendoza en 2014.

las variables macroeconómicas y de regulación a nivel nacional, y ciertos comportamientos microeconómicos de los empresarios del sector⁸.

La hipótesis de este trabajo es que, a partir de los años 80, los bodegueros vieron en las exportaciones una salida a la crisis de sobreproducción que atravesó el sector en la Argentina. Esto implicó, necesariamente, una transformación del mismo para producir vinos de calidad que pudieran ser vendidos en el mercado internacional. Así, los bodegueros sumaron a una tradición vitivinícola centenaria nuevas prácticas y estrategias de desarrollo.

En síntesis, este trabajo explora desde una perspectiva histórica de largo plazo los diferentes episodios por los cuales transitó la industria vitivinícola argentina y cómo fue su inserción en el mercado internacional desde los comienzos de los años 80. Esto permite comprender mejor la evolución del sector que se inserta en un mercado cada vez más globalizado y altamente competitivo (por precio y calidad) como el del vino por aquellos años. El estudio se enfoca en la importancia que tuvieron algunos bodegueros en la coyuntura de los años 80, así como en los efectos que tuvo el tipo de cambio en la expansión de las exportaciones a lo largo del período estudiado.

El trabajo se divide en cuatro apartados. En el segundo se realizan algunas consideraciones metodológicas del trabajo. A continuación, se analizan las transformaciones previas al crecimiento de las exportaciones y el origen de las mismas a partir de estudios de casos. En el cuarto, se estudia el fortalecimiento de las exportaciones y la influencia del tipo de cambio. Por último, en las conclusiones se resumen los resultados más significativos.

Metodología

El presente trabajo tiene carácter analítico-descriptivo (Gil 2008, 27-28) sobre el desempeño de las exportaciones de los vinos argentinos, con el fin de captar aquellos factores que estarían explicando dicho proceso, con una perspectiva histórica de largo plazo. En esta dirección, se

⁸ El análisis las políticas públicas escapa al alcance de este estudio. Existe una amplia bibliografía que ha abordado particularmente alguna de ellas: por ejemplo, la desregulación del mercado de vino en la década de 1990 (Azpiazu y Basualdo 2000; Richard-Jorba 2008, Gennari et al 2013) la ley de fraccionamiento en origen (Hernández 2014; Frau 2006); entre otros.

analizaron fundamentalmente dos factores: las transformaciones cualitativas previas al crecimiento de las exportaciones y al origen de las mismas, y la influencia del tipo de cambio como variable explicativa de la competitividad del sector.

Para la construcción de las series de datos se han utilizados diversas fuentes, como son: los informes estadísticos anuales del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), la información disponible en la página de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), la base de datos de acceso abierto realizada por Anderson y Pinilla (2021), datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) y por el observatorio del sector vitivinícola que realiza la Bolsa de Comercio de Mendoza.

Por último, la delimitación temporal (1980-2019) se debe a dos factores fundamentales. Por un lado, en dicho período se presentan los principales cambios en el sector vitivinícola argentino, como resultado de la inserción del sector al mercado mundial y las transformaciones internas que debió hacer para ello. Este proceso, generalmente denominado reconversión de la vitivinicultura argentina, ha sido ampliamente estudiado para la década del noventa, pero no así con una perspectiva de más largo plazo que incluya los años de la crisis del sector vitivinícola hasta su desarrollo más reciente. Por otro lado, la elección del corte en el año 2019 se debe a la aparición inesperada de la pandemia de COVID-19 a finales de dicho año. Esta afectó con características excepcionales a todo el mundo, especialmente, tuvo efectos directos sobre el comercio internacional, las economías nacionales y los hábitos de consumo de las personas⁹. En este sentido, parece razonable establecer este año como el fin del período de análisis, donde se puedan ver las continuidades y los cambios, sin hechos extraordinarios que pueden distorsionarlo.

La internacionalización del mercado de vino y la influencia sobre el sector vitivinícola nacional

Como ha sostenido Anderson *et. al.* (2001), Anderson (2004) y Anderson y Pinilla (2022), a partir de finales de los años 60 se incorporaron

⁹ Los primeros casos de COVID-19 fueron detectados en la Argentina a finales de febrero de 2020. Esto impulsó al gobierno nacional a establecer a partir de marzo de 2020 una serie de medidas sanitarias restrictivas entre las que se encontraban el aislamiento y la prohibición de desplazamiento de las personas y bienes. Estas medidas coincidieron con el período de cosecha, lo que afectó a la producción en su conjunto.

al mercado mundial de vinos productores provenientes de países con escasa tradición vitivinícola como: Estados Unidos, Chile, Nueva Zelanda, Australia o Sudáfrica. Estos “nuevos productores” han impulsado el aumento de las exportaciones de vinos dándole forma a un mercado mucho más dinámico y complejo en las últimas décadas. Pero también, desde comienzos de la década de 1970, el mercado del vino se vio afectado por una caída del consumo a nivel mundial y, especialmente, de los habitantes de los países mayores consumidores de Europa, como son Francia, España o Italia. Estos dos procesos empujaron a los productores tradicionales de vino a buscar nuevos mercados como, por ejemplo, Estados Unidos, Australia o, más recientemente, China. Si bien esto ha ampliado el intercambio y las posibilidades también ha convertido al mercado del vino en algo mucho más complejo que en el pasado.

En este marco, algunos trabajos recientes han analizado las diferentes estrategias que desarrollaron los bodegueros del “viejo mundo” con relación a los del “nuevo mundo” o del hemisferio sur (Anderson y Nelgen 2011; Medina Albaladejo, Martínez Carrión 2012; Medina Albaladejo, Martínez Carrión y Ramon-Muñoz 2014). Según estos autores, los bodegueros de los “nuevos países” –entre los que se incluye a la Argentina–, fueron más dinámicos y tuvieron un perfil orientado a la exportación mayor que los europeos. Sin embargo, a nuestro entender, la vitivinicultura argentina es un caso diferente al resto de los productores calificados como del “nuevo mundo” debido a tres factores fundamentales. En primer lugar, a diferencia del resto de estos países la producción vitivinícola en la Argentina tiene varios siglos de existencia (Lacoste 2003, 2004). En segundo lugar, como se analizará más adelante, la exportación fue una alternativa a un modelo de desarrollo basado en vinos de baja calidad orientado al mercado interno que había entrado en crisis. Por último, como se mostró más arriba, el mercado interno sigue siendo el pilar fundamental para el sector más allá del salto cualitativo que experimentó el vino argentino en las últimas décadas y que le permitió entrar a los mercados internacionales.

Otro factor a tener en cuenta es la caída sistemática y significativa del consumo del vino en las últimas cuatro décadas en el mundo en general y en la Argentina en particular. En Argentina, el consumo de vino ha pasado de 91,8 litros *per cápita* en 1970 a tan solo 19,7 litros *per cápita* en 2019 (INV 2022). Sin embargo, el mercado interno sigue representando alrededor del 80% del destino final de la producción y, en los últimos

años, con una creciente participación de vinos *premmium*, acompañando el proceso mundial¹⁰. Esto permite a los bodegueros manejar un abanico amplio de estrategias de comercialización más allá de la producción de vinos para el mercado mundial, como sucede en otros países productores, pero con bajo consumo de vino interno¹¹. A nuestro entender, estos elementos son lo suficientemente importantes como para diferenciar a la vitivinicultura argentina del resto de los productores del “nuevo mundo”. Así como el vino argentino es una novedad en los mercados internacionales, la exportación es un proceso novedoso para los productores locales.

Sin embargo, la producción de vino no dio cuenta de este proceso hasta bien entrada la década de 1970. Por el contrario, la desgravación impositiva para la promoción de áreas áridas de las décadas de 1960 y 1970 (Richard Jorba 2008), junto a un proceso especulativo por parte de algunos grupos económicos importantes –como fue el caso de Greco (Olguín y Mellado 2010)–, potenció la sobreproducción en el marco de un proceso de caída del consumo (Cernadas y Forcinito 2004). Mientras que el consumo interno se desplomaba la superficie implantada no cesó de crecer a un promedio de 2% anual entre 1945 hasta 1978¹². A esto debe sumarse un aumento en el rendimiento que había llegado a 250 quintales por hectárea, dos veces superior a lo que se consideraba como óptimo para conseguir vinos de calidad (Foster 1995, 17).

En este contexto, se comenzaron a implementar algunas de las ideas que venían siendo difundidas desde la década de 1960 (Cicirello 2022). Este proceso no fue lineal a lo largo de los años, así como tampoco pudieron ser implementadas por todos los productores. En algunos casos, demandaban grandes sumas de capital y en otros cambios drásticos en las formas de producción. Sin embargo, algunos *entrepreneurs* comenzaron a llevar adelante estas ideas con el objetivo de llegar con su producto a otros mercados. Esta transformación requirió de investigación, cambios en la gestión empresarial y desarrollos tanto en la producción como en

¹⁰ Instituto Nacional de Vitivinicultura, Departamento de Estadística y Estudios de Mercado. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/10/serie_consumo_per_capita_1963-2021.pdf. Última visita: 7/02/2023.

¹¹ Algunos ejemplos de esto pueden ser Chile, Sudáfrica o Nueva Zelanda.

¹² Entre 1945 y 1968 la superficie con vid pasó de 157.000 ha., a 294.000 ha. y siguió creciendo hasta 1979 cuando alcanzó las 316.355 hectáreas (datos extraídos de los anuarios del INV).

la comercialización, lo que permitió abrir las puertas de los mercados internacionales a los vinos argentinos. En algunos casos, las innovaciones fueron impulsadas por nuevos actores extranjeros que incursionaron en el negocio del vino, como Chandon, Concha y Toro, Fabre Montmayou, entre otros. Pero, también hubo un grupo importante de empresas familiares (Nicolás Catena Zapata, Alberto Zuccardi, López, Bianchi, entre otras) que se *aggiornaron* a los nuevos tiempos, pero aprovechando la tradición del vino argentino para apostar a su transformación. Todos estos tenían algo en común: importantes volúmenes de capital económico, social y cultural para invertir en un momento dominado por la incertidumbre. Así, la decisión de algunos bodegueros fue crucial. El rediseño organizacional de las firmas, la adopción de tecnología moderna –tanto en las bodegas como en el sector primario–, la importación de clones de diversos varietales, la ampliación de la frontera vitícola, así como la incorporación del marketing para promocionar vinos en el exterior fueron partes constitutivas de este proceso de transformación vitivinícola especialmente desarrollado en sus inicios por las grandes bodegas (Olguín 2022).

Sin embargo, el proceso no fue nada sencillo. El vino argentino corría con dos desventajas: por un lado, una mala reputación y, por otro lado, una entrada relativamente tardía a los mercados internacionales, si se la compara con otros competidores como Chile, Australia o Nueva Zelanda. Como se mencionó los volúmenes de exportación pasaron de un nivel tan bajo de 71.348 *hl* en el año 1980 a 445.536 *hl* en el año 1990, lo que representaba el 0,7% y 3,17% de la producción total de vinos argentinos; pero tan solo el 0,3% y 0,4% del comercio mundial de vinos, respectivamente. Estos valores resultan insignificantes en el mercado internacional, pero muestran que algunos productores comenzaron a ver en las exportaciones de vino una salida a la crisis. Esta salida no fue sencilla y requería no sólo de capital económico sino también de capital social. En este sentido, los *entrepreneurs* para poder entrar a los mercados internacionales requirieron no sólo de capital para realizar el cambio en la calidad de sus vinos sino, también, debieron crear redes con las casas de comercialización en los mercados emergentes, entrar en los concursos y revistas especializadas, contactarse con *sommeliers* que comenzaran a probar sus vinos y, así revertir la imagen negativa del vino argentino. En cierta medida esto también afectó a las organizaciones tradicionales y la creación de nuevas entidades –como la Asociación de Trasladistas

de Vino–, proceso que se consolidará una década más tarde (Chazarreta 2014; Román 2018, Semienchuk 2020).

A nuestro entender, la magnitud de la crisis de la década de 1980 ha opacado los procesos subyacentes de desarrollo y de reconversión incipiente de la vitivinicultura. Para ello hemos seleccionado un caso que permite ver cómo las decisiones microeconómicas fueron dando lugar a la transformación vitivinícola. Este es el caso emblemático de la Familia Catena Zapata que desde mediados de la década de 1980 comenzó un proceso de adaptación de su bodega a las nuevas condiciones de mercado. Nicolás Catena Zapata cuenta que en un viaje a Estados Unidos en 1982 “... lo llevé pronto hasta Napa Valley (Bah, en el primer fin de semana), donde se habían propuesto hacer tan buenos vinos como los franceses, añejándolos en toneles de roble nuevo para no oxidarlos y destruir su aroma de las frutas y aportarles el de la vainilla. Justo para donde rumbeaba el gusto internacional” [entonces, se preguntó Nicolás] “¿por qué no hacer algo así acá [en la Argentina]?” (Revista Viva 2007, 7). Por esos años su hermano Jorge se encontraba estudiando en la escuela de Enología de Davis en la Universidad de California, centro educativo que se convertirá rápidamente en ícono de la nueva generación de enólogos¹³. Unos años más tarde, Nicolás se hace cargo de la bodega familiar y se propone transformar sus viñas con el fin de hacer vinos para el mercado estadounidense. Para ello contrató en 1988 a Paul Hobbs, uno de los enólogos más reconocidos en Estados Unidos¹⁴. Así comenzó con la transformación completa de los viñedos: se modificó el sistema de conducción, los métodos de poda y se implementó el raleo de los racimos (Foster 1995, 38)¹⁵. Según indica Nicolás estos cambios comenzaron en medio de la crisis con un claro objetivo de transformar la producción (desde la planta) para luego producir un vino de “calidad” que sea competitivo en los mercados internacionales¹⁶. Otras bodegas como San Telmo, Zucardi, Trapiche

¹³ Jorge Catena fue, también, el impulsor del método de fermentación en frío para los vinos blancos en la Argentina a finales de la década de 1970 (Foster 1995, 29).

¹⁴ Hobbs había trabajado junto a Robert Mondavi en Opus Uno y había conocido a Jorge en la Escuela de Enología de Davis.

¹⁵ El raleo de racimo consiste en la selección de los mejores racimos para que la evolución de la planta se concentre en estos “buena calidad” dejando de lado el volumen.

¹⁶ El concepto de calidad es un aspecto controversial y central en la industria del vino. Aquí sostenemos que, por un lado, es muy difícil medir la calidad objetiva de un vino y, por otro lado, otros factores como el gusto, la cultura o el conocimiento personales de los

o Frabre Montmayou también comenzaron dicho camino adaptando sus nuevos vinos al perfil aromático y gustativo que demandaban los mercados internacionales.

Los conocimientos desarrollados en otras latitudes fueron adaptados a las necesidades y características locales y, en gran medida, esto fue hecho a partir de la sistematización y estudios realizados por los propios productores. Así, la utilización de clones, la maceración prefermentativa en frío, la fermentación maloláctica, la utilización de barricas –que reemplazaron o complementaron la utilización de las piletas y toneles tradicionales–, el deshoje, el cambio en la conducción de las vides, el estudio sistemático del clima, el reconocimiento del *terroir*, el estrés hídrico y el *marketing*, pasaron a formar parte del discurso de la transformación vitivinícola; originando un cambio copernicano para el sector. Esto coincide con los datos suministrado por el INV (1990) que muestran que entre 1979 y 1990 se implantaron 19.000 hectáreas nuevas en todo el país, lo que representaba el 9% de las vides existentes dicho año. Esto estaría indicando que, más allá de la erradicación que se indicó más arriba, también, se dio un proceso de revalorización del Malbec que fue cuidado por los productores (Pszczolkowski y Lacoste 2019) y la implantación de nuevas cepas –entendidas de “calidad”– que serán fundamentales en para la producción de vinos que se ubican en el segmento alto del mercado (Cerdá y Hernández 2013).

Pero, los bodegueros no solo necesitaban de un vino de “calidad” para exportar, sino que también debían sortear los problemas recurrentes de competitividad de peso argentino. Para ello, a continuación, se analiza la evolución de las exportaciones, teniendo en cuenta el tipo de cambio real.

consumidos influyen también en la determinación. Sin embargo, podemos afirmar que según la época, el conocimiento técnico de enólogos, agrónomos y el marketing, entre otros factores, se construyen parámetros de calidad enológica que tratan de replicarse en todo el mundo.

Fortalecimiento y concentración de las exportaciones del vino argentino

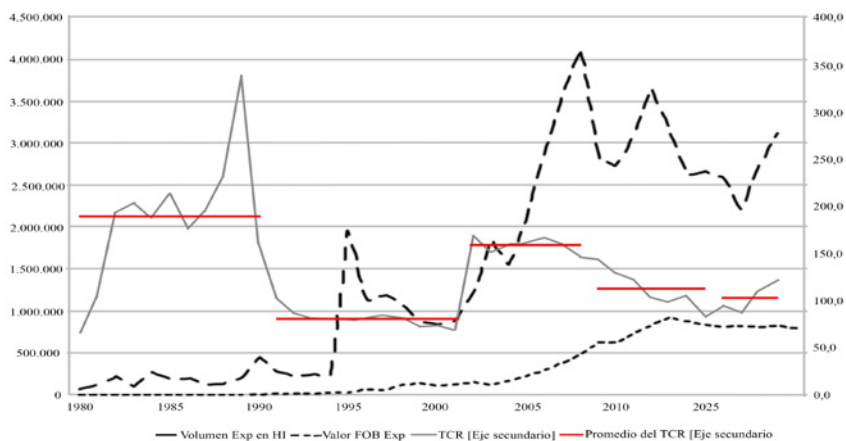
Factores asociados a la dinámica exportadora

El proceso de expansión de las exportaciones vitivinícolas de la década de 1990 ha sido explicado por la bibliografía como consecuencia de la incorporación de nueva tecnología al sector asociado a un Tipo de Cambio Real (TCR) que favorecía la entrada de capitales al sector (Azpiazu y Basualdo 2000; 2003). Sin embargo, esta condición perjudicaba a las exportaciones, como intentaremos mostrar en este apartado.

En el mismo sentido, la desaceleración de las exportaciones en los últimos años ha sido asociada casi exclusivamente a la apreciación del TCR, en un escenario similar a la de los 90. Pero, como veremos el TCR es una variable que no afectó siempre de la misma forma a las exportaciones de vinos. En este apartado mostraremos primero la relación entre el TCR y las exportaciones de vino para luego exponer algunas ideas que permitan explicar este comportamiento particular.

En primer lugar, se debe tener en cuenta que, en general, las decisiones en el sector vitivinícola se toman mirando el mediano y largo plazo. Esto se debe a que el desarrollo de la vid requiere de un cuidado de 3 o 4 años hasta que tiene sus primeros frutos y, luego, el ciclo productivo es anual. Estos dos elementos hacen que la inversión no pueda ser recuperada tan rápidamente como en otros cultivos de ciclo corto ni que ésta pueda ser revertida sin tener pérdidas importantes del capital invertido. En segundo lugar, como ya fue señalado, el crecimiento de las exportaciones de vino comenzó tímidamente a finales de la década de 1980, registrando un salto importante a mediados de la década siguiente, y se hizo mucho más dinámico a partir de la devaluación del año 2002 (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Evolución de las exportaciones de vinos argentinos (en hl) y del tipo de cambio real (TCR), 1980-2019.



Fuente: Estimación propia en base a datos del INV.

* el TCR se construyó a partir de la serie del Banco Central de la República Argentina (1997-2022, índice 100=diciembre 2015) Disponible en: https://www.bcra.gov.ar/publicacionesestadisticas/indices_tipo_cambio_multilateral.asp

y los años previos en base a datos del INDEC.

** Se han construido 5 períodos: 1980-1990; 1991-2001; 2002-2008; 2009-2015 y

2016-2019 en base a los siguientes criterios: El primer período corresponde a los años de la denominada “década perdida” mientras que el segundo se inaugura con la Convertibilidad hasta su crisis (1991-2001). El tercer período corresponde a la denominada posconvertibilidad hasta la crisis internacional de 2008 y, los dos últimos períodos, está asociado a los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner (final de su primer mandato 2009-2011 y el segundo 2011-2015) y de Mauricio Macri (2016-2019).

En general, desde la teoría económica, se plantea que existe una relación positiva entre un tipo de cambio real elevado y las exportaciones netas (Frenkel 2008). Sin embargo, como se observa en el gráfico 1, a pesar de haber tenido un tipo de cambio elevado durante toda la década de 1980, las exportaciones de vino en esos años fueron insignificantes. Esto se debió a la mala imagen (y calidad) del vino argentino que hacía poco probable su colocación en el mercado internacional. Como vimos en el apartado anterior, este factor comenzó a revertirse hacia final de la década y comienzos de la siguiente, antes de la implementación del tipo de cambio fijo en 1991. De hecho, como se observa en el gráfico 1, durante la década de 1980 los volúmenes exportados se multiplicaron por seis

y se triplicaron en términos de valores. Si bien parece poco con relación a lo que sucedió con posterioridad, fue durante estos años y el primer quinquenio de los noventa, donde los nuevos vinos argentinos comenzaron su inserción en el mercado mundial comenzando a revertir su imagen negativa.

Como lo han señalado Azpiazu y Basualdo (2000), con la implementación de la denominada “Ley de Convertibilidad” en marzo de 1991 se produjo un proceso de apreciación de la moneda junto a la eliminación de algunos aranceles asociados a la importación¹⁷. Estas medidas permitieron que gran parte del sector comenzara a importar bienes de capital destinados a modernizar las bodegas y los viñedos. Sin lugar a duda, este contexto macroeconómico favoreció la importación de insumos y maquinarias –tanques de fermentación, levaduras, barricas y clones–, y aceleró la entrada de capitales al sector vitivinícola tanto nacional como extranjero. Sin embargo, un TCR bajo no era un escenario positivo para las exportaciones ya que elevaba el costo de los bienes internos y hacía caer la competitividad internacional. Como se muestra en el gráfico 1, a lo largo de la década que duró la convertibilidad (1991-2001), las exportaciones casi se triplicaron en términos de volumen y se multiplicaron casi por ocho en términos de valor¹⁸. Lo que resulta interesante de observar en estos años es que el crecimiento de las exportaciones se verificó en un contexto de un TCR bajo y, por lo tanto, poco competitivo para el vino. Esto se puede explicar porque los vinos argentinos comienzan a ser reconocidos en el mundo, ya no sólo por los especialistas –que los comenzaron a premiar–, sino también por el consumidor no experto, pero más globalizado en su consumo, que buscaba probar diferentes vinos. Sin embargo, la expansión más significativa de las exportaciones todavía estaba por producirse.

Luego de la devaluación de enero de 2002 la vitivinicultura, al igual que el resto de los bienes transables, se vio favorecida por el

¹⁷ Debe mencionarse que estas medidas de liberalización no terminaron con los aranceles a las importaciones de vinos que se mantienen entorno al 20%.

¹⁸ En el año 1995 se produjo un incremento significativo de las exportaciones pero que estuvo asociado a la sequía que afectó la vitivinicultura española. La caída de la producción en este país provocó una demanda extraordinaria de los vinos argentinos que lo posicionó en un nivel superior a los registros históricos. Este hecho extraordinario explica el salto cuantitativo de las exportaciones, pero estuvo asociado a los vinos denominados “de mesa” o “comunes” que sustituyeron el faltante del vino español en el mercado internacional, este proceso que analizaremos con más detalle en el próximo apartado.

aumento del tipo de cambio y, consecuentemente, un aumento importante en la competitividad. A pesar de algunos primeros análisis pesimistas (Azpiazu y Basualdo 2003), el sector reaccionó de forma positiva y el mercado mundial mostró un creciente interés por el vino argentino. En menos de dos años, los volúmenes exportados se volvieron a duplicar y no dejaron de crecer hasta llegar a su nivel máximo en el año 2008 (Gráfico 1). Por tanto, en el período comprendido entre 2002 y 2008, las exportaciones se aceleraron de forma significativa, aumentando a una tasa anual de 19% en términos de volumen y de 25% en términos de valor. El año 2008 parece haber marcado un techo en los volúmenes de exportación. A partir de 2009 éstos revierten la tendencia y entran en un período de inestabilidad, perdiendo ente 2008-2017 un 46% (cuadro 1). Sin embargo, si se observa el valor de las exportaciones estas han crecido un 30% en el mismo período, aunque con una tendencia a su estabilización (gráfico 1 y cuadro 1).

Cuadro 1
Evolución de las exportaciones de vino

	1990-2019	1990-2001	2001-2013	2001-2008	2008-2017	2017-2019
En volumen	601,1%	97,9%	257,4%	369,7%	-46,1%	39,9%
En valor	5652,9%	876,6%	489,1%	318,1%	30,2%	0,8%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INV

La crisis internacional del 2008 y, especialmente, la caída de las ventas a Rusia parecerían ser las razones más importantes que explican la reducción en el volumen exportado¹⁹. En esta coyuntura, un hecho a destacar es que a partir del 2010 hay una recuperación del valor de las exportaciones aún con un tipo de cambio que sigue apreciándose; lo que nos permite suponer que la demanda comienza a considerar mejor la calidad de los vinos argentino o, al menos, está dispuesta a pagar más por ellos.

En resumen, las exportaciones han experimentado un crecimiento gradual desde finales de la década de 1980. Inicialmente, este crecimiento fue lento, pero a partir de mediados de los años 90 se intensificó

¹⁹ Rusia había sido el mayor destino de las ventas de vino desde el 2005 y cede su lugar a Estados Unidos quien llega a concentrar más del 40% de las exportaciones en el 2011.

y se volvió significativo después de la devaluación de 2002. La crisis internacional de 2008 marcó un límite en el volumen de las exportaciones, aunque continuaron creciendo en valor durante al menos cinco años más. Se observó cierta inestabilidad en los volúmenes exportados entre 2008 y 2019 que fue compensado por un aumento en los precios promedio. Esto permitió mantener la tendencia de crecimiento en valor entre 2008 y 2013, y encontrar cierta estabilidad hasta el final del período de estudio (2014-2019).

En consecuencia, las exportaciones han estado en aumento durante más de 30 años, ya sea en períodos de tipo de cambio apreciado como durante la convertibilidad o en los últimos años, o en situaciones de tipo de cambio alto como en gran parte de la primera década del siglo XXI. El objetivo no es negar la influencia que esta variable pueda tener en momentos específicos, sino más bien matizar su capacidad explicativa sobre las ventas al exterior.

Para comprender mejor la evolución de las exportaciones, es importante analizar el perfil del vino y la composición de los mercados externos en los últimos treinta años, ya que esto ha influido en cierta medida en la evolución de las exportaciones.

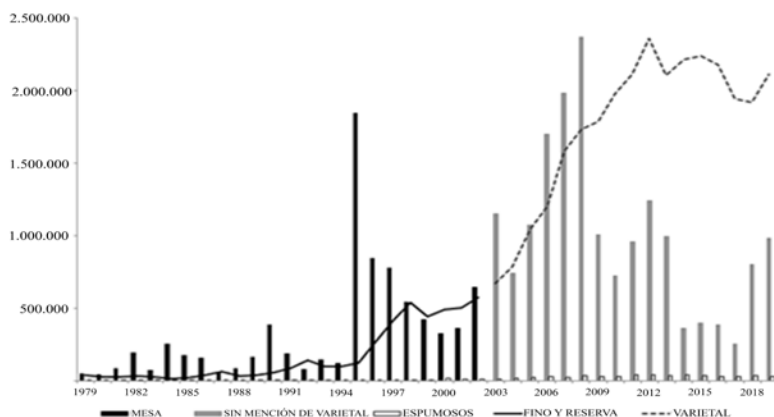
Cambios en la composición de las exportaciones

Brevet *et al.* (2014, 15) señalan que en el año 2011 el 86% del volumen y el 76% del valor de las exportaciones de vino argentino fraccionado en botella correspondían al segmento *Premium* (USD FOB 14 – USD FOB 59,9 para cajas de 9l.), y que tan solo el 2% del valor de las exportaciones se constituía de segmentos de valores inferiores. De la misma manera, estos autores indican la creciente presencia y notoriedad que ha alcanzado el Malbec argentino en el mundo, posicionándose como el varietal insignia de la industria nacional.

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

pesar de esto, es posible observar cómo la composición de las exportaciones ha ido cambiando en el tiempo²⁰.

Gráfico 2
Evolución de las exportaciones según clase de vinos, en *hl*



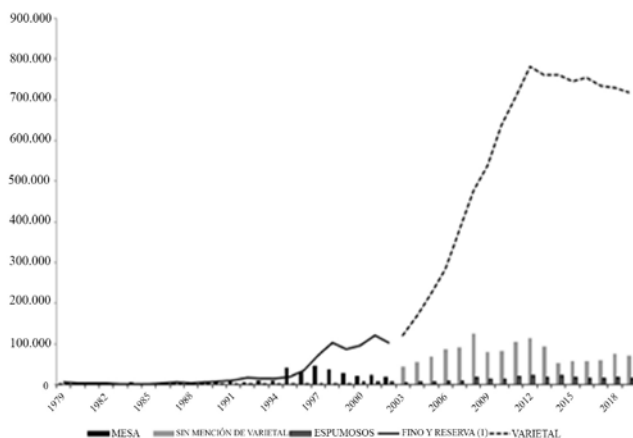
Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura. Anuarios de Exportación y Estadísticas de Exportación, Formulario 1848, Documento de Exportación.

(1) a partir del año 2003 el INV cambia la clasificación de los vino, pasadon de “vinos de mesa” y “vinos finos o reserva” a otra donde los vinos son definidos como: “con mención varietal”, “sin mención varietal”, “espumosos”, “especiales” y “otros”.

²⁰ La resolución N° C12/2003 del INV determinó que a partir de la liberación al consumo de los vinos de la cosecha 2004 los vocablos “de mesa” y “fino” quedan sin validez para utilizarse como indicativos de calidad diferencial de los mismos, de esta manera, la denominación legal que rige en la identificación del producto es el término “vino” seguido de la característica cromática. Debido a lo anterior, la comparación de la producción y exportación según tipo de vinos en todo el periodo 1990-2012 se ve limitada. A pesar de la tendencia que se observa entre los vinos denominados “finos y reserva” con vinos identificados como “varietales” no es posible establecer que se esté hablando del mismo tipo de producto. Algo similar sucede entre los vinos denominados “de mesa” y los “no varietales”.

Gráfico 3

Valor de las exportaciones de vinos en miles de dólares corrientes



Fuente: elaboración propia en base a datos de INV

En el gráfico 2 se aprecia cómo los vinos “de mesa”, en el contexto de bajos volúmenes de exportaciones totales, constituyeron la gran mayoría de las ventas al exterior durante toda la década de 1980 y comienzos de 1990. Por su parte, los vinos denominados “finos y reserva” comenzaron lentamente a crecer desde finales de la década de 1980 igualando en volumen a los “vinos de mesa” en la segunda mitad de la década siguiente. Como se aprecia en el gráfico estos vinos tuvieron una tendencia creciente, sostenida y menos volátil que la de los vinos de mesa a lo largo de toda la serie. Esta tendencia de los vinos “finos y reservas” continuó superando en volumen a los vinos de mesa en el período 1999-2001. En el año 2000, Argentina llegó a exportar 843.023 hectolitros de vino, lo que representaba el 6,7% de la producción de vino del país y el 1,3% del mercado mundial. Dentro de este volumen, el 58,4% correspondía a vinos “finos y reserva”, mientras que el 38,8% era vino de mesa. Estos datos indican una mejora en la demanda de vinos finos y una mayor aceptación en general de todos los vinos argentinos en los mercados internacionales, sumado a un precio unitario mucho mayor (Gráfico 3). Es evidente que, en comparación con los vinos de mesa, los vinos denominados finos tenían aún un camino muy largo que recorrer. La participación en el mercado

internacional aún era mínima y la capacidad de producción de vinos finos crecía. En gran medida esta “demora” podría explicar porque los vinos argentinos de “calidad” no habían podido romper con los estigmas que pesaban sobre la industria.

Ahora bien, a partir de la nueva clasificación realizada por el INV se puede observar que las exportaciones en volumen crecieron, representando los vinos varietales el 36,4% mientras que los no varietales 62,3% para dicho año. Aquellos llegaron a representar más del 65% de las exportaciones en los años 2011-2012, mientras que los vinos no varietales explican 25% de las mismas (Gráfico 2). Por su parte, si se analiza la dinámica de las exportaciones a partir de su valor podemos afirmar que los vinos “no varietales” representaban el 25,5% del valor de las exportaciones en el 2003, y redujeron su participación a tan sólo el 9% en el 2019. Por el contrario, las exportaciones de vino varietales han crecido de forma sostenida desde el 2003 hasta el 2012 y se han mantenido relativamente estable hasta el final del período en estudio, representando el 89% en el año 2019. Esto se explica por un aumento del valor promedio de este segmento de vinos, lo que lleva a pensar que hubo un aumento del precio unitario lo que ha compensado la caída en los volúmenes.

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

En síntesis, como fue mencionado en el apartado anterior, el tipo de cambio ha tenido una importancia relativa –y no lineal– en la evolución de las exportaciones. En particular, parecería que el tipo de cambio tuvo una mayor incidencia sobre los vinos de “mesa” y “no varietales” mientras que ha tenido un efecto menor sobre los vinos “finos y reserva” y los “varietales” a lo largo de todo el período.

Por lo tanto, es posible afirmar que los efectos de “imagen” así como el logro de posicionamiento en los mercados internacionales de vinos de “calidad” son variables que deberían ser estudiadas como parte

de las estrategias de los productores de vinos. En este sentido, algunas preguntas que quedan pendientes para próximos trabajos son ¿Qué costos (económicos, reputación, etc.) tiene entrar/salir de los mercados internacionales de vinos de calidad? ¿La decisión de salir de un mercado de calidad está asociada sólo al Tipo de Cambio y a los márgenes de ganancia? ¿Cuáles son los mecanismos y trabas para entrar en los mercados internacionales? ¿Quién/es determina/n el precio en dichos mercados?

Conclusiones

El objetivo de este trabajo ha sido analizar en una mirada de largo plazo la evolución de las exportaciones de vino argentino. Se ha llegado a la conclusión que el aumento de las exportaciones fue el resultado de un proceso de causalidad múltiple y compleja.

El modelo desarrollado que sostuvo al sector vitivinícola argentino desde finales del siglo XIX hasta mediados de la década de 1970 se había basado en la producción de vinos comunes destinados a un mercado interno que estaba altamente protegido. La crisis de finales de los años '70 no sólo provocó la eliminación de 140.000 hectáreas de vides en todo el país, sino que también fue el comienzo de un fuerte proceso de reconversión productiva. Es por esto que a pesar de tener un TCR competitivo durante la década de 1980, el crecimiento de las exportaciones fue relativamente bajo. La indiferencia de los consumidores internacionales y una mala reputación del vino argentino parecen haber incidido más que el tipo de cambio en las posibilidades de exportar vino argentino.

En este marco, la estrategia de algunos productores fue sumar a su experiencia y tradición vitivinícola centenarias técnicas de producción y principalmente *marketing* que pudieran revertir la mala imagen del vino argentino. Para estos bodegueros las exportaciones de vino operaron como el horizonte, pero sin que ello se convierta en el principal destino de su producción. En la década de 1980, parecería que la decisión micro-económica de salir al mercado internacional fue una válvula de escape de la crisis, con el propósito de revertir la caída del consumo interno. Debe recordarse que en otros momentos el Estado había salido a salvaguardar los intereses de los bodegueros, pero en esta década ya se comenzaba a avizorar también un retiro del Estado de la economía (Olguín 2008, 2012).

En este sentido, la implementación de medidas liberales y la fijación del tipo de cambio a partir de la denominada ley de “convertibilidad”

en marzo de 1991 abre un nuevo capítulo en la vitivinicultura argentina. Por un lado, la implementación de un tipo de cambio real bajo permitió la entrada de capitales al sector (Azipazu y Basualdo 2000) pero también dio lugar a la expansión de las exportaciones. Como se ha demostrado, una paradoja de este período es que aún con un tipo de cambio real bajo las ventas al exterior crecieron y, en promedio, fueron más elevadas que las de la década anterior. Esto da por tierra la idea de que las exportaciones dependen exclusivamente del TC, por un lado, y permite observar que las transformaciones previas comenzaron a dar sus resultados cambiando la imagen del vino argentino, por otro lado; generando así una mayor demanda del mercado mundial.

En enero de 2002 se deroga la Ley de convertibilidad y se pasa a un régimen de TC móvil. Esto produjo una fuerte devaluación que, como era de esperar, favoreció las exportaciones argentinas. Sin embargo, la crisis internacional del 2008 hizo que las exportaciones encontraran su techo y entraran en un proceso de mayor inestabilidad en términos de volumen, aunque no así en términos de valor, como se analizó en detalle en la última sección. La crisis del 2008 también coincidió con el comienzo de un período de retraso en el TC, lo que hace que las ventajas comparativas comiencen a disminuir.

Un hecho interesante a destacar de estas dos décadas de siglo XXI es que con TC muy diferentes las exportaciones de vino varietales crecieron –más el valor que en volumen– y descendieron las de vino no varietales. O sea, los vinos varietales muestran una menor elasticidad frente a disminución del TC lo que estaría indicando que los exportadores siguen apostando a mercados externos a pesar de la caída de la competitividad. Nuevamente, como durante la convertibilidad, parecería que los exportadores una vez que ganan mercados resisten retirarse de ellos debido, quizás, a los costos de entrada y al efecto reputación.

Asimismo, la dinámica exportadora de largo plazo sugiere que el tipo de cambio no alcanza para explicar por sí sólo todo el proceso de transformación que experimentó el sector en los últimos 40 años. La capacidad de imponer un producto específico como es el vino en un mercado globalizado y tan competitivo implica un esfuerzo importante por parte de las empresas y de los Estados. De todas maneras, con niveles más estables y previsibles del tipo de cambio real debería esperarse que las condiciones mejoren para un sector que, por las características del cultivo

y de la producción, requiere un horizonte más estable en el mediano y largo plazo.

Por último, no debemos olvidar que la vitivinicultura argentina sigue basada en un mercado interno que representa hoy entre el 70% y 80% del total de la producción. Esto le permite al sector no depender exclusivamente de las exportaciones y tener una red de contención que es el mercado interno –que sigue estando fuertemente protegido–, con niveles de consumo *per cápita* elevados en términos internacionales, aún en momentos donde el tipo de cambio no es favorable.

Bibliografía

Anderson, K. 2004. *The World's Wine Markets. Globalization at work*, Edward Elgar, Cheltenham, UK.

Anderson, K., Pinilla, V. 2022. Wine's belated globalization, 1845–2025; *Applied Economic Perspectives and Policy*, 44(2):742–765. <https://doi.org/10.1002/aepp.13174>

Anderson, K., Nelgen, S. 2011. Global wine markets, 1961 to 2009: *a statistical compendium*, University of Adelaide Press, Adelaide. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/10.20851/j.ctt1sq5x3h>

Anderson, K., Norman, D. y Wittwer, G. 2001. «Globalization and the World's Wine Markets: Overview, Center for International Economic Studies», *Discussion Paper No. 0143*, Adelaide University, Australia.

Alonso, C. 2008. «Varietales versus genéricos. Una aproximación al renovado mercado Vitivinícola argentino». En *Anales de la Asociación argentina de economía Política*, Noviembre.

Aspiazu, D., Basualdo, E. 2000. *El complejo vitivinícola argentino en los noventa: Potencialidades y restricciones*. Buenos Aires, CEPAL.

Aspiazu, D., Basualdo, E. 2003. «Las exportaciones vitivinícolas durante la postconvertibilidad». *Terceras Jornadas de Estudios Agrarios y Agroindustriales*, 5 al 7 de noviembre de 2003, Facultad de Ciencias Económicas, UBA, Buenos Aires.

Barrio, P. 2010. *Hacer vino. Empresarios vitivinícolas y Estado en Mendoza (1900–1912)*. Rosario, Ediciones Prohistoria.

Barrio, P. 2006. «Una crisis de la vitivinicultura en el oeste argentino (Mendoza) a principios del siglo XX». En *América Latina en la historia económica*, (26), 129-156.

Brevet, X., Orrego, J. E. y Gennari, A. 2014. «Strategies of Argentinean Wineries in Export Markets 2009-2011». *American Association of wine economists*, Working Paper, N° 166.

Cerdá, J. M., Hernández-Duarte, R. 2013. «El nuevo perfil de los productores vitícolas mendocinos. Heterogeneidades de un proceso de modernización». En Muzlera, José y Salomón, Alejandra (Coordinadores). *Sujetos sociales del agro argentino. Configuraciones históricas y procesos de cambio*; Ed. Prohistoria, Rosario.

Cernadas, J., Forcinito, K. (2004). «Aportes para una caracterización económica del complejo vitivinícola de Cuyo (Argentina) en la etapa

inicial de la reestructuración liberal, 1976-1989». *II Congreso de Historia Económica de la Asociación Mexicana de Historia Económica*.

Chazarreta, A. 2014. «Los cambios en la organización gremial de la burguesía vitivinícola de la provincia de Mendoza, Argentina (1990-2011)». Pampa, N°10, pp.55-85. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2314-02082014000100004

Cicirello, E. 2022. «En búsqueda de los orígenes de la «calidad vitivinícola». Interacción agrícola y desarrollo tecnológico en la vitivinicultura mendocina durante 1960-1990». *Encuentros Latinoamericanos (segunda época)* 6(2). 86-107.

Durán-Lima, J. 2008. *Indicadores de comercio exterior y política comercial: generalidades metodológicas e indicadores básicos*. Santiago de Chile, CEPAL.

Frau, S. 2006. «La intervención estatal en las actividades vitícolas en la Provincia de San Juan para 1982: Ley provincial de promoción al fraccionamiento de vinos en origen N° 5.107». *Universum*, 21(2), 202-217.

Frenkel, R. 2008. «Tipo de cambio real competitivo, inflación y política monetaria». En *Revista de Economía Política de Buenos Aires*, año 2, n° 3 y 4, Buenos Aires.

Gennari, A., Jimena E. O., y Santoni, L. 2013. *Wine market regulation in Argentina: past and future impacts*. Nueva York: American Association of Wine Economists.

Gil, A. 2008. *Métodos e técnicas de pesquisa social*, 6ª ed. Editora Atlas, São Paulo.

Hernández, J. J. 2014. «La ley 23.149 de fraccionamiento de vinos en origen en Argentina: su proceso de surgimiento, los problemas para su implementación y sus resultados». En *H-industria. Revista de historia de la industria y el desarrollo en América Latina*, N° 15, 56-85.

Lacoste, P. 2004. «La vitivinicultura en Mendoza: implicancias sociales y culturales (1561-2003) ». En Roig, Arturo; Lacoste, Pablo y Satlari, María. *Mendoza, Cultura y economía*, Ed. Caviar Bleu, Mendoza.

Lacoste, P. 2003. *El vino del inmigrante: los inmigrantes europeos y la industria vitivinícola argentina: su incidencia en la incorporación, difusión y estandarización del uso de topónimos europeos 1852-1980*. Consejo Empresario de Mendoza, Mendoza.

Mateu, A. M. 2007. «El modelo centenario de la vitivinicultura mendocina: génesis, desarrollo y crisis (1870-1980)». En *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina*, 19-42.

Mateu, A. M. 2000. *Estado y Vitivinicultura: Las políticas públicas de la transición. Mendoza. 1870-1890.*

Mateu, A. M., Stein, S. 2006. «Diálogos entre sordos: Los pragmáticos y los técnicos en la época inicial de la industria vitivinícola argentina». En *Historia Agraria*, N° 39, pp. 267-292.

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. FLACSO. Sede Académica Argentina, Buenos Aires.

Martín, F. 2009b. «Agua y modelo productivo. Innovaciones tecnológicas e impactos territoriales en el sistema agroalimentario de Mendoza». En *Estudios socioterritoriales. Revista de Geografía*, N° 7, 26-45.

Martínez Carrión, J. M., Medina Albaladejo, F. J. 2012. «La competitividad internacional de la industria vinícola española durante la globalización del vino». *Sociedad Española de Historia Agraria*, Documento de Trabajo, N° 12-03, Abril 2012.

Medina Albaladejo, F. J., Martínez Carrión, J. M. 2012. «La competitividad de las exportaciones de vino español y el mercado mundial 1960-2011». *Unitat d'Història Econòmica*, Working Paper 2012_03. Disponible en: http://www.h-economica.uab.es/wps/2012_03.pdf

Medina Albaladejo, F. J., Martínez Carrión, J. M. y Ramon Muñoz, J. M. 2014. «El mercado mundial de vino y la competitividad de los países del hemisferio sur, 1961-2010». *América Latina en la Historia Económica*, año 21, núm. 2, mayo-agosto.

Montes de Oca, A. (1996). «El caso Greco». *Todo es Historia*, N° 348, Buenos Aires, julio, pp. 8-22.

Olguín, P. 2022. «Las grandes empresas vitivinícolas de Mendoza en el declive de la vitivinicultura tradicional (1955-1974)». En Lluch, Andrea y Lanciotti, Norma Silvana (eds.), *Las grandes empresas en Argentina. Desde la expansión agropecuaria hasta la última globalización*, Rosario, Prohistoria Ediciones, pp. 159-181.

Olguín, P. 2012. «Estado, empresas y regulación. La experiencia de las entidades reguladoras del mercado vitivinícola de Mendoza (Argentina), 1914-1943». *Revista de Historia Industrial*, 21(49), 77-110. Disponible en: <https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/20930>

Olguín, P. 2008. «La intervención estatal en los mercados vitivinícolas. La función de regulación de las Bodegas y Viñedos Giol. Mendoza, Argentina (1954-1974)». *Revista Territorios del Vino*, 2(2).

Olguín, P., Mellado, M. V. 2010. «Fracaso empresario en la industria del vino. Los casos de Bodegas y Viñedos Giol y del Grupo Greco. Mendoza, 1974-1989». *Anuario IEHS*.

Ospital, M. S., Cerdá, J. M. 2016. «Intervención estatal y agroindustria vitivinícola: el caso de la Junta Reguladora de Vinos». *H-Industria*, Año 10, N° 18, primer semestre. Disponible en: <http://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/view/873>

Pszczolkowski, P., Lacoste, P. 2019. «Enological Frontier of the Southern Cone of America: Cabernet-Sauvignon in Chile and Malbec in Argentina». *Ciencia e investigación agraria*, 46(3). Disponible en <https://www.scielo.cl/pdf/ciagr/v46n3/0718-1620-ciagr-46-03-0220.pdf>

Richard Jorba, R. 2008. «Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005». *Estudios Sociales*, vol. 16, núm. 31, enero-junio 2008, Sonora (México).

Richard Jorba, R. 2000. “Cambios tecnológicos y transformaciones económico-espaciales en la vitivinicultura de la Provincia de Mendoza (Argentina), 1870-2000”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, N° 69 (83). Número extraordinario dedicado al II Coloquio Internacional de Geocrítica, actas del coloquio, Universidad de Barcelona. Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-83.htm>.

Román, J. I. 2018. «Política, corporaciones y trayectoria organizacional de pequeños productores y bodegueros en la zona este de Mendoza, Argentina (1980-2017)». *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 5(13): 141-159.

Semienchuk, L. 2020. *Los discursos corporativos en la crisis vitivinícola durante la última dictadura militar. Mendoza, 1978-1984*. Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en: <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2260/DiscursosCorporativosVitivinicola.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fuentes

Anderson, K., Pinilla, V. (with the assistance of A.J. Holmes) (2021), *Annual Database of Global Wine Markets*,

1835 to 2019, freely available in Excel at the University of Adelaide's Wine Economics Research Centre, August 2021. Disponible en: <https://economics.adelaide.edu.au/wine-economics/databases#annual-database-of-global-wine-markets-1835-to-2019>

Entrevista realizada a Directivo de Bodegas Argentina, mayo 2014, Mendoza.

Foster, D. (1995). *Revolución en el mundo de los vinos*. Ennio ayosa impresores, Buenos Aires, Argentina.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. *Datos estadísticos*.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. 1990. *Censo de Viñedos*.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. 2022. *Consumo per capita de vino 1963-2021*. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/10/serie_consumo_per_capita_1963-2021.pdf

Observatorio Vitivinícola Argentino. 2014. *Dinamismo comercial. Una medida de diversificación/concentración de mercados y actores*. Disponible en: <http://www.observatoriova.com/informes/dinamismo.html>

Observatorio Vitivinícola Argentino. <https://observatoriova.com/>. Última entrada 23 de mayo de 2023.

Organización internacional de la Vid y el Vino. *Base de datos en línea*. Última entrada 25 de septiembre de 2023. Disponible en: <https://www.oiv.int/es/what-we-do/data-discovery-report?oiv>

Revista Viva del Diario Clarín. 2007. Fecha de edición 11 de noviembre de 2007.

Fecha de recepción del artículo: 05/07/2023

Fecha de aceptación del artículo: 18/07/2023

