

Valor Tinto

Diana Silveira

Coordinadora CEDEX - Universidad de Palermo

La industria vitivinícola ha demostrado, en los últimos 25 años, un proceso de transformación estructural. Este cambio se manifiesta a través de un aumento en los intercambios mundiales de vino; en las modificaciones en los hábitos de consumo; la aparición de nuevos consumidores demandantes de vinos de alta calidad y productos innovadores; el surgimiento de países productores muy competitivos, y un creciente poder de los supermercados en el comercio de vinos.

En el plano local, esta tendencia del consumo de vino se refleja en un consumidor más moderado, pero también más exigente. Frente a los 88 litros anuales por habitante que consumía el argentino en los años ochenta, actualmente sólo bebe 30 litros, y este consumo está orientado al vino fino embotellado; ganándole espacio al vino de damajuana o al vino en cartón.

Sus consecuencias no solamente se evidencian en el mercado interno, sino también en las estrategias adoptadas frente a los mercados internacionales por parte de los denominados países del nuevo mundo; como Argentina, Australia, Chile, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

En respuesta al cambio de gusto del consumidor, las bodegas argentinas están desarrollando estrategias orientadas a una diversificación de la oferta, a través de las múltiples variedades de cepas y combinaciones. La Argentina tiene una gran variedad de climas y suelos, características suficientes para cultivar todo tipo de uvas. Frente a esta ventaja, tiene la posibilidad de adecuar la producción a la demanda de los diferentes mercados, elaborando un producto de alta calidad especialmente diseñado para consumidores diferenciados. Esta ventaja le permite abrir nuevos mercados, diferenciándose de la competencia y de los exportadores tradicionales.

Sin embargo, en el plano internacional, las exportaciones argentinas representan tan sólo un 2,8% del mercado, siendo el quinto productor del mundo pero el noveno exportador mundial de marca. Estas cifras contrastan el 37% que acapara Francia y el 20% de Italia, exportadores tradicionales. Estos países se caracterizan por tener una imagen muy fuerte y canales de distribución que funcionan perfectamente.

De todas formas, es alentador el desarrollo del “Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020” (PEVI), que demuestra que nuestro país no quiere quedar fuera de las oportunidades que los mercados globales ofrecen. El PEVI data del año 2004, con el objetivo de permitir un mejor posicionamiento global de Argentina -contando con el apoyo y compromiso del Estado, bodegas y productores- para estructurar y organizar la vitivinicultura y responder a las necesidades de los consumidores. El diseño del plan estratégico tiene como objetivo “crear valor a través de la organización e integración de los actores de la cadena, la producción de vinos con mayor calidad y consistencia, el desarrollo de la capacidad exportadora y de negociación, la penetración de mercados y la fidelización de clientes y consumidores”. El propósito es alcanzar en el año 2020 un sostenido posicionamiento entre los productores mundiales, llegando a una participación del 10% en el volumen de exportaciones y lograr la valoración y el reconocimiento de los consumidores.

Innovación e inversión

Indudablemente para lograr un producto con alto valor agregado y de calidad es necesaria la inversión y la innovación. En los últimos diez años, las estimaciones del sector indican una inversión de las bodegas argentinas cercana a los 500 millones de dólares, para incorporar tecnología y abrir nuevos mercados. La tecnología tiene un protagonismo muy importante para

poder cumplir con los estándares de calidad que exigen los diferentes mercados, que demandan constantes actualizaciones.

En cuanto a la innovación en el proceso de la industria vitivinícola, el proyecto encabezado por una bodega, investigadores y cardiólogos argentinos demuestra que es posible. Éstos han desarrollado la primera marca de vinos varietales con poder antioxidante, a partir de un proceso específico, que permite lograr un mayor porcentaje de polifenoles. Los polifenoles son un grupo de sustancias que aumentan las defensas antioxidantes del organismo del ataque de los radicales libres. En resumen, el consumo moderado de estas sustancias mejora la expectativa de vida y la salud cardiovascular. Este proceso creado en nuestro país, cuenta con el aval de la Federación Argentina de Cardiología y también con el aval internacional.

También en el plano de la innovación, está comenzando a desarrollarse el “enoturismo”. Durante el 2006, las bodegas supieron combinar el auge del turismo con la industria vitivinícola, ofreciendo atractivos paquetes de turismo incluyendo visitas a viñedos, a bodegas y ofreciendo degustaciones; en las provincias de Mendoza, La Rioja, San Juan y Salta.

Esperemos que el tiempo confirme que la combinación de compromiso, inversión, innovación y proyectos pensados para integrar todos los actores productivos, permita crecer sostenidamente al sector vitivinícola tanto internamente como internacionalmente.

Noviembre 2007

Bibliografía consultada:

- http://www.losandes.com.ar/2001/0113/nota8613_1.htm
- <http://www.aacrea.org.ar/economia/articulos/pdf/24-vinos.pdf>
- <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/Despachos/2007/ComparativoMensual2007.PDF>
- http://www.diariodecuyo.com.ar/home/new_noticia.php?noticia_id=225918
- www.lanacion.com.ar/959099
- <http://www.vitivinicultura2020.com.ar/espanol/src/pdf/AuditoriaMercado2006.pdf>
- www.exportar.org.ar
- <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/bebidas/pevi2020.pdf>
- <http://www.ciudadanodiario.com.ar/2007/11/03/nota40501.html>
- <http://misionesports.com.ar/paginas/detalle.php?db=nacionales&id=19312>
- <http://www.tendenciasplus.com/contenidos/ver/160>