

INFORMES DE CADENAS DE VALOR

Julio 2018

ISSN 2525-0221



Vitivinícola

AUTORIDADES

MINISTRO DE HACIENDA Y FINANZAS PUBLICAS

Lic. Nicolás Dujovne

SECRETARIO DE POLÍTICA ECONÓMICA

Dr. Guido Martin Sandleris

SUBSECRETARIO DE PROGRAMACIÓN MICROECONÓMICA

Dr. Mariano Tappatá

DIRECTOR NACIONAL DE ANÁLISIS MICROECONÓMICO

Lic. Juan Emilio Zabala Suárez

DIRECTORA DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS SECTORIAL

Lic. María Victoria Anauati

DIRECTORA DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS REGIONAL

Lic. Estefanía Lotitto

ANALISTAS RESPONSABLES

Lic. Micaela Bevilacqua y Lic. Lucía Canitrot

Este informe tiene por objeto una descripción analítica y estructural de la cadena vitivinícola. Se consideran temáticas como: la configuración de relaciones económicas; el proceso productivo y su evolución; la localización territorial; contexto internacional y tendencias; la incidencia de las políticas públicas, entre otros aspectos de relevancia.

Publicación propiedad del Ministerio de Hacienda de la Nación. Registro DNDA en trámite. *Hipólito Yrigoyen 250 Piso 8° (C1086 AAB) Ciudad Autónoma de Buenos Aires – República Argentina. Tel: (54 11) 4349-5945 y 5918. Correo electrónico: sspmicro@mecon.gov.ar URL: <https://www.minhacienda.gob.ar/>*



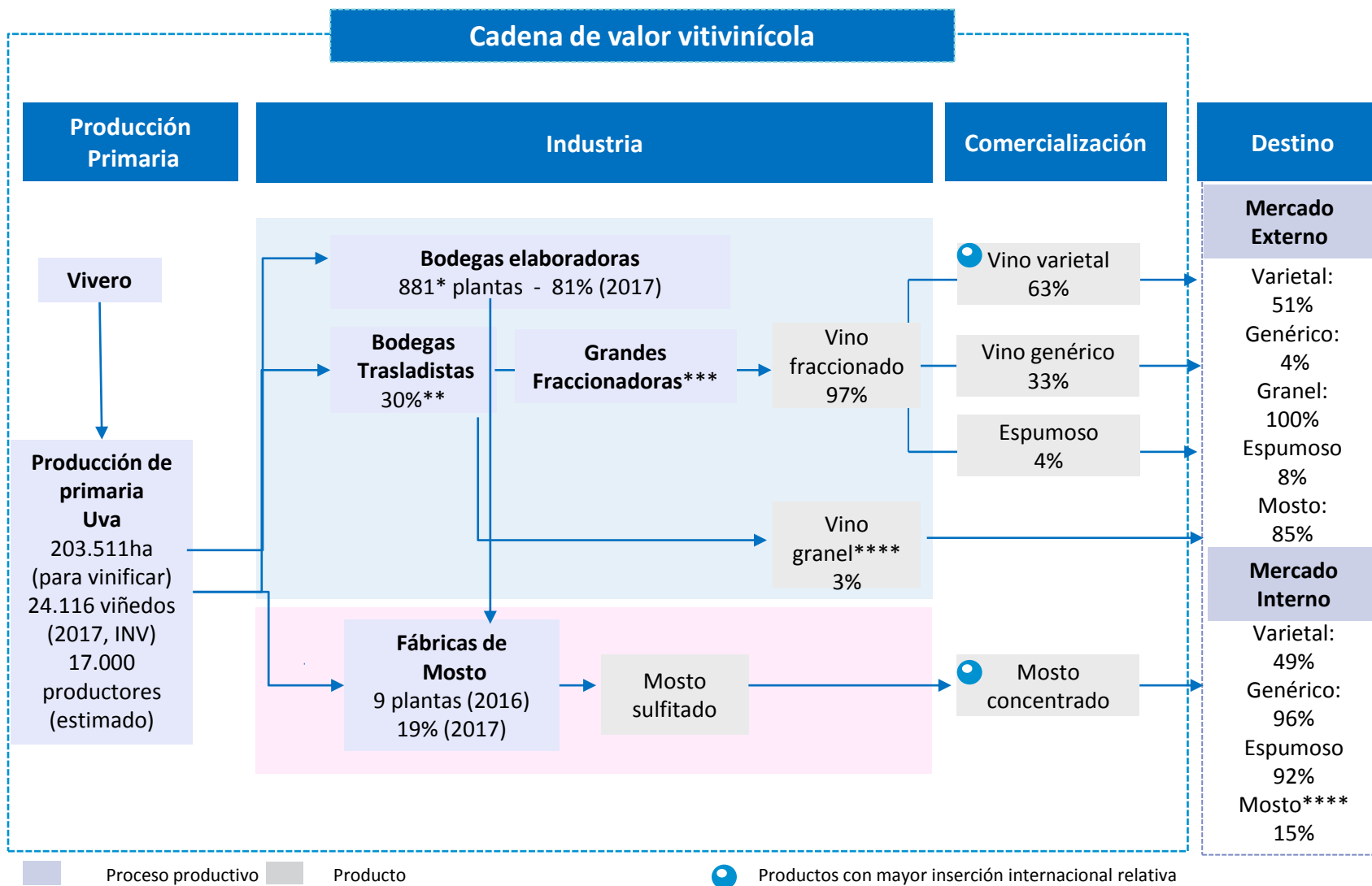
RESUMEN EJECUTIVO

- El sector presenta una extensa cobertura territorial, e involucra un universo heterogéneo actores con una amplia diversidad tecno-productiva.
- Registra un menor grado de concentración en su estructura productiva que otras cadenas regionales (como por ejemplo, yerba mate o lácteos).
- Tras dos años de malas cosechas, 2018 fue un buen año en términos de producción, alcanzando un volumen de casi 26 millones de quintales. En consecuencia aumentó el nivel de elaboración de vino y de mosto.
- El mercado interno representa el 80% de la comercialización de vino. La persistente caída del consumo interno desde hace más de tres décadas y el avance de la cerveza en las preferencias de los consumidores, constituye la principal problemática para el sector.
- En 2017 las ventas de vino Malbec alcanzaron casi 80 millones de litros en el mercado interno (share del 38% de la venta en volumen de varietales). En el mercado externo se comercializaron 129 millones de litros en el exterior, con una facturación de US\$ 508 millones (62% ventas en volumen y 56% de los ingresos por venta de vino).
- En el frente externo, que representa el 20% de las ventas, Argentina viene perdiendo mercados desde 2011, vinculado tanto a aspectos macroeconómicos –atraso del tipo de cambio y mayor crecimiento de los costos internos- como al avance de sus competidores -Australia y Chile- que acceden a los principales mercados en condiciones preferenciales.
- Existe preocupación en el sector por los volúmenes de venta en el mercado interno y externo, y la acumulación de stock vínico que podría incidir en los precios de traslado de vino y en los de la próxima cosecha.



Cuadro 1. Principales indicadores

INDICADOR	VALOR	Var. i.a.	PERÍODO	FUENTE	
VBP					
Valor Bruto de Producción	mill de \$	72.097,0	s/d	2017	OVA - COVIAR -UNCUYO
Participación en VBP nacional	en %	0,4	s/d		
SUPERFICIE					
Uva para vinificar	miles de ha	203,5	-1,0%	2017	INV
COSECHA					
Uvas	mill. qq	25,7	33,9%	2018	INV
ELABORACION					
Vino	mill. hl	13,8	17,2%	2018	INV
Mosto	mill. hl	4,7	70,2%		
MERCADO INTERNO					
Consumo per cápita de vino	ltr/hab/año	20,3	-6,0%	2017	INV
Ventas de vino	mill. de \$	58.054,0	s/d	2017	OVA - COVIAR -UNCUYO
	mill. de hl	8,93	s/d		
EXPORTACIONES					
Vino	US\$ millones	809,9	-2,1%	2017	INV
	mill. de hl	2,2	-14,0%		
Mosto	US\$ millones	88,2	-20,3%		
	mil. tn	61,6	-40,8%		
IMPORTANCIA DE ARGENTINA EN EL MUNDO					
		<i>Posición</i>			
Productor	Vino	6°	-4pp	2017	OIV / ITC MARKET
	Mosto	s/d	-		
Exportador	Vino	9°	-1pp		
	Mosto	2°	0pp		
EMPLEO					
Empleo privado registrado elaboración de vinos y otras bebidas fermentadas a partir de frutas (1552)	miles de puestos de trabajo	21,2	-1,8%	Prom 3 Trim. 2017	MTEySS
Empleo total de la cadena	miles de puestos de trabajo	100,7	s/d	2017	OVA - COVIAR -UNCUYO



Nota: (*) incluye a las trasladistas y fraccionadoras que también elaboran. / (**) se estima en función de la participación de la elaboración por terceros/(***) Las fraccionadoras fundamentalmente se asocian al vino a granel pero en el último tiempo crece los servicios de fraccionamiento móvil para bodegas pequeñas y medianas productoras de vinos de alta gama. / (****) Incluye varietal y sin mención varietal. En 2017 el 87% fue granel varietal. / (****) indica una participación del mercado externo promedio de los últimos 5 años.

Fuente: SSPMicro con base en INV..



La actividad atravesó en los últimos años un proceso de reconversión de viñedos, con avance de variedades tintas de alta calidad enológica, y mayor concentración e integración

- **Producción primaria:** 17 provincias con importancia de los oasis productivos de la Región de Cuyo.
- **Superficie:** Mendoza (71%) y San Juan (21%). El 92% de la superficie corresponde a variedades aptas para elaboración de vinos y mostos. Entre 2000/2017:
 - **Renovación de viñedos:** 55% de la superficie actual tiene menos de 20 años de antigüedad
 - **Avance de las variedades tintas de alta calidad enológica (↑ 62%).** Las rosadas y blancas retroceden (↓ 27% y ↓ 20%, respectivamente). Crecimiento de la uva malbec (↑152% - 19% superficie).
 - **Concentración:** ↑ 10% sup. y ↓ 4% los viñedos: desaparición de viñedos menores a 7,5 ha (-1.711) y crecimiento de los de mayor escala (647 nuevos viñedos).
- **Elaboración:** Mendoza (73%) y San Juan (20%).
 - **Concentración:** Reducción del número de bodegas. En 2017 elaboraron vino 881 bodegas, mientras que en 2006 lo hicieron 954.
 - **Avance de integración vertical:** asociado a los vinos varietales.

Mapa 1. Distribución geográfica de la producción primaria

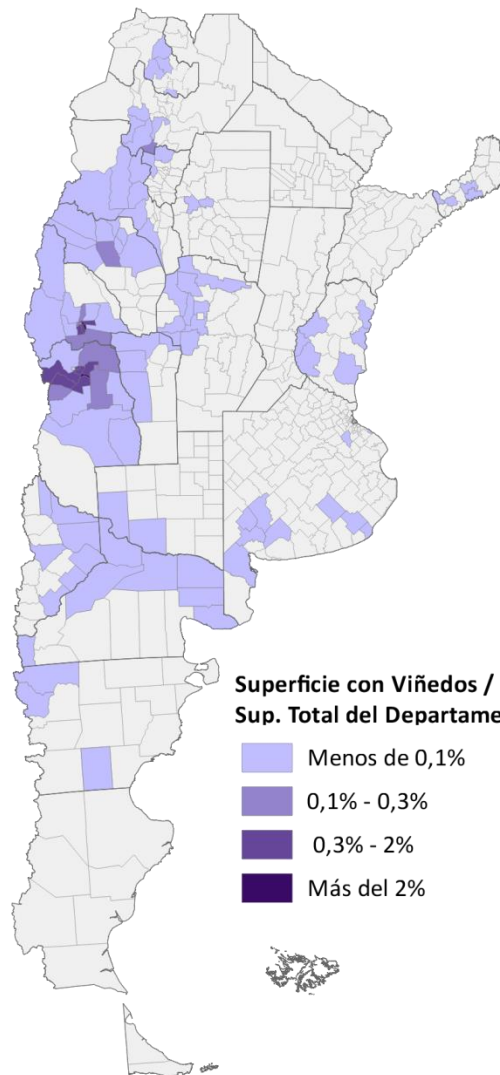


Gráfico 1. Producción de uva (Part. en volumen, %)

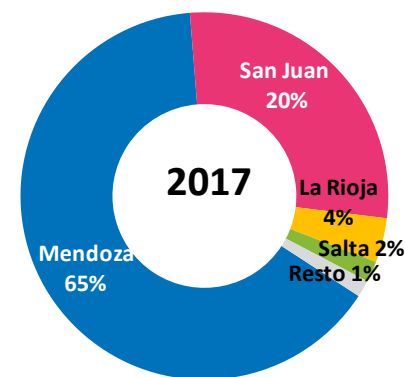
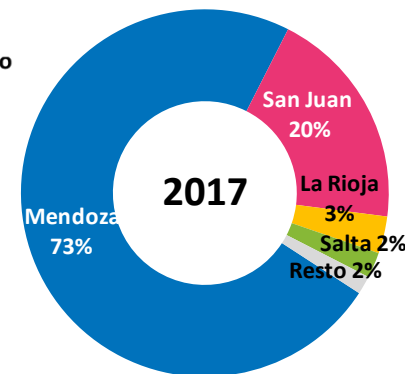




Gráfico 2. Elaboración de vino (Part. en volumen %)







El sector presenta una alta heterogeneidad tecno-productiva y se encuentra atravesando procesos de reconfiguración

Etapa	Característica estructural	Desempeño reciente
<p>Primaria</p> 	<p>Producción Tradicional</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Predominio de pequeñas superficie (-10ha.) de producción familiar con problemas de descapitalización ▪ Maquinaria obsoleta ▪ Predominio de uvas genéricas y viñedos viejos ▪ Cooperativismo y elaboración por maquila <p>Vitivinicultura moderna</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grandes propiedades (+50ha.) altamente tecnificadas, con múltiples localizaciones ▪ Uvas varietales ▪ Plantaciones jóvenes ▪ Diversificado o integrado ▪ Cosecha uva propia (integrado) o vende la uva a una bodega 	<p>-</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Expansión y concentración de superficie. ▪ Reducción viñedos de menor escala y crecimiento en las escalas grandes <p>+</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encarecimiento de mano de obra ▪ Avance de las variedades tintas de alta calidad enológica y retroceso de uvas blancas y rosadas ▪ Avance de sistemas de conducción por espaldera y retroceso del parral (aunque aún es predominante)
<p>Industrial</p> 	<p>Mercado de traslado</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elabora vino por cuenta de terceros y vende a granel ▪ Escaso seguimiento de las prácticas culturales de la materia prima ▪ Escaso poder de negociación de precios <p>Bodegas elaboradoras</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Universo heterogéneo ▪ A medida que la escala aumenta es mayor la integración vertical ▪ Seguimiento de calidad de la materia prima ▪ Boutique: baja escala y altamente capitalizados 	<p>-</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concentración e integración vertical ▪ Crisis del sector trasladista <p>=</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bodegas ofrecen instalaciones en alquiler (para elaborar o como depósito) <p>+</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Importancia creciente del marketing, la publicidad e la imagen del vino (instalación de marcas) y la diferenciación de productos ▪ Importancia el enoturismo, inversiones



Etapa	Característica estructural	Desempeño reciente
<p>Fraccionamiento</p> 	<p>Grandes Fraccionadores</p> <ul style="list-style-type: none"> Peñaflor, FECOVITA;RPB Diversificados, aunque fuertes en genéricos Fortaleza en el mercado interno Canal de comercialización tradicional <p>Bodeguero fraccionador.</p> <ul style="list-style-type: none"> Universo heterogéneo Varietales en aumento (prácticas enológicas) Mayor presencia relativa en el mercado externo Comercialización en canales modernos 	<ul style="list-style-type: none">  Incremento de la rentabilidad de las grandes fraccionadoras en el segmento de vino  Pequeños fraccionadores comercialización por cuenta propia o distribuidor de confianza Boutique tercerizan el fraccionamiento contratando servicios móviles
<p>Distribución y comercialización</p> 	<p>Grandes Fraccionadores Distribución propia</p> <ul style="list-style-type: none"> Depósitos propios en las principales ciudades del país. Vendedores propios en Capital y GBA. Transporte tercerizado. Menor importancia de la marca que los productos competidores (cervezas, gaseosas). <p>Bodegas elaboradoras. Distribución por terceros</p> <ul style="list-style-type: none"> Tratan con distribuidores de bebidas que entregan sus productos en un área de influencia, sin exclusividad. 	<ul style="list-style-type: none">  Caída del consumo interno y avance de bebidas sustitutas: cerveza y gaseosas Aumento del volumen que se comercializa en súper e hipermercados y pérdida del poder de negociación de los establecimientos elaboradores. Crece canal supermercado chino Elevados costos internos Pérdida de competitividad externa frente a otros países (Chile, Australia)  Desarrollo de misiones comerciales. Más TLC mejorarían permitirían desarrollar mercados.



En 2018 se recupera la producción primaria luego de dos años de malas cosechas en donde fue afectada por inclemencias climáticas

Gráfico 3. Superficie y tamaño medio del viñedo

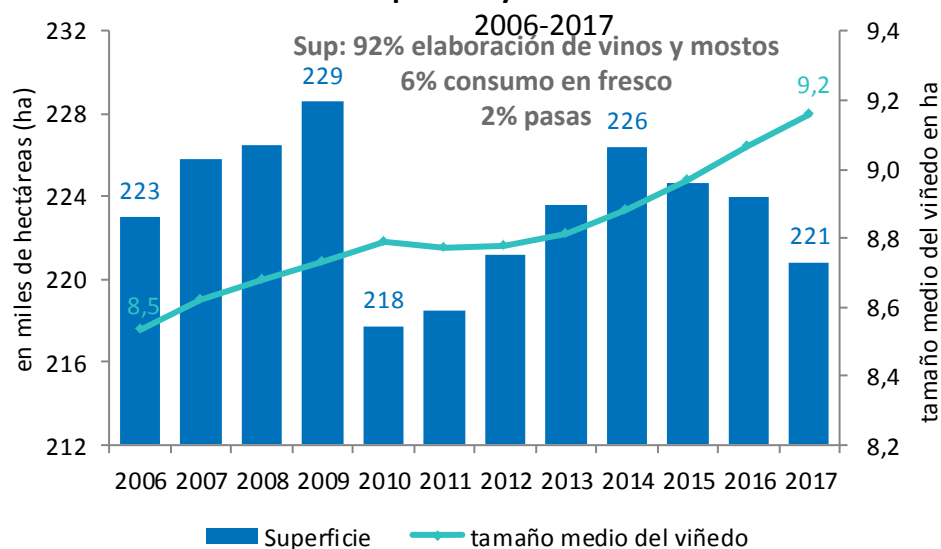
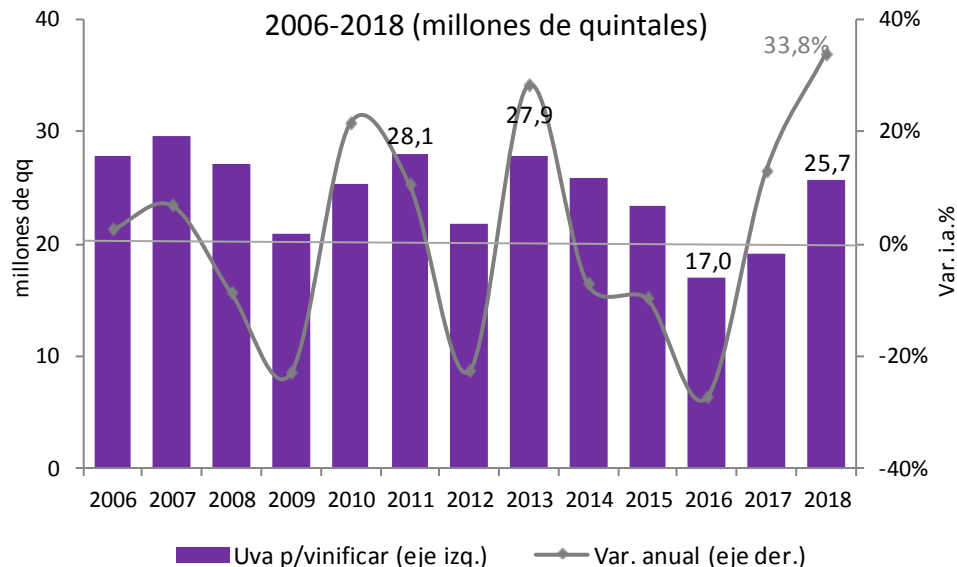


Gráfico 4. Producción de uva 2006-2018 (millones de quintales)



Fuente: SSPMicro con base en INV.

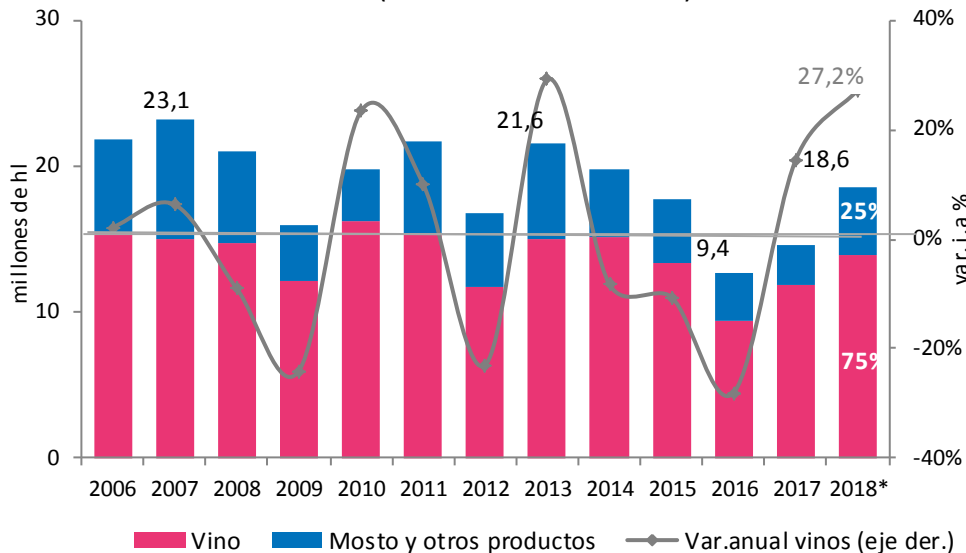
Nota: Cada 10 años se realiza un control en campo del registros de superficie y se ajustan los valores estimados, esto explica la variación entre 2009 y 2010.

- En 2018 se cosecharon 25,7 millones de quintales (+33,8%), semejante al volumen de 2010, superando levemente los pronósticos del INV. Se destaca la buena calidad de la uvas cosechadas, vinculado a la inexistencia de contingencias climáticas y las medidas implementadas contra la plaga de la Lobesia Brotana. Por problemas climáticos –exceso de lluvias y heladas - tanto en 2016 como en 2017, se registraron las cosechas más bajas de los últimos 60 años.
- En cuanto a la evolución de la superficie, registró oscilaciones a lo largo del período, con una tendencia a la baja en los últimos 3 años. Las plantaciones entran en producción al tercer año de su implantación y pueden llegar a dar frutos durante unos 30 o 40 años aproximadamente. Por su parte, fue constante el incremento del tamaño medio de las explotaciones evidenciando un proceso de concentración.
- En 2017 las variedades tintas participaron del 56%, las blancas del 19% y las rosadas del 25% del total de la superficie.



El nivel de elaboración se recupera y se alcanzan volúmenes semejantes a 2014. Para 2018 Se fijó una pauta de diversificación de 25% en el Acuerdo Mendoza – San Juan

Gráfico 5. Elaboración de productos vitivinícolas 2006-2018 (millones de hectolitros)



Nota*: Datos provisorio

Fuente: SSPMicro con base en INV.

Gráfico 6. Modalidad de la uva ingresada a establecimientos (part. en volumen)

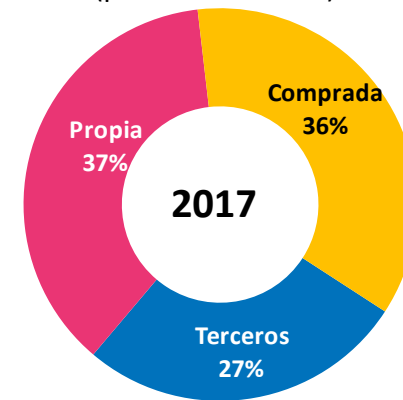
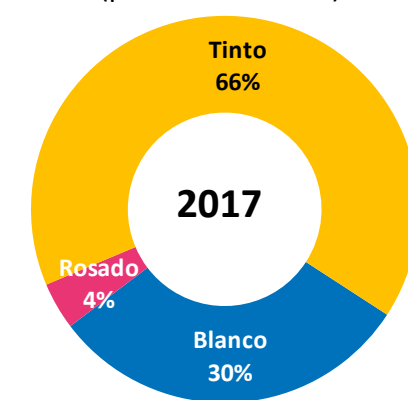


Gráfico 7. Elaboración de vino por color (part. en volumen)



- En 2018 la elaboración total alcanzaría los 18,6 millones de hectolitros, un 27,2% más que el volumen elaborado en 2017. El 75% tuvo como destino la elaboración de vino y el 25% a mosto, lo que determina un cumplimiento de la pauta diversificadora determinada en el Acuerdo Mendoza- San Juan. No obstante cabe destacar que como tradicionalmente sucede, San Juan –por presentar una estructura productiva primaria más acorde con la elaboración de mosto, y habría sobrecumplido el Acuerdo (46,6%), mientras que Mendoza habría elaborado mosto en menor magnitud (16,6%) y habría compensado la pauta de diversificación con otras alternativas.
- En el período 2006-2017 en la modalidad de la uva ingresada a establecimiento se presenta una reducción de la elaboración a cuenta de terceros de 10pp, alcanzado en 2017 una participación del 27%. Por su parte la uva propia, creció en el mismo período del 31% al 37% acorde al incremento de la integración vertical de la cadena.



El mercado interno que representa el 80% del destino del vino elaborado registra una retracción sostenida por su sustitución por la cerveza

Gráfico 8. Despachos de vino en el mercado interno por tipo de vino 2006-2017 (en millones de hectolitros)

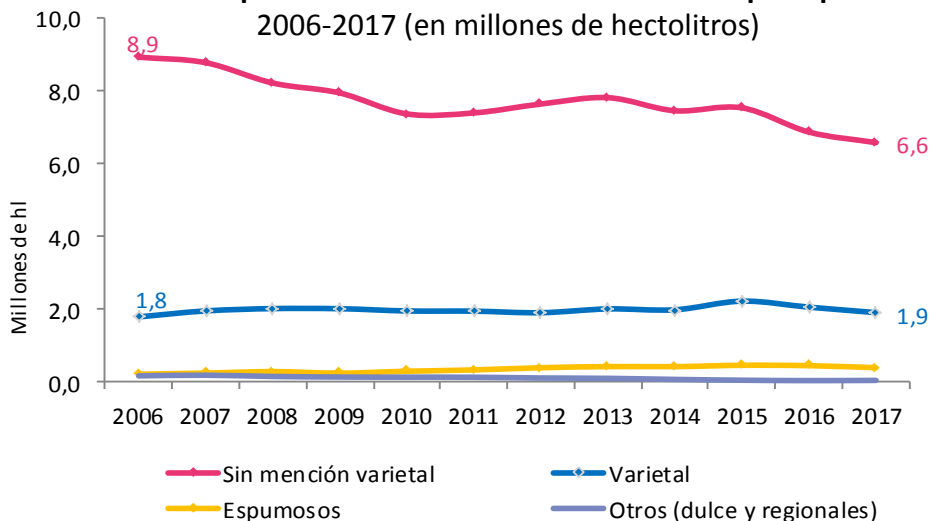


Gráfico 9. Mercado interno según tipo de vino (en %)

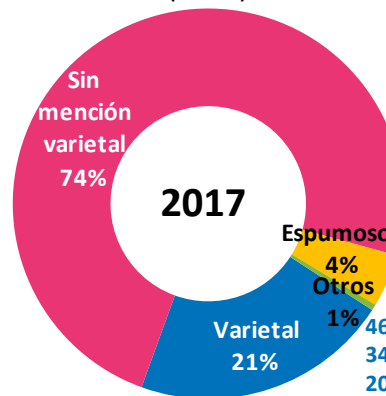


Gráfico 10. Mercado interno según tipo de envase (en %)

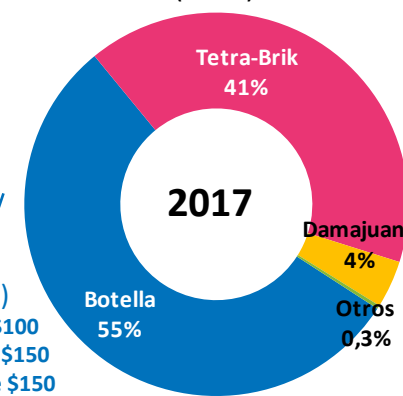
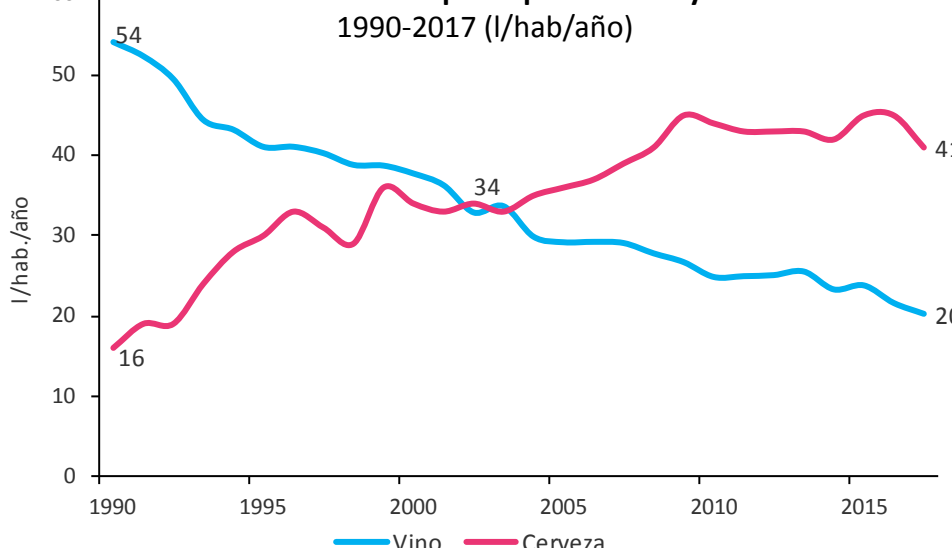


Gráfico 11. Consumo per cápita de vino y cerveza 1990-2017 (l/hab/año)



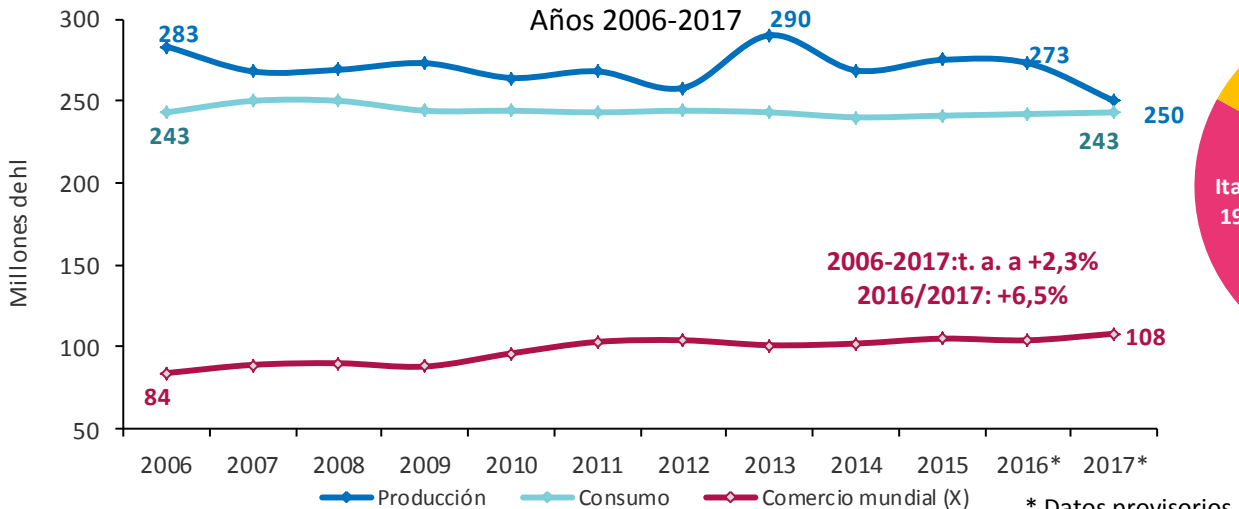
- En 2017 las ventas en el mercado interno alcanzaron casi 900 millones de litros y el consumo per cápita fue 20,2 litros (-6,4% interanual). El Malbec representó el 38% de las ventas de varietales y los blend el 18%.
- Entre 2006-2017 se observa una caída del consumo total de vinos, de casi un 20% (de 11,1 a 8,9), se explica por los vinos sin mención varietal. A Mayo de 2018 se mantenía la tendencia a la baja (-3,3% interanual).
- Según la consultora Scentia* en el primer trimestre de 2018 versus el mismo período de 2017 los vinos puestos en góndola se encarecieron un 23% y su comercialización bajó un 10%. La cerveza si bien habría tenido una suba promedio de 31%, sus ventas habrían aumentado un 15%.

Nota*: en base al análisis de 30 millones de tickets de super y autoservicios.



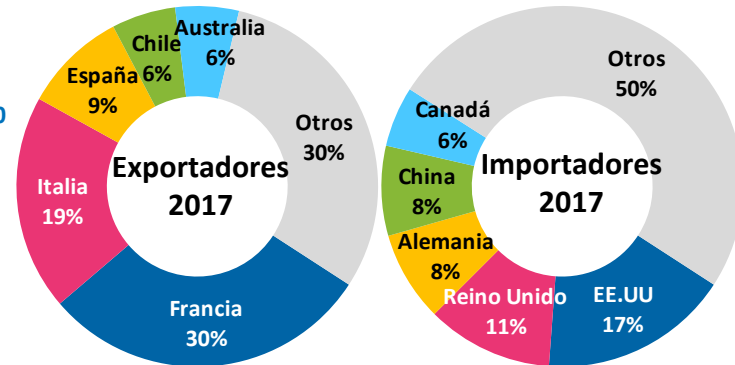
Producción históricamente baja, consumo estabilizado y continua la tendencia a internacionalización del comercio

Gráfico 12. Producción, consumo y comercio mundial de vino
Excluidos jugos y mostos – en millones de hectolitros



Fuente: SSPMicro con base en OIV e intracen, 2018.

Gráficos 13 y 14. Comercio mundial
(% en valor)



- En 2017 hubo una reducción de la producción del 8,4% vinculada contingencias climáticas que afectaron a los principales países productores, -aunque no habrían comprometido su desempeño exportador en 2018, al contar con stocks previos-.
- Francia, Italia y España, principales países con tradición vitícola, explican el 45% de la producción de vino y dominan el comercio mundial con el 58% de las ventas. En 2017 las ventas mundiales de vino totalizaron US\$ 35.469 millones. Francia es el comercializa vinos por mayor valor, mientras que España registra mayores volúmenes de venta.
- Los vinos embotellados representaron en 2017 el 57% de las ventas en volumen y el 72% del valor.
- Los países asiáticos son los principales mercados emergentes, en dónde China (hoy 4° importador) registró un crecimiento acumulativo anual del 18% en valor y 21% en volumen entre 2013 y 2017. Para 2020 podría convertirse en el segundo mayor mercado, detrás de Estados Unidos que actualmente presenta un consumo estimado de 32,6 millones de hectolitros. En 2017 también crece Rusia.



El sector externo representa el 20% de las ventas de vino y Argentina viene perdiendo competitividad en los últimos años

Gráfico 15. Exportaciones de vino

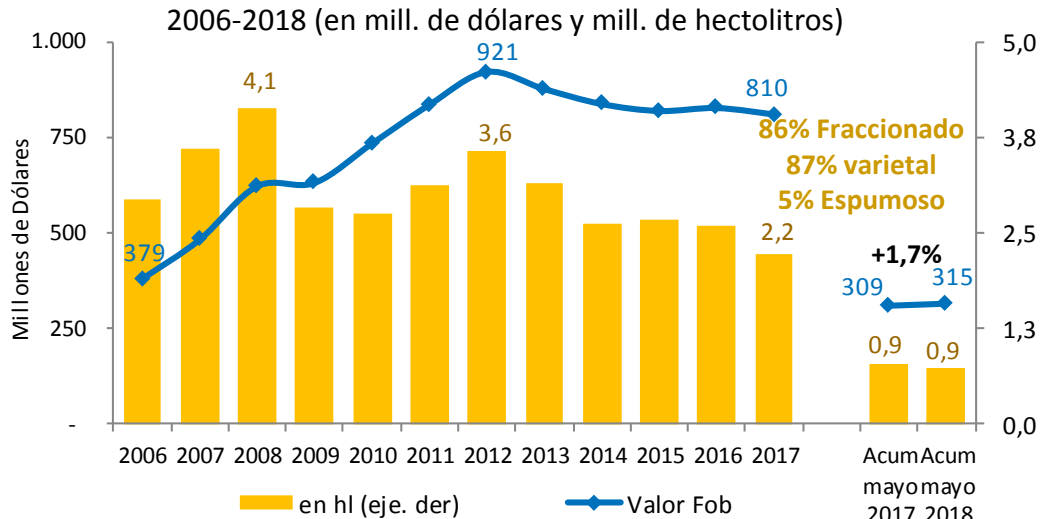
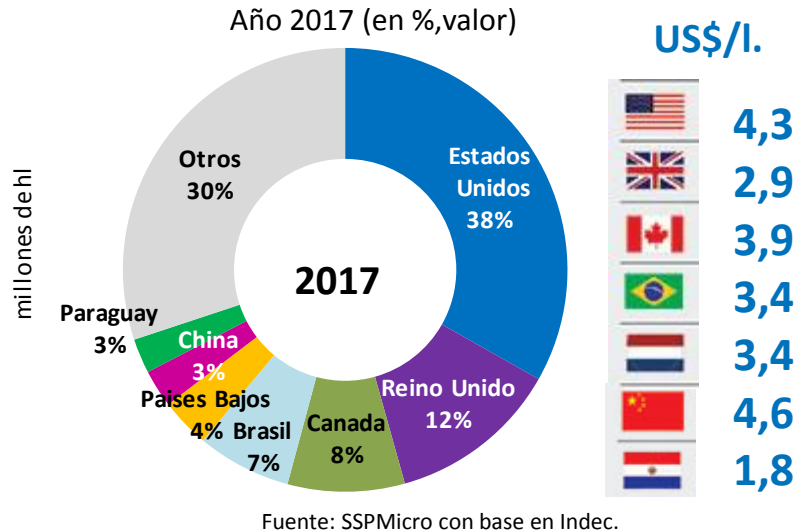


Gráfico 16. Destino de exportaciones de vino

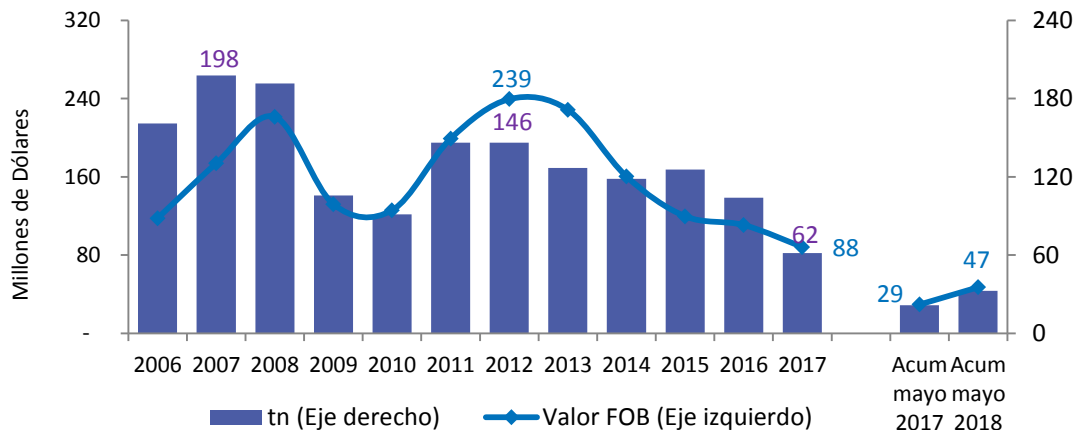


- En 2017 Argentina fue el 6° productor y el 10° exportador con ventas externas por US\$ 809 millones a 122 países. Las primeras 5 empresas representaron el 43% del valor exportado y los primeros 5 destinos explicaron el 70% de las ventas. El Malbec alcanzó una comercialización de 129 millones de litros y una facturación de US\$ 508 millones (62% ventas en volumen y 56% de los ingresos por venta de vino).
- Entre Enero-Mayo se registró un leve incremento de exportaciones de vino (1,7% en valor y 0,4% en volumen), con el crecimiento de los ingresos por ventas de vino sin mención varietal (+4,5%) y de los varietales (1,4%). También creció un 14,2% los ingresos por la venta de espumosos. Respecto a la modalidad de envío, se incrementaron las ventas de graneles (+21,5%) y los fraccionados bajaron 3,2%.
- En los últimos años Argentina viene perdiendo mercados, vinculado tanto a aspectos macroeconómicos –tipo de cambio y costos internos-, como al avance de sus competidores, como Australia y Chile. Los mismos tienen volúmenes de producción semejantes a los del país pero están orientados a la exportación (95% y 60% de participación en sus ventas). Entre 2013-2017 crecieron a una tasa anual del 3% y 1% en valor, respectivamente, mientras Argentina decreció un 2%.



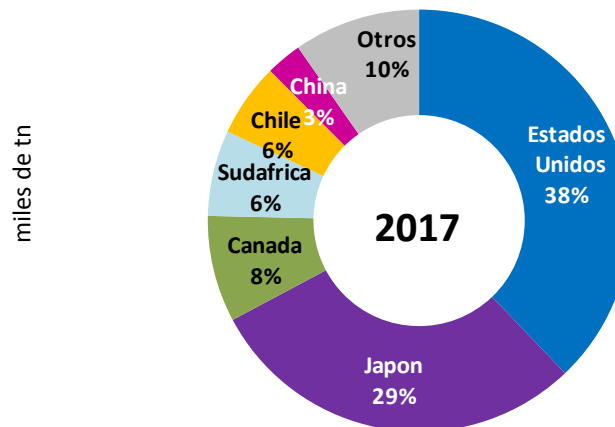
El mercado mundial del mosto es liderado por Argentina junto con España e Italia mientras que Estados Unidos, Japón y Canadá son los principales compradores mundiales

Gráfico 17. Exportaciones de Mosto
 2006-2018 (en mill. de dólares y miles de toneladas)



Los datos acumulados corresponden a mayo en volumen y abril en valor para 2017 y 2018.
 Fuente: SSPMicro con base en INV.

Gráfico 18. Destino de exportaciones de mosto
 (en %,valor)



Fuente: SSPMicro con base en Indec.

- El comercio internacional de mosto o jugo concentrado de uva (JCU) se reparte entre pocos países participantes, y maneja volúmenes relativamente pequeños a escala mundial. Argentina se centra en la elaboración de mosto blanco. Es un insumo como endulzante para la industria de bebidas y jugos.
- El 2017 fue el peor en 20 años para el mosto, comercializando 61.656 toneladas por US\$ 88 millones (-20,3% interanual en valor). En el acumulado de los primeros cinco meses del año 2018 se exportaron 32.496 toneladas, frente a las 21.672 del mismo lapso del año pasado (+49,9%) y estaría recuperando niveles normales de venta. A su vez los ingresos por ventas al exterior habrían superado los US\$ 47,1 millones, lo que representa un crecimiento interanual del 60%.
- La recomposición del mercado se vincula al mayor volumen de elaboración y la mejora del tipo de cambio, que al tratarse de un *commodity* se ajusta rápidamente al mercado. La continuidad de esta tendencia en lo que queda del año también dependerá del comportamiento y de los precios de los tres competidores: el jugo de manzana chino, y el volumen de mosto que elaboren esta temporada los grandes productores que son España, Italia y Estados Unidos.



Tras dos años de bajas cosechas los precios de las uvas se han comportado al alza y en 2018 se habrían estabilizado

Gráfico 19: Precios promedios ponderados puestos en bodega de uvas para vinificar según color – Contado sin IVA 2006 – 2017. (En pesos constantes de 2017 /quintal)

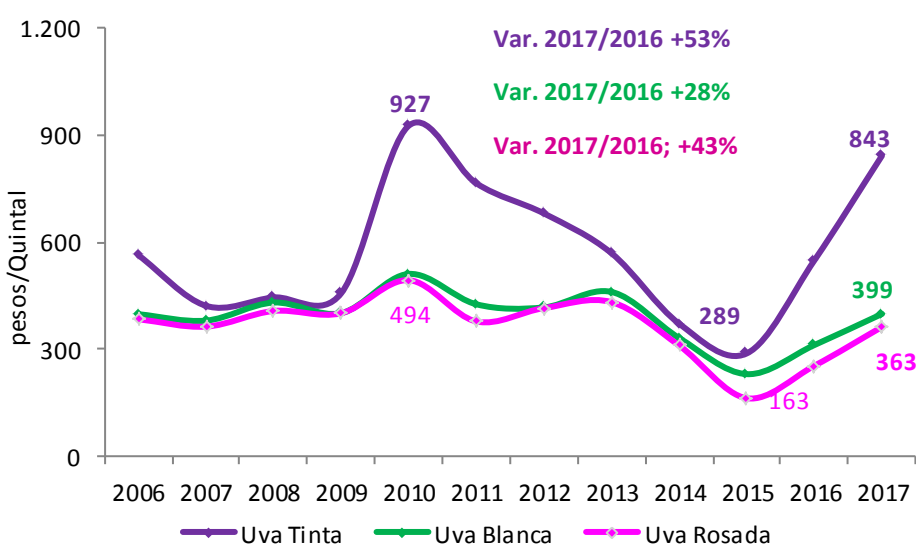
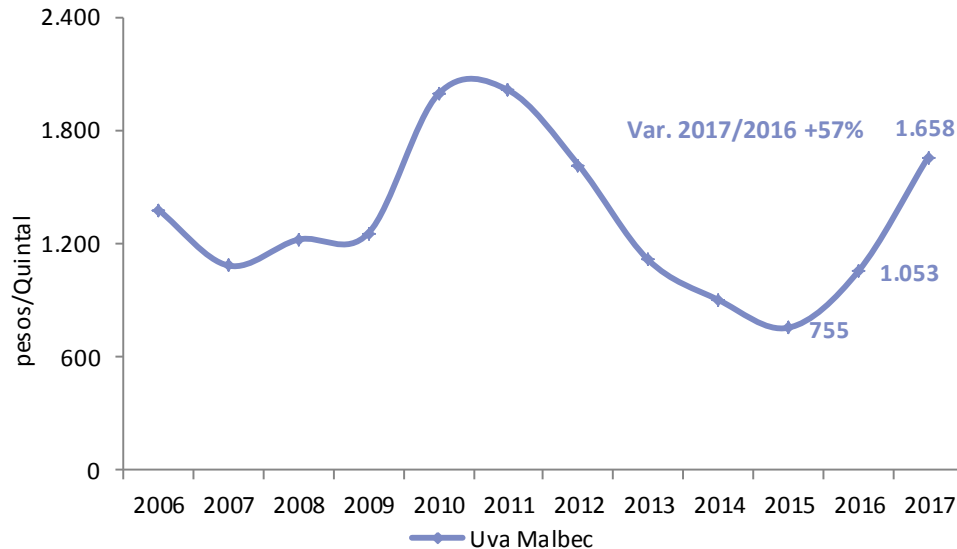


Gráfico 20: Precios promedios ponderados puestos en bodega de uvas Malbec – Contado sin IVA 2006 – 2017. (En pesos corrientes/quintal)



Fuente: SSPMicro con base en Bolsa de Comercio de Mendoza.

- El precio de la uva es el registrado en los contratos formalizados entre los viñateros y las bodegas de las operaciones de Mendoza registradas en la Bolsa de Comercio. Observando la evolución de los precios constantes se constata que en función de la disponibilidad de uva registran tendencias a la alza o a la baja, como sucedió en 2016 y 2017.
- Si bien los precios de las uvas tintas se ubicaron siempre por encima de las blancas y rosadas, se observa que se amplía la brecha existente entre las mismas en los años de baja cosecha.
- Dada la alta variabilidad que muestran los precios de los variedades, se consideran sólo los datos de precios de la variedad emblema de la producción local, el Malbec. Los mismos presentan una tendencia creciente, con crecimiento acelerado entre 2015 y 2017 explicado por los bajos volúmenes de producción. Ya en 2018 con la recuperación del volumen de producción los precios se habrían estabilizado.



El bajo grado de elaboración y niveles de stocks de vño han disparado los precios del sector en los últimos dos años, aún descontado el efecto inflacionario

Gráfico 21: Precios promedio ponderados de vino de traslado –contado sin IVA. 2007 – 2017 (En pesos constantes de 2017 / hectolitro)

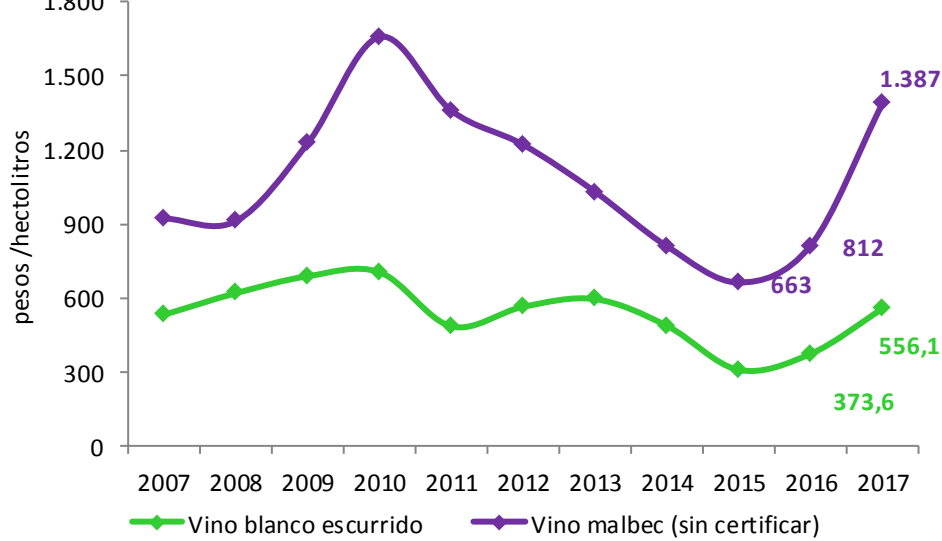
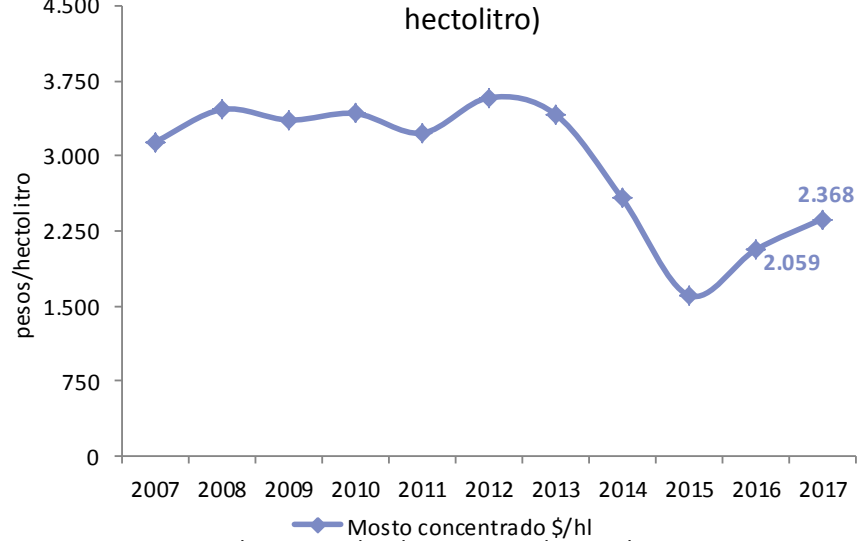


Gráfico 22: Precio promedio ponderados del mosto concentrado - contado sin IVA 2007 – 2017 (En pesos constantes de 2017 / hectolitro)



Fuente: SSPMicro con base en Bolsa de Comercio de Mendoza e INDEC.

- En el sector industrial se toman como referencia los precios del “vino de traslado”, también por contratos registrados por la Bolsa de Comercio de Mendoza, distinguiendo por color al igual que las uvas.
- En años de sobrestock vñicos los vinos de traslado observaron una tendencia decreciente, mientras que entre el 2016 y 2017 registraron un crecimiento (49% blanco escurrido y 71% Malbec). En consecuencia se observa que los precios del sector se incrementaron más que la inflación. En los últimos años la brecha entre ambos tipos de vino se profundiza: el precio del vino Malbec más que duplica el precio del vino blanco escurrido.
- El precio del mosto también muestra una tendencia creciente en los últimos dos años, coincidente con un bajo volumen de elaboración. En 2018 los precios del mosto concentrado y del vino de traslado Malbec muestran una tendencia a la baja, mientras que sube el del blanco escurrido (coincidente con el incremento de ventas externas de vino blanco granel).
- No existen datos del precios al consumidor de vinos, pero estudios sectoriales señalan una redistribución del ingreso a favor de la comercializadores y la pérdida de participación de los eslabones primario y elaboración en el precio final.



En los últimos años Argentina incrementa sus precios de exportación

Gráfico 23. Precio medio de exportación de vino.
2006 – 2018. (En dólares / hectolitro)

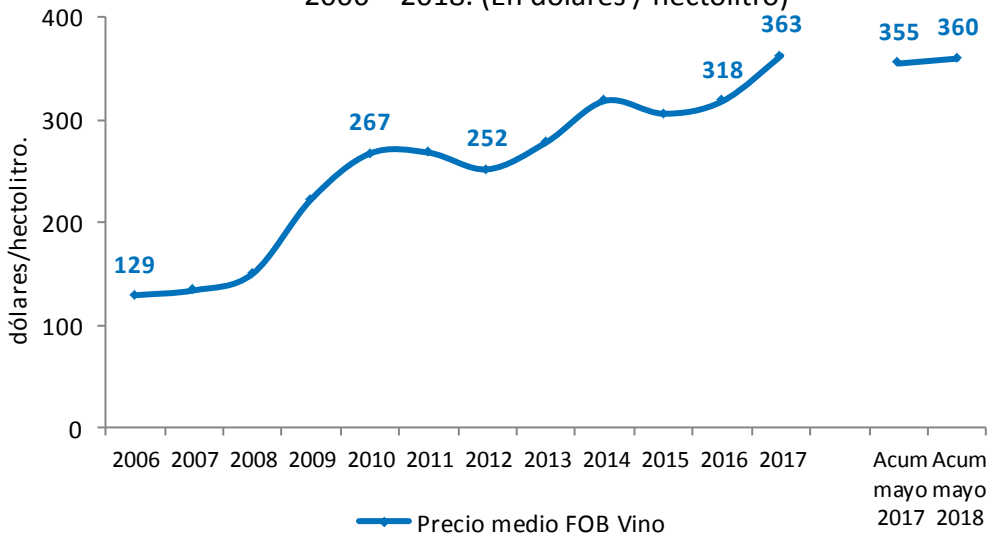
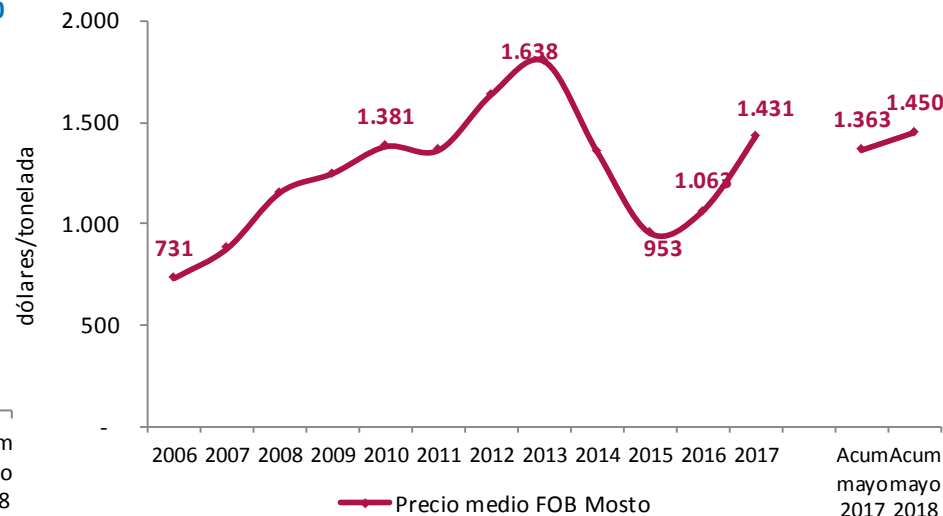


Gráfico 24: Precio medio de exportación del mosto.
2006 – 2018. (En dólares/ tonelada)



Fuente: SSPMicro con base en INV.

- En 2017 el precio promedio de exportación del vino, alcanzó los US\$ 363 por hectolitro (+14% respecto de 2016). En el acumulado a mayo de 2018, se observa que los mismos se han mantenido estables.
- Los precios medios de los vinos de exportación han seguido una trayectoria ascendente, en coincidencia con el incremento en la proporción de vinos varietales en la canasta exportadora. Se venden vinos más caros y de mayor calidad y pierde en el segmento de vinos de menor valor. Actualmente en la franja entre 2 y 7 dólares por litro se vende el 80% del volumen de vino.
- En el mosto, el precio internacional está relacionado con el precio de los principales productos competidores, como los jugos, particularmente el jugo concentrado de manzana. La trayectoria del precio es creciente hasta el máximo registrado en la serie en 2013 donde alcanzó un valor de US\$ 1.638 la tonelada, luego disminuyó en los dos años subsiguientes y se recuperó en 2016 y 2017, aunque fueron años de bajo volumen de elaboración. En el acumulado a mayo 2018, registró un incremento del 6% respecto a 2017 y se ubicó en US\$ 1.450 la tonelada en Mayo 2018.



- **Inversiones:** En los últimos tres años se reanimaron las inversiones en el sector. [Anexo](#)
- **Preocupación por niveles de stock:** el cálculo de stocks técnicos de vinos a 01/06/2019 alcanza a nivel país 8 meses para los vinos a color y 12 para los blancos. Este tema preocupa al sector, ya que se encuentra muy por encima de los 4-5 meses de stock de equilibrio y podría incidir en los precios de los vinos de traslado y de la próxima campaña.
- **Comercialización:** Productores primarios aluden a retrasos en los pagos y que las bodegas no están respetando los precios ante la continuidad de la retracción del mercado interno (3,3% en volumen a Mayo de 2018 comparado con el año anterior) y de las ventas en el mercado externo (-5,4% en el primer semestre del 2018 versus 2017):
- **Importaciones:** Los niveles de importaciones de vino a granel desde Chile cayeron un 95% entre Enero y Mayo, reafirmado el carácter excepcional que tuvieron durante 2016 y 2017 por mala cosechas.
- **Reintegros:** El sector viene reclamando un incremento a los reintegros a las exportaciones de 3% puntos porcentuales (del 6% al 9% en el vino fraccionado y del 5,5% al 8,5% en graneles), aludiendo al VA que genera el sector y los altos costos internos (transporte e impositivo). Solicitan de carácter excepcional la ampliación de los reintegros de vino a granel por el alto volumen de stock, que tienen que comercializar antes de que empiece la cosecha en el hemisferio norte en el mes de octubre. A la vez solicitan mejoras de infraestructura para bajar los costos logísticos internos.
- **TLC con la UE:** es vista por el sector como un elemento que mejoraría la competencia externa de los vinos argentinos.
- **México:** Solicitan negociar arancel 0% para las ventas de vino (hoy tiene un arancel de 16%) ya que el país otorgó beneficios de arancel 0% a dicho país.
- **Reingreso al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Estados Unidos (suspendido en 2012):** tiene un alcance parcial para el vino: abarca a los vinos que superen una graduación alcohólica del 14° (pesaba un gravamen de US\$ 0,169, que se dejó de pagar) y a los espumantes, mientras que los vinos de hasta 14° de alcohol siguen pagando US\$ 0,063 por botella (0,084 el litro, que sigue en pie). El mosto tampoco estuvo contemplado.
- **Impuesto a la Cerveza:** Los bodegueros ven con preocupación una posible reducción del impuesto interno a la cerveza del 14% al 10%, principal sustituto con el que viene perdiendo mercado el vino.
- **Lobesia Brotana:** Las provincias solicitan la transferencia de mayores erogaciones a Nación para combatirla.



Principales políticas activas

- **Ley General de Vinos (Ley N° 14.878/ 1959):** crea el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) para fiscalizar todas las etapas del proceso vitivinícola con el objetivo de asegurar la genuinidad y aptitud de los vinos y otros productos vitivinícolas.
- **Estratégico Argentina Vitivinícola 2020 (PEVI):** fue elaborado con la participación del sector público y privado, a partir del trabajo colectivo en el marco de los Foros Estratégicos de la Vitivinicultura Argentina desarrollados entre 2003 y 2004. A fin de gestionar y coordinar su implementación se crea la Corporación Vitivinícola Argentina - COVIAR- (Ley N° 25.849/2004).
- **Acuerdo Mendoza (Ley Provincial N° 6.216/94) – San Juan (Ley Provincial N° 6.543/94) – 1994:** régimen regulatorio especial para la diversificación de los usos de la uva, orientado a regular la oferta de vino y tonificar sus precios. Anualmente los Poderes Ejecutivos de Mendoza y San Juan determina el porcentaje mínimo que debe destinarse a diversificación. En 2018 se modernizó el Acuerdo original contemplando usos alternativos de la uva además del mosto. Se fijó un porcentaje del 25%, que cumplieron ambas provincias.

Principales políticas recientes:

- **Eliminación de retenciones a las Economías Regionales (Decreto 133/2015)** El vino fraccionado, el espumante, el vino a granel y el mosto pasaron de tener un DE del 5% al 0%. Por su parte, los RE continúan siendo del 6% para los primeros dos productos (vino fraccionado y espumante) y del 5% para el resto. También se dio la **exclusión del pago de impuestos internos al vino y a los vinos espumantes.**
- **Misiones comerciales –Agencia Argentina de Inversiones:** Brasil (mayo 2018) y otros.
- **Plan Sanitario para combatir la polilla de la vid- Ministerio de Agroindustria – (Ley N°27.227/2015):** en el 2017 el gobierno aportó fondos por \$400 millones de pesos.



Principales políticas recientes (cont.):

- **Mesa de Competitividad Vitivinícola – Ministerio de Agroindustria:** En el marco de la mesa se aceleraron los tiempos para el cobro de reintegros (de 9 meses a 30 días); se lleva adelante ejecución del **Plan de Promoción y Difusión del Vino Argentino como Bebida Nacional (Resolución N°253-E/17 y su norma complementaria 31/2018)**; se oficializó el **Protocolo de Calidad para el Mosto Concentrado – Ministerio de Agroindustria (Resolución N° 10/2018)** para la obtención del Sello Alimentos Argentinos, permite acceder a un 0,5% de reintegro de exportación.
- **Convenio de cooperación para el fomento del «Vino Argentino, Bebida Nacional» (Junio 2018):** Incluye la participación de los Ministerios de Turismo y Agroindustria e involucra la participación de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica (FEHGRA) y la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR)
- **INV: Principales herramientas de fiscalización y comercialización:**
 - **Tarjeta del Viñatero -Resolución 204 - E/2016-:** sistema de identificación que acredita que un viñedo
 - **SIO-VINOS -Resolución conjunta MinAgri 160/15 e INV 12/2015-:** sistema de información de operaciones de las las operaciones de compraventa de vinos y mostos. Brinda información de precios.
 - **Trámites a distancia (TAD) -GDE, Resolución 54/2017 M. Modernización-:** se pueden tramitar por vía electrónica: a) inscripción como exportador y/o importador de vinos y mostos; b) inscripción como fabricante de productos de uso enológico; c) importación de vinos; d) importación de alcohol, y otros 40 trámites (Res. 101/2017).
 - **Comercio Exterior VUCE (experiencia piloto) -Decreto 1079/2016-:** Busca simplificar, estandarizar, transparentar y agilizar la operatoria comercial. Pretende converger en una sola plataforma administrativa todos los trámites que hasta ahora pasaban por varias dependencias y organismos. Comenzó a funcionar en enero de 2017. El INV interviene brindando información. También están involucrados la Dirección Nacional de Migraciones, el SENASA y la ANMAT.



Mercado interno:

- Aumentar la publicidad y acompañar la promoción genérica con mensajes diferenciados.
- Innovar en productos -vinos de mayor frescancia (vinos rosados, blancos o tinto de verano), menor graduación alcohólica- y packaging (productos individuales y otros de mayor volumen).
- Legitimar la mezcla y la dilución (soda, hielo, jugo, gaseosa o en cocktails de alta gama) y alejarse de la sobresofisticación.
- Apuntar a nuevos consumidores como las mujeres y los jóvenes.
- Mejorar la calidad de los vinos, sobretodo del segmento “finitos” implementando nuevos estándares/parámetros de calidad y bajando la proporción de borras en la elaboración de vino.

Mercado externo:

- Fortalecer acuerdos comerciales con otros países.
- Profundizar las acciones comerciales para recuperar participación en el mercado brasilero, frente a la pérdida de mercado que se evidenció en los últimos años frente a los vinos chilenos.
- Negociar con México la reducción de los aranceles a la importación.
- Extender las campañas de promoción del vino argentino en China.

Oferta productiva

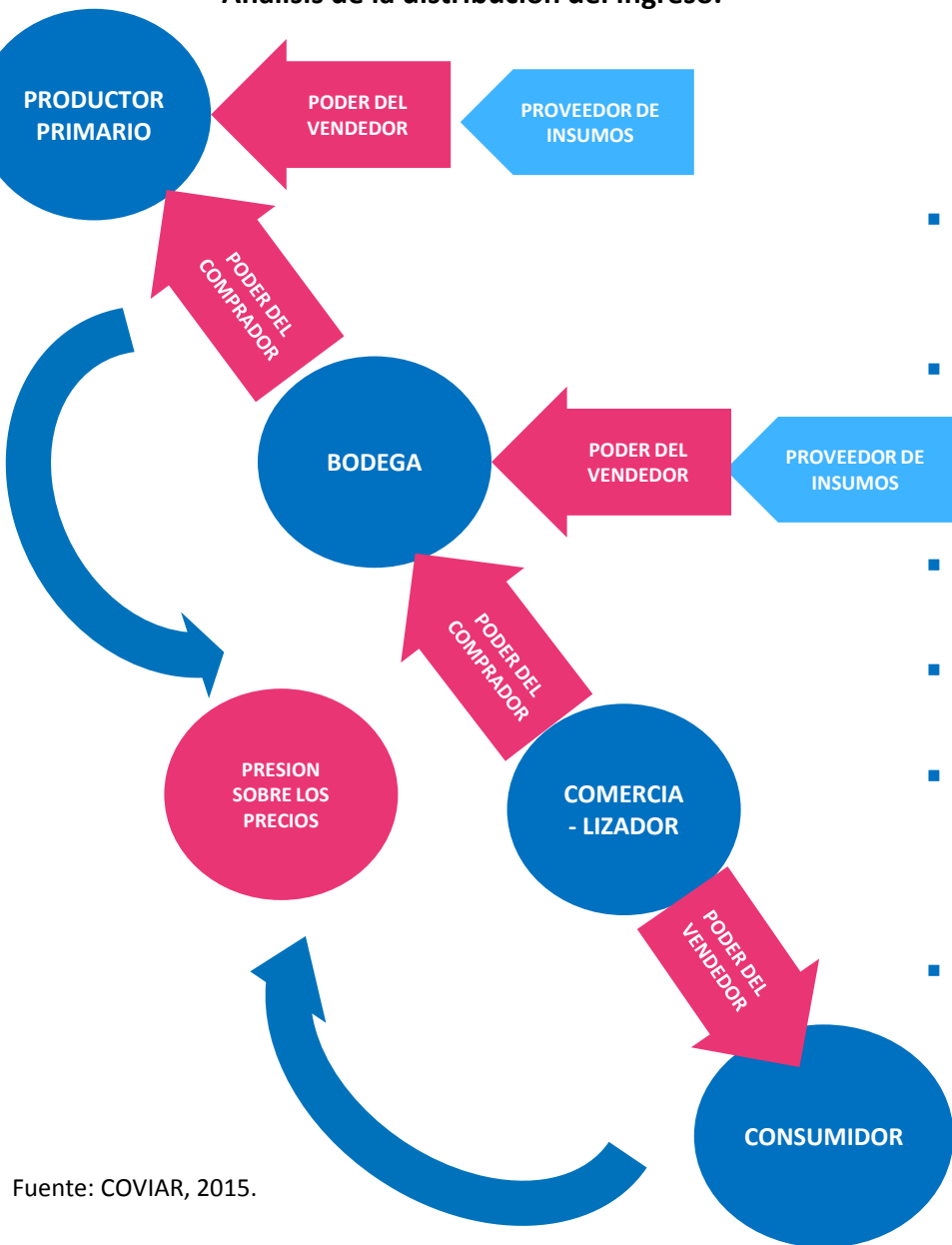
- Mejorar la organización de la producción con una mayor integración entre bodegas y productores (promover programas asociativos y avance en la formalización contractual).
- Fomentar la reconversión a variedades de mayor calidad (facilitar acceso a financiamiento de paquetes tecnológicos).
- Desarrollo de nuevos estándares de calidad – como por ejemplo la adopción de BBM-, tecnología en bodega y capacitación.
- Avanzar en la modernización tecnológica a través de la implementación de programas de desarrollo tecnológico y productivo. (implementar nuevos sistemas de conducción, de riego y distribución del agua; y mayor mecanización)
- Desarrollar esquemas de prestación de servicios de producción, sobretodo en el sector cooperativo para que los productores accedan tecnologías que permitan mayor eficiencia productiva.



Anexo



Análisis de la distribución del ingreso.



- Los bodegueros privados negocian con cada uno de los productores el precio de la materia prima al momento de cerrarse la operación comercial (monto fijo sin actualización por los vaivenes del mercado), exceptuado FECOVITA que reajusta el precio de vino en propiedad de los productores.
- Los plazos puede variar, existiendo la posibilidad de financiamiento de la cosecha y el acarreo por parte del bodeguero (descontado de la primera cuota).
- A sector elaborador los plazos que le fija el supermercado de pago ronda en promedio los 60 días, aunque algunos pagan en 120 días. Por su parte los proveedores de insumos secos (corchos, botellas, otros) imponen plazos más cortos.
- Existe un alto grado de diversificación e integración vertical en los agentes líderes de mercado.
- El acceso a la tecnología es un elemento diferenciador, siendo un factor clave el acceso al financiamiento.
- Se observa presencia de compañías transnacionales que han expandido sus negocios vitivinícolas en todo el mundo (firmas: Norton, Chandón, Salentein, Flochmann, Sétima, Trivento, etc) .
- El eslabón primario es el más débil sobretodo los pequeños y medianos productores independientes que no se encuentran vinculados a las cooperativas.

Los productores de vino de traslado son el segundo eslabón más débil, ante el avance de la concentración y la integración de la industria en el eslabón industrial.



Tratados comerciales y cuota de mercado



CUOTA del mercado mundial

2,2%

5,8%

5,7%

Tratados comerciales representativos

- Mercosur (1991)
- Mercosur – Egipto (2017)
- Mercosur - Bolivia (1997)
- Mercosur - Chile (1996)

- Acuerdo de Asociación Chile – UE (2003).
- TLC con China (2006 plena vigencia).
- Acuerdo con Mercosur (1996)
- TLC con EEUU (2004) y Canadá (2005).
- TLC México (1999)

- TLC con EEUU (2005)
- TLC con China (2015)

Share en mercados seleccionados y desempeño 2013- 2017

DESTINO			ORIGEN								
País de Destino	Importación total miles US\$	t.a.a. 2013-2017 (%)	Argentina			Chile			Australia		
			miles de US\$	part. %	t.a.a. 2013-2017 (%)	miles de US\$	part. %	t.a.a. 2013-2017 (%)	miles de US\$	part. %	t.a.a. 2013-2017
Estados Unidos	6.174.448	2%	270.367	4%	-5%	248.413	4%	-4%	359.399	6%	-2%
Reino Unido	4.112.000	-6%	100.310	2%	14%	178.669	4%	-7%	278.571	7%	-2%
Alemania	2.877.445	-6%	17.119	1%	1%	62.384	2%	-7%	30.033	1%	4%
China	2.794.679	18%	22.058	1%	5%	322.860	12%	23%	655.236	23%	43%
Canada	1.890.427	-2%	68.435	4%	-6%	91.505	5%	0%	144.601	8%	4%
Brasil	370.472	4%	55.163	15%	-1%	147.218	40%	11%	1.527	0%	2%
México	250.049	2%	20.156	8%	-1%	42.994	17%	2%	1.033	0,4%	-10%
Mundo	35.815.351	0,2%	806.853	2%	-2%	2.018.218	6%	1%	2.052.279	6%	4%

Aranceles de ingreso a mercados

País de Destino	Vino fraccionado en envases < 2l			Vino fraccionado en envases > 2l y < 10l			Vino a granel		
	Argentina	Chile	Australia	Argentina	Chile	Australia	Argentina	Chile	Australia
Estados Unidos	0,83%	0,0%	0,0%	10,9%	0,0%	0,0%	11,3%	0,0%	0,0%
Reino Unido	3,08%	1,6%	3,1%	11,2%	5,1%	11,2%	11,5%	4,3%	11,5%
Alemania	3,08%	1,6%	3,1%	11,2%	5,1%	11,2%	11,5%	4,3%	11,5%
China	14,0%	0,0%	2,8%*	20,0%	0,0%	4,0%	20,0%	0,0%	4,0%
Canadá	0,06%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Brasil	0,00%	0,0%	27,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
México	16,00%	0,0%	20,0%	16,0%	0,0%	20,0%	16,0%	0,0%	20,0%

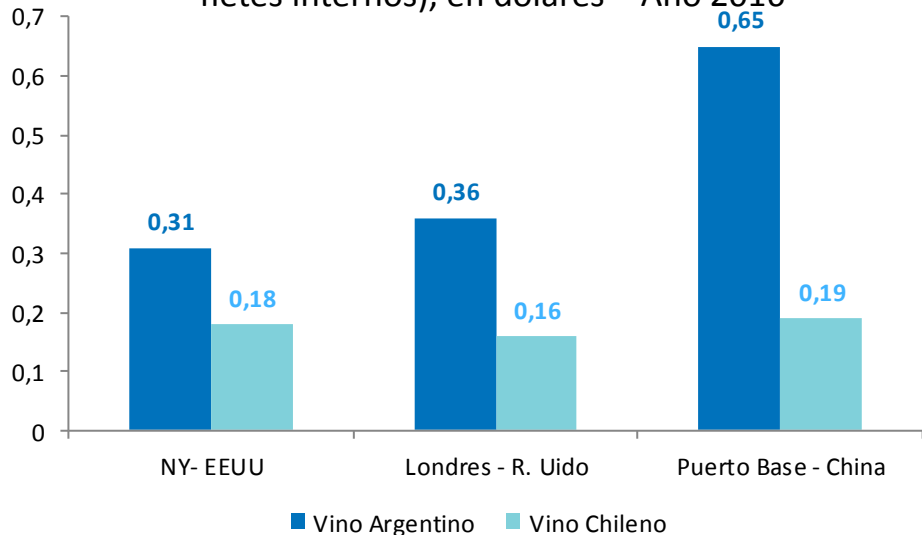
Nota: El arancel llegará a 0% en 2019.

Fuente: SSPMicro con base en intracent . 24



Costos de envío de vino fraccionado

Total por botella (incluidos aranceles, impuestos, y fletes internos), en dólares – Año 2016



Costos de Exportación - Flete interno

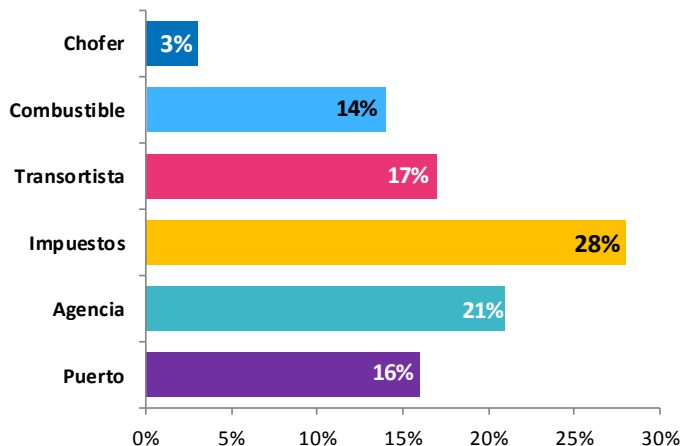
Por Buenos Aires Vino Fraccionado - Contenedor de 20 pies - Carga manual - Año 2016

Concepto	Unitario US\$	Participación
Camión	1.300	
Chofer	195	
Salario	88	4%
Aportes, contribuc. Y otros	107	4%
Combustible	619	
Impuesto Interno	206	7%
Líquido	412	14%
Empresa	486	17%
Agencia	620	21%
Puerto	470	16%
IVA	502	17%
Total	2.892	100%

Barreras No Arancelarias Argentinas

- China Aditivos. Régimen de identificación comercial. Ftalatos.
- Unión Europea No aprobación del uso de las menciones Reserva y Gran Reserva

- Como ventajas competitivas se conjugan elementos de diversa índole. Menores barreras arancelarias por mayores tratados comerciales, la incidencia de los altos costos internos en el caso de Argentina y la vigencia de barreras no arancelarias en otros mercados.
- Con respecto a los aranceles de Argentina cabe mencionar la mitigación de sus efectos a partir de la vigencia de reintegros a la exportación del 5,5% para el vino a granel y el 6% para el fraccionado.





**Mercado externo de vino fraccionado franja de precios (dólares) por caja 9 litros
enero-diciembre 2017- (hl)**

Tipo de vino	< a US\$ 8,5	de US\$ 8,5 a US\$15	de US\$ 15 a US\$ 26	de US\$ 26 a US\$39	de US\$ 39 a US\$60	de US\$ 60 a US\$110	de US\$ 110 a US\$210	> a US\$ 210	Total
Sin mención varietal	70.278	63.292	34.476	15.539	8.744	16.362	2.544	825	212.060
Varietal	5.079	18.869	484.504	636.599	370.241	141.431	14.115	3.307	1.674.145
Espumoso	0,1	3,7	5.858	10.584	8.611	7.246	219	5	32.526
Otros vinos	-	54	440	265	-	242	5	-	1.005
Total Fraccionado	75.357	82.219	525.278	662.987	387.597	165.280	16.883	4.137	1.919.737
% s/total	3,9	4,3	27,4	34,5	20,2	8,6	0,9	0,2	100
Enero-Diciembre 2016	142.491	78.290	625.497	684.479	369.488	151.832	15.857	3.567	2.071.501
Var.% 2017/2016	-47,1	5	-16	-3,1	4,9	8,9	6,5	16	-7,3

Fuente: SSPMicro con base en INV.

- Más del 80% de los vinos se comercializó entre la franja de precios entre 15 y 60 dólares la caja de 12 botellas de 750 ml cada una (9 litros por caja).
- Década atrás los segmentos de precios inferiores eran predominantes en las ventas externas, corroborando la tendencia a vender vinos más caros en el exterior.





Anuncios de inversiones en la cadena vitivinícola 2016 – junio 2018.

Objeto de la Inversión	Empresa	Origen de la Empresa (IED)	US\$ Millones	Mes	Año	PROVINCIAS
Bozales para retenido -corcho y presión- vitivinícola	ARPEX ARGENTINA	Argentina	3,4	Marzo	2016	Mendoza
Desarrollo de bodega de alta gama	BLANCHARD LURTON	Argentina	2,0	Abril	2016	Mendoza
Nueva planta fraccionadora de tetra-brik (San Martín) y compra de terreno para laboratorio (Maipú)	FECOVITA	Argentina	50,7	Junio	2016	Mendoza
Construcción de bodega	NEELANDS REFRIGERATION LTD	Canadá	3,0	Junio	2016	Mendoza
Nave industrial para la conservación de vinos	FAMILIA ZUCCARDI	Argentina	2,0	Agosto	2016	Mendoza
Desarrollo de bodega de alta gama y maquinaria	FINCAS PATAGONICAS	Argentina	1,0	Agosto	2016	Mendoza
Nueva línea de fraccionamiento para bag in box Resero	FECOVITA	Argentina	1,1	Septiembre	2016	San Juan
Finca Allegro- de 300 ha	BICENTENARIO (Y5 ACCIONISTAS)	Argentina	0,4	Septiembre	2016	Mendoza
Compra de bodega Lejanía Sottano	VICENTIN	Argentina	10,0	Noviembre	2016	Mendoza
Construcción de bodega Can Pedra (con 30 ha) para el "Wine Country Club" Tupungato Winelands.	BD BACATÁ	España	40,0	Marzo	2017	Mendoza
Viñedos.	TRIVENTO/CONCHA Y TORO	Chile	4,9	Abril	2017	Mendoza
Bodega Estancia Mendoza.	FECOVITA	Argentina	20,0	Mayo	2017	Mendoza
Bodega "Terra Camiare"	GRUPO AGROEMPRESA	Argentina	5,00	Octubre	2017	Córdoba
Nueva línea de embotellado, barricas y tanques de acero inoxidable	PEÑAFLORES	Argentina	23,00	Diciembre	2017	Salta
Compra de Bodega Finca La Anita (70ha)	ORIGIEN WINE GLOBAL DISTRIBUTION	Suiza	s/d	Mayo	2017	Mendoza
Compra de Bodega Finca Blousson	PATRICK MCKILLEN	Irlandeses	s/d	Diciembre	2017	Mendoza
Finca Las Marianas	DRAGONBACK ESTATE (44 ACCIONISTAS)	Chile	20,00	Octubre	2017	Mendoza
Bodega Alba en los Andes (836 ha)	INVERSOR LOCARL	Argentina	s/d	Agosto	2017	Mendoza
Nueva Bodega (150.000lt) con 25 ha de viñedos	LOS CARDONES	Argentina	2,00	Marzo	2018	Salta
Viñedos, bodega y Turismo	BRENANN	Argentina	15,00	Abril	2018	Mendoza
Emprendimiento turístico y adquisición de maquinaria	COLOME	Suiza	1,15	Junio	2018	Salta
Modernización de Planta	BODEGA CHANDON	Francia	5,25	Junio	2018	Mendoza
Modernización de planta	VIÑAS COBO	Argentina	1,46	Junio	2018	Mendoza

Fuente: SSPMicro

