

La dinámica del capital en el complejo vitivinícola mendocino

Tras la reconversión vitivinícola, la posconvertibilidad coincide con un período de consolidación de transformaciones previas en la industria vitivinícola. Cambios que suscitaron modificaciones en los agentes sociales del complejo, en las relaciones sociales y en los factores de comando. Reconfigurándose nuevas desigualdades, asimetrías y problemáticas que deben ser abordadas con directrices de políticas de desarrollo socio- económico concordantes con la situación.

Palabras clave: Vitivinicultura- Mendoza- Agentes sociales- Factores de comando- Desarrollo socio- económico

Introducción

Desde mediados de los noventa, a partir de la reconversión vitivinícola, el complejo fue modificando su fisonomía y, con ello, la lógica de acumulación y reproducción de los actores que lo integran. Cambios globales y nacionales incidieron en la modificación de pautas y patrones de consumo, dando lugar al auge de productos diferenciados, al descenso del consumo per cápita de vinos genéricos y a la creciente participación de los mercados externos como destino de los vinos mendocinos.

Las transformaciones trajeron consigo el ingreso de actores extra- regionales. Junto a ellos una parte de la burguesía regional, que logró adaptarse a las transformaciones, fueron impulsores de la modernización de la industria (Azipiazu y Basualdo, 2000). Cánones de producción y consumo globalizados reconfiguraron comportamientos y las relaciones socio- económicas del principal complejo productivo de la provincia. Conformándose un modelo dual que, actualmente, atraviesa la vitivinicultura mendocina. En el mismo convive una vitivinicultura fordista asentada en el modelo de la cantidad y otra posfordista donde prima el modelo de la calidad. En la primera prevalecen pautas de elaboración y consumo en los que se favorecen los elevados rendimientos, el cultivo de uvas genéricas asociados a un producto homogéneo, escasamente diferenciado destinado a un mercado interno con altos niveles de consumo per cápita. Ese modelo tiende cada vez más a retroceder y ser reemplazado por otro posfordista en que la diferenciación de producto, la innovación y segmentación de mercados prevalece (Bocco, 2007).

Estos procesos incidieron sobre los territorios donde el complejo está asentado como en los agentes socio- económicos que en él interactúan. Conllevando modificaciones en la estructura social, en las relaciones sociales, suponiendo el ingreso de nuevos actores mientras otros fueron relegados o expulsados. Con ello, también, cambiaron las características y las aptitudes requeridas para liderar en la industria.

El presente artículo está vinculado al trabajo de tesis de doctorado “El complejo vitivinícola en Mendoza. Agentes sociales y poder económico en la industria del vino”. Intenté realizar un compendio de sus principales conclusiones, cerrando con algunas sugerencias de política económica que orienten hacia el desarrollo del complejo, en una visión que procura conciliar inclusión social con competitividad económica. Entendiendo que, muchas veces, se cae en una falsa antinomia, cuando son aspectos que deben trabajarse conjuntamente.

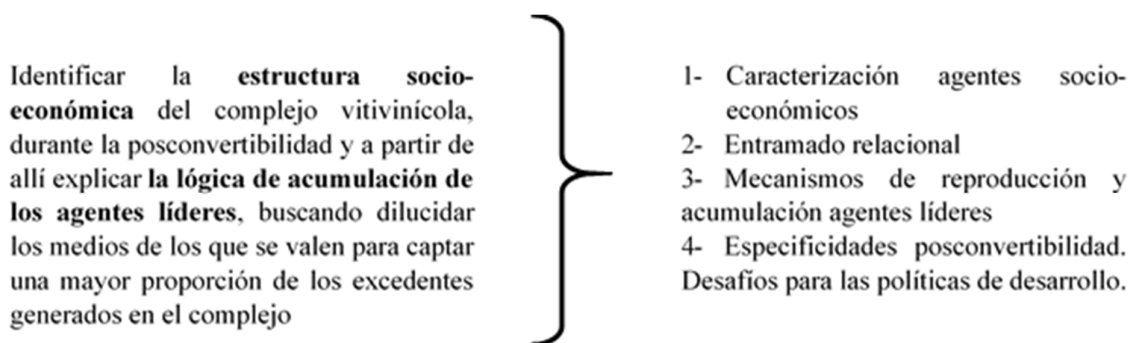
Marco teórico, objetivos y metodología

Para abordar estos procesos apostamos a un abordaje holístico e interdisciplinario. Un análisis que combinó lo multi- escalar y lo multi- dimensional. En lo relativo a las escalas, lo global condiciona lo nacional y lo regional, que sin embargo conservan sus especificidades y contribuyen a modificar los otros niveles, en una suerte de movimiento dialéctico. Lo que sucedió en el complejo vitivinícola en Mendoza no fue, por tanto, ajeno a las transformaciones en el régimen de acumulación nacional, ni en el régimen agroalimentario global (Fernández, 2017).

A su vez, el análisis multi- dimensional supone analizar los fenómenos sociales como una totalidad. Con este fin, en nuestro caso, retomamos las categorías de la Escuela Francesa de la Regulación reformuladas por Ariel Filadoro (2012) para el análisis de los complejos productivos regionales. Detallando cinco dimensiones estructurales que conforman las relaciones socio-económicas: las formas de la competencia, la relación salarial, la forma del Estado, el régimen monetario y el régimen internacional.

Al adentrarnos en las formas de la competencia podemos identificar los agentes líderes (Gereffi, 2001). Son los denominados factores de comando, los que permiten la reproducción de esas posiciones dominantes. Detentar y mantenerse en posiciones de liderazgo al interior de la industria supone instituciones y un entramado de relaciones determinado como, así también, la posesión de ciertas aptitudes o capacidades que desarrollan estos actores (Filadoro, 2012).

Con este enfoque teórico nos propusimos identificar la estructura socio- económica del complejo vitivinícola durante la posconvertibilidad y a partir de allí explicar la lógica de reproducción y acumulación del capital de los agentes líderes que constituyen el estrato dominante de la burguesía vitivinícola mendocina. El objetivo general puede desagregarse de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración propia (2018)

Desde lo metodológico, el presente artículo es una reseña de las conclusiones de un estudio que combinó entrevistas semi- estructuradas con informantes claves (desde técnicos del INTA hasta gerentes de bodegas) con acopio de información documental y estadística provista por organismos oficiales, revistas especializadas, diarios o páginas web. Resultado de la convergencia y sistematización de la información provista por ese conjunto de fuentes logramos los resultados que a continuación exponemos de forma sintetizada. Para ahondar en el tema sugerimos la lectura de las conclusiones desde el link que se encuentra adjunto.

Caracterización de agentes socio- económicos

Al resultar parte del objetivo principal entender los mecanismos que distinguen al poder económico y permiten la reproducción de sus posiciones de liderazgo, el foco de atención estuvo colocado en los agentes ligados al capital. Todos propietarios de medios de producción, algunos de ellos más débiles y subordinados hasta alcanzar aquellos agentes integrados que disponen de posiciones dominantes en el complejo.

En primer lugar, podemos distinguir agentes sólo insertos en el eslabón primario de la cadena de valor. Aquí, un estrato social en retracción son los productores familiares. También encontramos a los pequeños empresarios vitícolas que, a diferencia de los primeros, consideran los ingresos provenientes de la explotación agrícola como complementarios a los de su actividad principal.

Bajo la post-reconversión surgió un nuevo estrato: el de las empresas vitícolas especializadas. Las cuales tienen implantados variedades que conciben con estándares de calidad de modernas bodegas de la Primera Zona y del Valle de Uco. Adoptan prácticas culturales personalizadas que buscan ajustarse a las necesidades del elaborador.

Insertos en un esquema asociativo encontramos a los productores integrados en cooperativas, constituyendo aproximadamente el 30% de los productores primarios de la provincia. El sistema cooperativo les ofrece mejores condiciones de reproducción y acumulación, entre los principales beneficios frente al capital fragmentado contamos las compras conjuntas a escala y el acceso a pagos reajustables según la evolución de los precios del mercado de traslado.

Luego, encontramos a los agentes socio- económicos ligados a la transformación industrial de la vid. En importante número son propietarios de viñedos, aunque en la mayoría de las ocasiones recurren a la compra de uva o a la elaboración *a façon* para completar sus requerimientos para la elaboración.

Existiendo agentes acopiadores, los denominados bodegueros trasladistas, que actúan como intermediarios al ser proveedores de grandes volúmenes a las Empresas Integradas Verticalmente (EIV). Asimismo, reconocemos bodegas depositarias que han tenido un notable crecimiento en los últimos años en detrimento de los trasladistas. Los propietarios de estos establecimientos, devenidos en rentistas, los alquilan a las grandes firmas fraccionadoras que los utilizan como depósito para sus vinos.

Con un grado de integración superior, distinguimos a los agentes elaboradores- fraccionadores integrados, resultando un estrato heterogéneo cuya característica común es su integración hacia atrás en la cadena de valor. Diferenciándose, entre otros aspectos, por el origen de su capital (local, nacional o transnacional) y el producto que elaboran (sean vinos genéricos, variedades, especiales, etc.).

El núcleo del comando económico, en otros términos, los agentes líderes del complejo pertenecen a este estrato. Los agentes líderes son Empresas Integradas Verticalmente (EIV) que combinan presencia y diversificación en diferentes submercados del vino con sofisticación tecnológica, renovación de las prácticas culturales y de elaboración, innovación en mercadotecnia, apropiación y valorización de nuevos territorios (sobre todo en el pedemonte) y escala de producción en el submercado de vinos genéricos y de entrada de gama.

Eslabón primario	Eslabón elaborador	Eslabón fraccionador
Productores familiares		
Pequeños empresarios vitícolas		
Empresas vitícolas especializadas		
Bodegas depositarias (rentistas)		
Bodeguero trasladista		
Empresas Integradas Verticalmente (EIV)		
Agentes líderes (subgrupo dentro de las EIV)		

Fuente: Elaboración propia (2020)

Entramado relacional

Los agentes socio- económicos que sólo actúan en el eslabón primario se vinculan con los elaboradores a partir de dos mecanismos: la compra- venta de uva en cuotas financiadas y el sistema de maquila. En este último, el vino elaborado es propiedad del proveedor de materia prima, que abona un canon a la bodega a cambio del servicio de elaboración.

Precisamente la maquila es una modalidad de elaboración difundida en el cooperativismo. Cabe mencionar que en el sistema cooperativo los pagos en cuotas se extienden durante todo el año actualizándose según las variaciones en el precio del vino de traslado.

Tanto, entre productores- elaboradores como entre elaboradores- fraccionadores, las relaciones están cruzadas por asimetrías emergentes de distintas dotaciones de poder económico, político o simbólico. En particular, el poder económico se manifiesta en desiguales capacidades para establecer precios, plazos de pago, trasladar costos y exigir protocolos de abastecimiento de unos capitales hacia otros (De Jong, 2001).

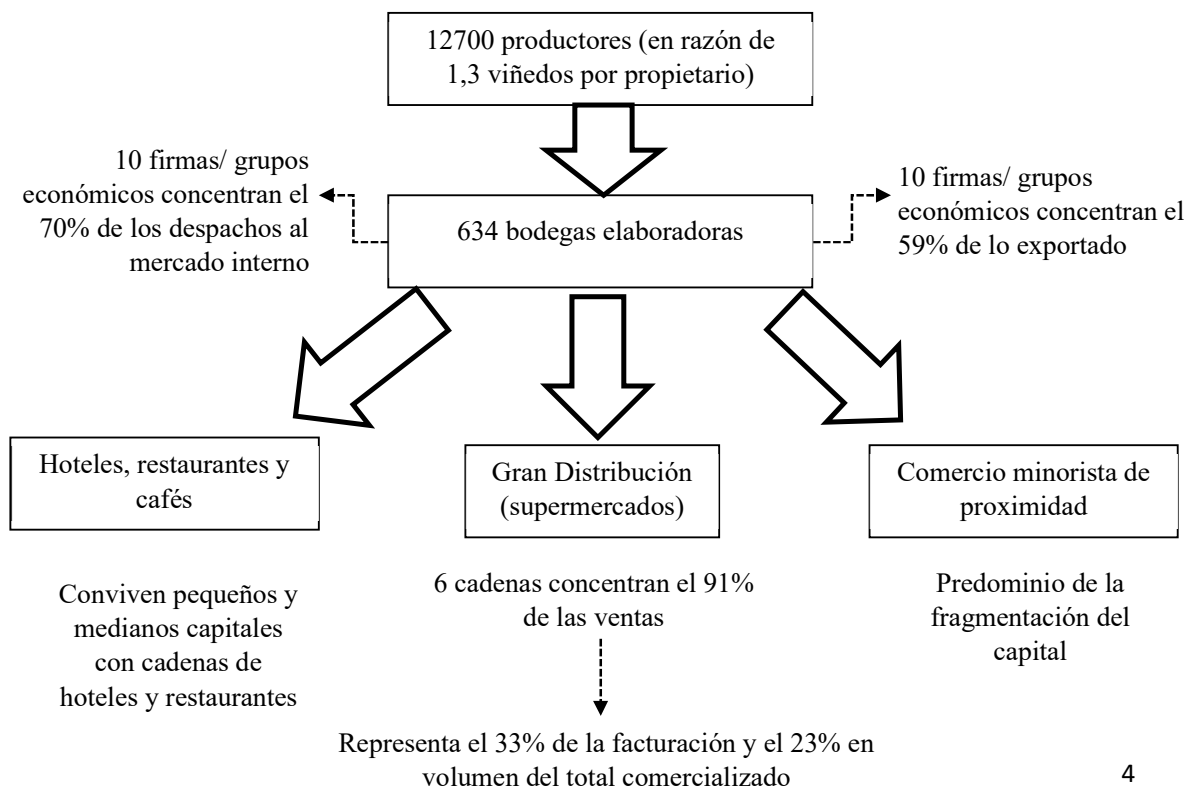
En una relación desigual de fuerzas los agentes elaboradores- fraccionadores tienden a establecer unilateralmente condiciones de entrega y de compra, exigir ciertas características y/o calidades de la materia prima. Con este fin las EIV instauran mecanismos de asesoramiento, supervisión y control de los procesos de trabajo hacia los productores primarios que les proveen la uva.

A esta integración vía control técnico de la producción se le añaden mecanismos de subordinación de índole económico- financiero que incluyen la dilación de los plazos de pago o la renegociación a la baja de los precios. A su vez, algunos de estos mecanismos financieros son replicados, *mutatis mutandis*, por los estratos concentrados de la distribución- comercialización en su relación con el capital industrial vitivinícola.

Agentes líderes y factores de comando

Los factores de comando tienen un componente relacional y otro estructural. Por un lado, están vinculados a las formas del entramado relacional que favorece el predominio de unos agentes sobre otros y, en segundo lugar, las aptitudes o capacidades que desarrollan los agentes líderes.

Para comprender el entramado relacional procedimos al examen de la morfología de la cadena de valor. Lo cual nos permitió visualizar el grado de concentración y centralización del capital que, de no mediar regulaciones estatales que morigere sus consecuencias, origina relaciones jerárquicas que posibilitan a unos agentes ejercer su dominio económico sobre otros.



Fuente: Elaboración propia en base a INV, Caucasia Wine Thinking, COVIAR (2020)

Constituyéndose un entramado de relaciones oligopónicas que permiten la reproducción temporal de las desigualdades y asimetrías en los procesos de tomas de decisiones, dirección y establecimiento de reglas de juego en el complejo. A su vez, al interior de cada eslabón existen heterogeneidades, por lo que hay que considerar estratos socio- económicos, entre ellas al estrato dominante de la burguesía vitivinícola (agentes líderes del complejo).

Además de las formas del entramado relacional, los factores de comando remiten a un conjunto de aptitudes diferenciales que disponen estos agentes líderes. Son dos polos de un mismo fenómeno, contiguos e interrelacionados entre sí. Respecto a las capacidades o aptitudes diferenciales de los agentes líderes las mismas varían según los submercados que analicemos Recordando, aquí, que las EIV están diversificadas, por los que procuran adquirir las capacidades que permiten una trayectoria de acumulación ventajosa en cada submercado en el que actúan.

En el submercado de vinos genéricos la escala desempeña un papel fundamental. La competitividad es obtenida optimizando costos para ofrecer el producto al menor precio posible. Dada la existencia de economías de escala, observamos que es necesario contar con escalas mínimas de gran tamaño que permiten llevar adelante dicha optimización de costos sin resignar calidad en el producto obtenido.

A su vez, sólo los grandes capitales pueden construir una amplia red de distribución que combine escala en la logística, capacidad de almacenamiento y extensión territorial. Condición, ésta última, para llegar a la amplia red del comercio minorista de proximidad que cuenta con un alto grado de dispersión geográfica.

Por su parte, en el submercado de vinos varietales adquieren relevancia la apropiación de tecnología de vanguardia como la innovación de productos y en procesos. A lo que hay que sumarle el *marketing* como estrategia de posicionamiento de los bienes y servicios ofrecidos. Así, las EIV líderes procuran introducir modernas técnicas de agricultura de precisión, desarrollos propios de I+D que incluyen investigación de *terroirs* o experimentación con microvinificaciones.

En cuanto al *marketing* busca potenciar la comunicación, ya sea a través de la publicidad y/o de la presentación de los productos. En fin, son maneras en que los elaboradores- fraccionadores intentan diferenciar su producto en este submercado y, a partir de la consecución de ese objetivo, afianzar posiciones de liderazgo y un ciclo de acumulación virtuoso en el mismo.

Posconvertibilidad y más allá. Desafíos para el desarrollo socio- económico del complejo vitivinícola en Mendoza.

Desde la perspectiva aquí asumida consideramos a la posconvertibilidad como un período de transición de final abierto (Basualdo, 2011). Particularmente, en el complejo vitivinícola, la industria a partir de la disminución de costos internos por devaluación de la moneda, el congelamiento de tarifas de servicios públicos y las tasas de interés negativas logró un primer quinquenio de crecimiento récord de las exportaciones, aumento de las inversiones y auge del enoturismo. Luego de 2008, como resultado en parte de la crisis financiera internacional y sus efectos sobre el comercio, termina produciéndose un estancamiento del crecimiento de las exportaciones.

Freno que afectó, en primer lugar, a los agentes y territorios de inserción más débil y precaria en el complejo. Porque pese a avanzarse en la institucionalidad del complejo vía creación de la COVIAR e instaurando varios programas de asistencia, fueron políticas que desatendieron algunas problemáticas estructurales.

En virtud de este escenario y las posibilidades que brinda la instancia de evaluación del Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) 2020 y la construcción de un nuevo plan estratégico para 2030, es útil pensar en los desafíos estructurales¹ y las políticas públicas que atiendan algunas de las problemáticas que se desprenden del estudio precedente:

- Necesidad de construir competitividad a largo plazo. Sin limitarse al manejo del tipo de cambio, ni priorizando como vector de competitividad la disminución de los salarios en dólares. Implica trabajar en la reducción de costos logísticos, en el agregado de valor en origen en pos de innovar y diferenciar productos (en esto último sería conveniente otorgar centralidad al *terroir* que es un factor no deslocalizable).
- Reconocer su potencialidad como sector estratégico en la provisión de divisas dentro de las economías regionales. En particular, el submercado de vinos varietales muestra gran capacidad para crecer en su aporte como sector generador genuino de divisas. A su vez, habría que diseñar estímulos para densificar los entramados laterales del complejo (lo que contribuiría a acentuar el superávit comercial del complejo, situándolo como proveedor neto de divisas). Aquí deberíamos considerar las posibilidades y las formas de reactivar el enoturismo post-pandemia.
- Respecto al submercado de vinos de mesa un primer desafío pasa por adaptarse a las modalidades y tendencias de consumo. Considerando esa situación habría que propiciar el lanzamiento de productos a precios accesibles para el consumo de los sectores populares considerando las nuevas tendencias, los distintos rangos etarios e innovando en envases que permitan su conservación por períodos de tiempo más prolongados. También la comunicación del vino debe segmentarse, para acotar la *elitización* y el *glamour* a segmentos específicos de vinos varietales.
Frente a la necesidad de reconversión de las variedades rosadas (dado que según tendencias en ciernes habría que considerar a los vinos finitos como los nuevos genéricos) ofrecer herramientas financieras accesibles e información para los actores que deban afrontar este recambio varietal, para evitar su expulsión del complejo.
- En términos de desarrollo territorial es perentorio brindar estímulos a las producciones de base agraria de las economías regionales para contrarrestar la estructura macrocefálica del país. Para ello resulta necesario aumentar los excedentes generados por el complejo y lograr un reparto más equitativo de los mismos. Para que los mismos se traduzcan en desarrollo regional es necesario diseñar instrumentos para contribuir a direccionar, al menos parcialmente, los excedentes generados. También, resultaría útil repensar el perfil productivo de los territorios perdedores del modelo post- reconversión, para evitar que las nuevas etapas de crecimiento releguen a algunos territorios y actores.
- Vinculado a estos territorios y a las variedades de alto rendimiento está asociada la problemática de la diversificación que durante la posconvertibilidad fue mono- producto. Sería conveniente idear un esquema de diversificación multi- producto, que incluyera incentivos hacia la elaboración de productos con mayor valor agregado.
- Respecto a los pequeños productores familiares habría que revalorizar los provechos sociales que su permanencia suponen. Incentivar al asociativismo para alcanzar los beneficios derivados de las economías de escala como así también propiciar mecanismos de transferencia estatal para favorecer el arraigo rural y evitar la migración de estos sectores sociales hacia las ciudades.
- En lo que concierne a la distribución del ingreso intra- cadena es materia pendiente la conformación de un observatorio de precios que acabe con las acusaciones cruzadas respecto a las inequidades en la apropiación de excedentes intra- cadena y permita un

¹ A los que deberíamos sumar los causados por la pandemia del COVID- 19. Entre los principales efectos habría que considerar el estancamiento del enoturismo y la gastronomía. También la posible disminución de los flujos del comercio internacional, en especial en aquellas economías más afectadas por la pandemia.

diagnóstico sobre bases sólidas de los vínculos inter- fase. Las probables distorsiones en el proceso de formación de precios y de captación de beneficios podrían ser corregidas mediante instancias de negociación entre organizaciones de productores y elaboradores-fraccionadores para evitar abusos de los agentes con mayor poder de mercado.

- Potenciar los entes y herramientas financieras que permitan revertir tendencias a la concentración, desigual capacidad para adquisición de tecnología o impulsar la innovación en I+D. Idear un abanico de opciones acordes a las capacidades de repago de cada estrato de agentes sociales.
- Considerar la sustentabilidad ambiental del complejo. En lo relativo al recurso hídrico conformar un sistema de explotación y distribución que permita optimizar su aprovechamiento. En cuanto al cambio climático resulta necesario confluir con el sistema de CyT para diseñar estrategias de mitigación de daños anticipándose a sus posibles efectos.

Constituyen en su conjunto un ideario marco de políticas para el desarrollo socio- económico del complejo que busquen romper con las directrices neoliberales, empobrecedoras y excluyentes. Con el fin de alcanzar los equilibrios y consensos, siempre inestables, para viabilizar un tipo de desarrollo que incluya competitividad, productividad, equidad distributiva, inclusión social y sustentabilidad ambiental.

Bibliografía

Azpiazu, D. & Basualdo, E. (2000). El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones, Buenos Aires, Argentina: CEPAL.

Basualdo, E. (2011). Sistema político y modelo de acumulación. Tres ensayos sobre la Argentina actual, Buenos Aires, Argentina: Atuel.

Bocco, A. (2007). Transformaciones sociales y espaciales en la vitivinicultura mendocina. En Radonich, M. & Steimbregger, N. (comps.), Reestructuraciones sociales en cadenas agroalimentarias, Buenos Aires, Argentina: La Colmena.

COVIAR (2015). Estudio de la distribución del ingreso en la cadena vitivinícola argentina, Mendoza, Argentina.

De Jong, G. (2001). Introducción al método regional, Neuquén, Argentina: LIPAT.

Fernández, V. (2017). La trilogía del erizo- zorro. Redes globales, trayectorias nacionales y dinámicas regionales desde la periferia, Barcelona, España: Anthropos- UNL.

Filadoro, A. (2012). El análisis económico regional desde una perspectiva multiescalar. Una propuesta de conceptualización y método, Buenos Aires, Argentina: Tesis doctoral FCE- UBA.

Gereffi, G. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. Problemas del desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, Vol. 32 (125), Pp. 9-37.

Otras fuentes: Informes y bases de datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) y la consultora Caucasia Wine Thinking.