



INFORME PRODUCTO:

Análisis de Tendencia del Mercado
Internacional del Vino

Análisis de Tendencia del Mercado Internacional del Vino

Argentina se encuentra entre los principales cinco productores mundiales de vino. A pesar del vertiginoso crecimiento de las exportaciones en los últimos siete años y las ventajas comparativas que presenta la industria vitivinícola argentina (tanto por su suelo, su clima y la calidad de su producto) todavía las exportaciones argentinas no ocupan un rol protagónico en el comercio mundial.

1. Introducción y Análisis de la Producción Mundial de Vinos

El presente informe tiene como objetivo realizar una reseña del mercado internacional del vino analizando la estructura y evolución de la producción de vinos, los principales mercados y la potencialidad de las exportaciones argentinas.

Los productos incorporados dentro de la categoría de vinos corresponden a las posiciones arancelarias comprendidas en las siguientes subpartidas 220410, 220421, 220429 y 220430 del Sistema Armonizado.

1.1. Análisis de la Producción Mundial de Vinos

Argentina es uno de los principales países

productores vitivinícolas del mundo concentrando el 4,56% de la producción mundial. Durante el año 2000, la República Argentina se ubicó entre los cinco primeros productores mundiales de vino siendo los principales cuatro productores Francia, Italia, España y Estados Unidos respectivamente. Los tres primeros productores mundiales concentran el 54% de la producción y los diez primeros superan el 80% de la producción mundial de vino, siendo poco significativa la participación de los restantes países.

En lo que se refiere al análisis desagregado por regiones, podemos observar que las principales regiones exportadoras son Europa, que concentra más del 60% de la producción mundial y América Latina, que supera el 15%.

Cuadro N° 1: Principales Países productores de Vino del Mundo (en miles de hectolitros)

<u>País</u>	<u>Año 2000</u>	<u>Participación %</u>
FRANCIA	57,541	20.93
ITALIA	51,670	18.78
ESPAÑA	41,131	14.96
EE.UU.	22,100	8.04
ARGENTINA	12,537	4.56
ALEMANIA	9,852	3.58
AUSTRALIA	8,592	3.13
SUDÁFRICA	6,949	2.53
PORTUGAL	6,694	2.43
CHILE	6,674	2.43
Resto del Mundo	51,172	18.63
Total Mundial	274,912	100

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de O.I.V.

Asimismo, es importante tener en cuenta que, comparando los principales diez productores con los principales diez consumidores, cinco de los principales productores mundiales (Francia, Italia, Portugal España y Argentina) se encuentran también entre los principales consumidores de vino *per capita* (Cuadro N° 1 y N° 2).

Cuadro N° 2: Principales Consumidores de Vino per capita y por países (en litros- año 2000)

País	Litros per cápita	País	Litros per cápita
LUXEMBURGO	62.8	REP. CHECA	14.6
FRANCIA	58.7	REINO UNIDO	14.2
ITALIA	54.2	ESLOVAQUIA	13.6
PORTUGAL	49.9	CHIPRE	12.6
SUIZA	40.5	SUECIA	12.6
ESPAÑA	39.4	NUEVA ZELANDA	10.1
ARGENTINA	38.8	IRLANDA	10
AUSTRIA	37.8	SUDÁFRICA	8.5
URUGUAY	32.3	EE.UU.	7.9
HUNGRÍA	30.2	CANADA	7
DINAMARCA	29.3	FINLANDIA	6.5
RUMANIA	25.3	JAPÓN	2.5
GRECIA	25.2	TÚNEZ	2.3
ALEMANIA	23	BRASIL	1.8
HOLANDA	21.5	MARRUECOS	1.7
AUSTRALIA	19.8	CHINA	0.2
CHILE	19	PERU	0.1

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de O.I.V.

2. Análisis del Comercio Mundial Vitivinícola

2.1. Análisis de las Exportaciones Mundiales

De acuerdo a las últimas estadísticas disponibles, se puede observar un pronunciado aumento de las exportaciones durante la segunda mitad de 1990, registrándose el pico máximo de exportación en el año 1999, lo cual marca la conformación de un sector altamente dinámico y en expansión.

En lo que respecta al análisis desagregado por país, podemos observar que los principales países exportadores son Francia, Italia y España quienes acumulan cerca el 65% de las exportaciones mundiales. No obstante, del análisis del Cuadro N° 3

surge como relevante, el pronunciado aumento en la participación mundial de los denominados vinos del “Nuevo Mundo” (Estados Unidos, Chile, Australia, Argentina y Sudáfrica).

En este sentido, analizando el comportamiento de los “vinos del nuevo mundo” entre 1996 y 2001 se puede observar un aumento de las exportaciones en forma significativa de Chile en un 96,2%, Estados Unidos en un 69,1% y Argentina en un 86,2%. Asimismo, Australia entre el año 2000 y 2001 aumentó sus exportaciones en un 11,1%.

Por otro lado y paralelamente al aumento de las exportaciones de los productores de “vinos del nuevo mundo” se puede observar un estancamiento en la participación en el comercio mundial de los

tradicionales productores de vino. De este modo, del análisis del comportamiento de las exportaciones entre el año 1996 y 2001, en Italia, España y Francia (los tres principales exportadores mundiales)

encontramos que los dos primeros tuvieron una muy leve alza en sus exportaciones mientras que Francia, el principal exportador mundial, sufrió una baja en sus exportaciones (*Cuadro N°3*).

Cuadro N° 3: Principales Exportaciones de productos vitivinícolas (en miles de dólares)

País de Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Francia	4,858,416	5,181,616	5,540,504	6,102,706	5,034,491	4,788,095
Italia	2,129,371	2,098,471	2,360,802	2,457,802	2,217,436	2,286,820
España	1,104,509	1,210,549	1,336,172	1,427,451	1,140,064	1,198,068
Australia	S/D	S/D	S/D	S/D	900,312	1,000,476
Chile	271.989	398,154	514,093	519,577	572,375	600,003
Estados Unidos	305.671	396.681	513.362	520.345	533.321	517,026
Portugal	538,503	531,232	528,913	526,491	467,953	437,067
Alemania	487,602	434,582	434,479	445,209	364,079	356,880
Sudáfrica	S/D	S/D	S/D	S/D	244,279	229,512
Argentina	83.282	128,248	154,623	145,198	159,135	155,136
Total	9.779.243	10.379.533	11.382.948	12.144.779	11.633.445	11.569.083

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de Tradstatweb

2.2. Principales Países Exportadores

En lo que respecta al análisis de los principales países exportadores y a los efectos de lograr una mejor comprensión de las potencialidades de la República Argentina en el comercio mundial, se analizarán dos países de los denominados “tradicionales” exportadores vitivinícolas, como Francia e Italia, que son a su vez los dos principales exportadores mundiales y dos países que producen vinos de los denominados del “nuevo mundo” como son Chile y Australia, sector este último dentro del cual se encuentra ubicado nuestro país.

En cuanto a las características diferenciales entre los países exportadores tradicionales y los emergentes se puede mencionar que los tradicionales tienen una atomización de la industria vitivinícola, canales de distribución decantados y relaciones bien establecidas. Ejemplos: Francia, Italia y España¹.

En cambio, los países emergentes enfocan su producción hacia los gustos del mercado, en la medida en que poseen controles y regulaciones laxas, concentrándose el Estado sólo en aspectos técnicos y de calidad. Los principales países son: Australia, Estados Unidos, Chile, Sudáfrica, Argentina y Nueva Zelanda².

¹ Cetrangolo Hugo, Fernandez Sandra y Quagliano Javier; Programa de Agronegocios y Alimentos, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, Argentina

² Cetrangolo Hugo, Fernandez Sandra y Quagliano Javier; Op. cit.

2.2.1. Países Tradicionales de Exportación Vitivinícola

Francia

Francia es el principal actor en el comercio internacional del vino y mosto de uva duplicando en sus exportaciones a su principal competidor, Italia. Las exportaciones francesas durante la segunda mitad de la década de 1990 fluctuaron entre los U\$S 4 mil millones y medio y cifras superiores a los U\$S 6 mil millones, encontrando su punto máximo de exportación en 1999. Sin embargo, del análisis de las exportaciones francesas entre 1996 y 2001 (*Cuadro N° 4*) se puede observar que las mismas se encuentran en su punto más bajo de exportación.

En este sentido, es importante tener en cuenta que el mayor descenso de las exportaciones se produjo por la declinación de las ventas al exterior del vino espumoso, notándose una leve estabilización, aunque hacia la baja, en las ventas de vino y mosto de uva.

En cuanto al análisis del comportamiento de los vinos espumosos se puede observar, entre 1996 y 2001, que de los diez principales destinos de las exportaciones francesas en siete de los mismos se ha notado una baja y sólo en tres destinos de exportación se ha conseguido aumentar sus exportaciones, aunque sólo en Japón son significativas (aumentando en un 115%). Entre los mercados en los cuales Francia ha perdido participación se destaca Alemania con una disminución de las exportaciones francesas del orden del 41%.

En lo que respecta a las exportaciones de vino y mosto de uva, las exportaciones francesas, a lo largo de la segunda mitad de la década, se han estabilizado entre los 3 mil millones de dólares.

Entre los principales diez destinos de exportación de vino y mosto de uva, entre 1996 y 2001, en cinco las exportaciones han aumentado, destacándose las dirigidas al Reino Unido (que aumentaron un 5,4%), Estados Unidos (30,7%) y Japón (62,5%) y entre los destinos en que se ha observado una disminución es importante destacar a Alemania (-23%) y Bélgica (-17,3%).

Cuadro N° 4: Exportaciones Francesas de Productos Vitivinícolas (en millones de dólares)

Posición Arancelaria	País de Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso							
	Reino Unido	262,083	273,539	333,010	444,123	277,341	308,193
	Estados Unidos	251,271	288,069	323,277	462,066	381,121	256,848
	Alemania	249,083	226,208	256,972	245,112	173,440	145,167
	Italia	115,239	109,143	170,747	158,579	126,755	107,773
	Bélgica	113,614	109,853	130,465	148,208	101,676	86,672
	Total	1,425,820	1,405,154	1,677,439	2,078,386	1,517,068	1,304,861

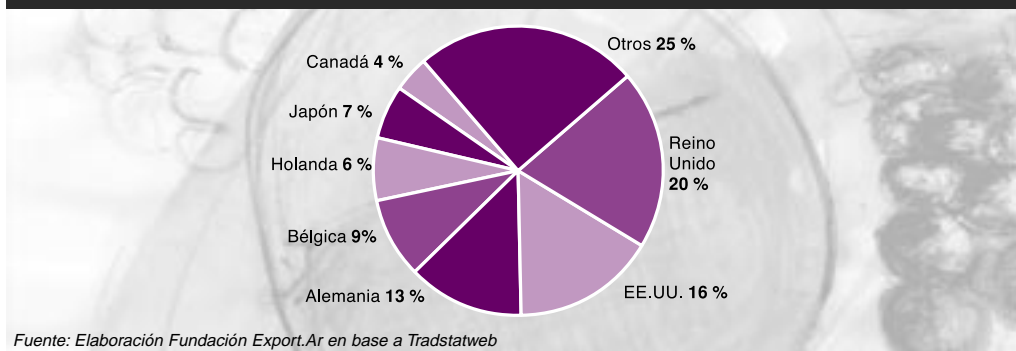
Cuadro N° 4: Exportaciones Francesas de Productos Vitivinícolas (en millones de dólares) cont.

Posición Arancelaria	País de Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.							
	Reino Unido	594,133	645,835	712,097	739,760	585,388	627,184
	Estados Unidos	372,447	435,191	485,663	506,293	490,383	499,643
	Alemania	489,340	494,019	541,151	529,534	430,843	409,045
	Bélgica	367,642	361,479	419,510	379,781	333,864	312,385
	Japón	173,220	254,875	492,381	297,714	279,401	281,565
	Total	3,017,965	3,381,754	3,820,821	3,633,333	3,211,702	3,206,607
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.							
	Alemania	106,530	71,261	61,811	73,253	53,422	49,897
	Suiza	85,618	73,895	76,699	73,563	55,898	49,034
	Bélgica	66,202	60,284	68,290	72,347	56,190	46,151
	Reino Unido	31,824	30,909	31,011	35,366	28,096	32,702
	Dinamarca	31,926	29,693	28,146	25,665	22,890	19,347
	Total	412,657	390,980	391,996	389,000	303,611	274,195
220430 Los demás mostos de uva							
	Italia	213	1,669	393	187	1,177	1,810
	Alemania	1,009	875	833	678	622	368
	Bélgica	378	423	503	348	88	77
	Total	1,974	3,728	2,248	1,987	2,110	2,432
Total Partida		4.858.416	5.181.616	5.540.504	6.102.706	5.034.491	4.788.095

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

En relación al análisis de las exportaciones francesas, se puede observar que los tres principales mercados de destino (Reino Unido 19%, Estados Unidos 16% y Alemania 13%) concentran el 50% de las exportaciones.

Del análisis por regiones (Gráfico N° 1) se puede observar que el 50% de las exportaciones totales están dirigidas a Europa y un 20% a América (Estados Unidos 16%, Canadá 4% y Brasil en menor medida) y en Asia las exportaciones francesas se concentraron en Japón (participación del 7%) y en menor medida en Hong Kong y Singapur.

Gráfico N°1: Principales destinos de las exportaciones francesas de vinos (año 2001)

Italia

De los principales países exportadores a nivel mundial Italia es el más relevante después de Francia. En lo que respecta al mercado italiano, se puede observar que las exportaciones se han estabilizado durante la segunda mitad de 1990 en cifras superiores a los US\$ 2 mil millones. La mayor exportación se produjo en 1999 cuando las exportaciones totales italianas alcanzaron cifras cercanas a los 2 mil millones y medio de dólares (*Cuadro N° 5*).

Realizando un análisis desagregado por producto entre los años 1996 y 2001, podemos ver una importante disminución de las exportaciones italianas en vinos espumosos (del orden del 25,1%) estableciéndose como contrapartida un leve aumento de las ventas al exterior de vinos y mosto de uva del orden del 11,5%, entre los años mencionados.

En lo que respecta al análisis del comportamiento de los vinos espumosos por país, entre 1996 y 2001, de los diez destinos más relevantes de las exportaciones italianas, seis han tenido un comportamiento negativo en estos años. Entre estos se destacan, Alemania (que tuvo una disminución del 47%), -principal destino de las exportaciones italianas- y Rusia (-78,6%). Entre los mercados en los cuales Italia ganó participación, merecen ser destacados los mercados de Japón (101%) y Suiza (247%).

En cuanto al comportamiento de las exportaciones de vino y mosto de uva, entre los principales diez destinos de exportación, en seis se observa un comportamiento positivo, destacándose el aumento de las exportaciones en Estados Unidos (58,1%) y Canadá (63,2%). Entre los destinos en los que se ha producido una disminución de la participación italiana, es importante mencionar a Alemania (con un -7,2%) y Francia (-48,6%).

Cuadro N° 5: Exportaciones Italianas de Vino (en miles de dólares)

Posición Arancelaria	País de Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso							
	Alemania	100,796	85,311	72,032	75,576	48,751	53,424
	Estados Unidos	38,293	34848	39,272	50,028	37,275	32,543
	Reino Unido	16,877	18,301	17,404	19,561	8,296	16,305
	Japón	6,662	9,465	12,399	13,889	12,259	13,423
	Suiza	3,230	3,820	4,454	7,768	7,197	11,232
	Total	240,069	222,844	221,011	237,769	165,270	179,770
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.							
	Alemania	516,232	532,552	572,140	585,940	527,020	538,658
	Estados Unidos	316,116	352,254	361,333	409,384	443,916	501,044
	Reino Unido	175,933	175,013	198,488	202,125	185,468	198,542
	Suiza	86,237	90,107	99,767	106,273	94,932	112,459
	Canadá	58,771	57,360	75,024	81,543	92,146	95,961
	Japón	52,258	72,325	149,707	77,203	77,806	83,760
	Total	1,497,996	1,561,421	1,753,252	1,767,841	1,733,906	1,874,818

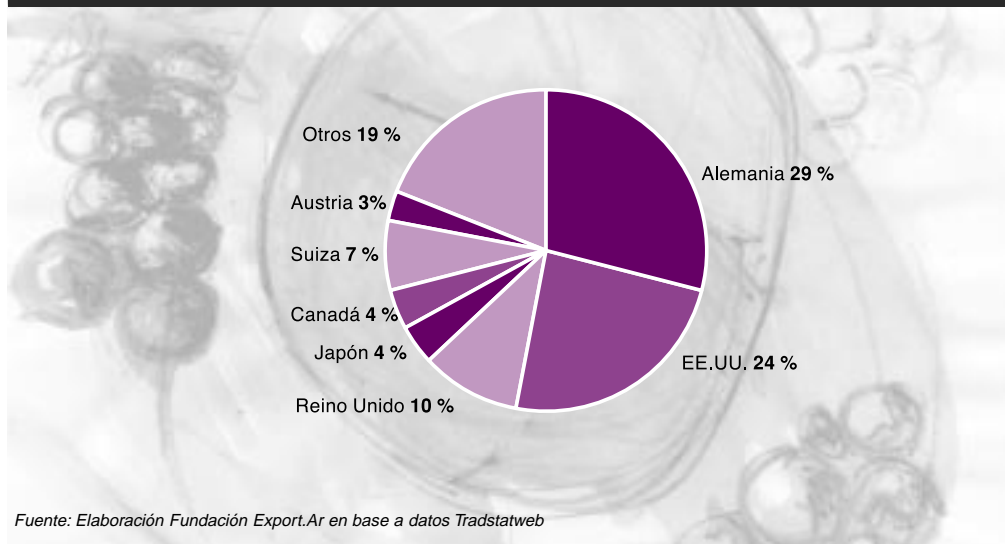
Cuadro N° 5 // Exportaciones Italianas de Vino (en miles de dólares)*cont.*

Posición Arancelaria	País de Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
220429	Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.						
	Alemania	143,967	119,159	116,994	129,211	95,594	73,761
	Francia	143,831	85,403	92,643	141,256	86,079	55,146
	Suiza	37,166	32,247	31,537	30,391	24,853	25,612
	Estados Unidos	9,178	15,904	19,580	16,442	20,289	13,531
	Suecia	2,283	5,284	4,409	5,035	5,555	7,426
	Rep. Checa	8,201	6,956	4,409	5,036	4,887	6,273
	Total	391,306	314,206	386,539	452,197	318,260	232,232
Total Partida		2.129.371	2.098.471	2.360.802	2.457.802	2.217.436	2.286.820

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

En lo que respecta al análisis desagregado de las exportaciones italianas por participación porcentual, se puede observar que los tres principales mercados de destino (Alemania 29%, Estados Unidos 24% y Reino Unido 10%) concentran el 63% de las exportaciones.

Del análisis desagregado por regiones (*Gráfico N° 2*) se puede observar que el 50% de las exportaciones totales son dirigidas a Europa y un 28% a América, concentrándose las mismas en una muy alta proporción en América del Norte (Estados Unidos 24% y Canadá 4%) siendo Brasil el principal destino en Latinoamérica. En lo que respecta a las exportaciones a Asia, el principal destino de las mismas es Japón, quien concentra el 4% de las exportaciones totales.

Gráfico N°2: Principales destinos de las exportaciones italianas de vinos (año 2001)

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos Tradstatweb

2.2.2. Países Integrantes del Nuevo Mundo

Chile

Las exportaciones chilenas, tanto de vinos como de mosto de uva, han denotado un importante crecimiento y dinamismo durante la última década, lo que permitió Chile se convirtiera en el principal exportador de vino de América Latina. Los vinos chilenos son unos de los exponentes más importantes de los denominados "vinos del nuevo mundo". A diferencia de los exportadores tradicionales anteriormente analizados, los vinos chilenos tienen la particularidad, como se puede observar en el Cuadro N° 6, de venir creciendo ininterrumpidamente durante los últimos años.

Del análisis de las exportaciones totales, entre el año 1997 y 2002, nos encontramos que las mismas prácticamente se duplicaron. Ello se debió a la consolidación de sus exportaciones en los principales mercados del mundo, como Estados Unidos,

Reino Unido, Alemania y Japón y también a la conquista, durante la segunda mitad de la década de 1990, de nuevos mercados que han aumentado considerablemente su consumo, como los mercados de Irlanda, Holanda, Dinamarca y Brasil, que brindan grandes potencialidades para el crecimiento de las exportaciones.

En cuanto al análisis por producto, se puede observar una preponderancia en la exportación de vinos y mosto de uva resultando muy poco significativa, en el total exportado, la exportación de vino espumoso, como surge de la lectura del Cuadro N° 6.

En lo que respecta a las exportaciones de vino y mosto de uva, es relevante mencionar que en los diez principales destinos de exportación (en todos los casos) se produce un aumento en las exportaciones chilenas. En este sentido, se destacan las exportaciones a los mercados de Reino Unido (que aumentaron entre 1996 y 2001 en un 82,4%), a Alemania (132,9%) e Irlanda (177,8%), entre otros.

Cuadro N° 6: Exportaciones de Vino Chileno (en miles de dólares)

Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso						
	Argentina	1.596	712	1.010	995	557
	Estados Unidos	253	66	315	317	77
	Finlandia	40	31	35	45	59
	Brasil	0	20	65	31	44
	España	294	119	140	58	36
	Total	2.994	1.322	2.204	1.672	1.027
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.						
	Estados Unidos	114.189	117.407	122.836	142.257	149.217
	Reino Unido	70.388	85.060	114.330	113.019	126.852
	Alemania	16.340	25.124	30.196	34.527	36.881
	Japón	17.704	91.120	24.344	28.565	30.137
	Canadá	18.744	23.575	24.975	31.012	27.874
	Irlanda	8.622	10.388	16.025	19.934	23.956
	Total	309.480	431.512	440.709	492.121	521.021

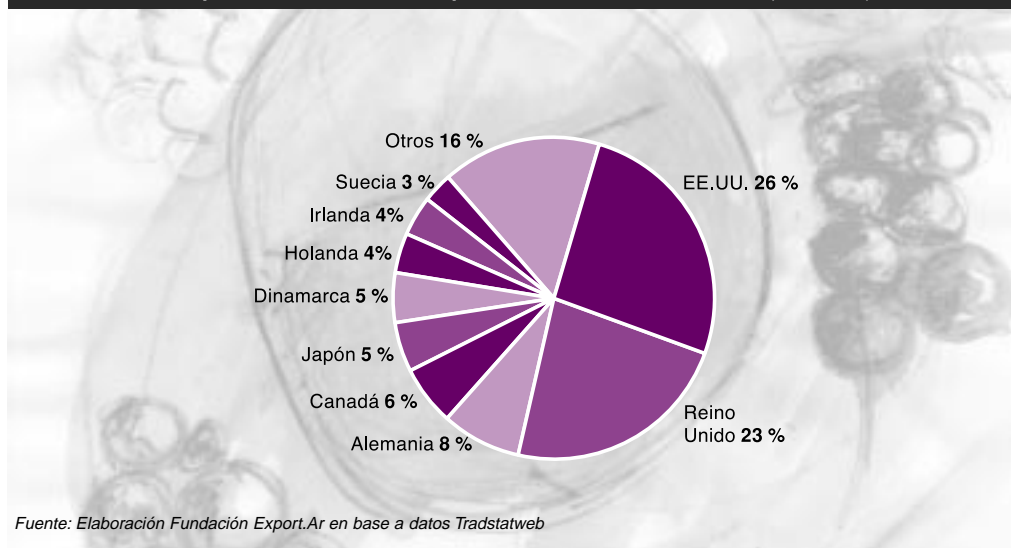
Cuadro N° 6: Exportaciones de Vino Chileno (en miles de dólares)*cont.*

Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.						
	Reino Unido	6.655	9.276	13.076	12.916	13.720
	Alemania	4.153	5.117	6.412	8.286	10.864
	Canadá	18.194	15.121	13.287	13.695	9.501
	Dinamarca	6.693	5.714	6.360	8.077	7.278
	Francia	8.125	6.793	6.761	6.418	6.878
	Argentina	1.473	2.441	2.125	1.732	353
	Total	84.732	70.076	71.427	74.527	77.358
220430 Los demás mostos de uva						
	Japón	778	9.063	4.644	2.946	597
	Noruega	0	67	0	1.042	0
	Total	948	11.183	5.237	4.055	597
Total Partida		398.154	514.093	519.577	572.375	600.003

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

Con referencia al análisis desagregado de las exportaciones chilenas por participación porcentual, se puede observar que los tres principales mercados de destino (Estados Unidos 26%, Reino Unido 23%, Alemania 8%) concentran el 57% de las exportaciones.

A partir del análisis desagregado por región (*Gráfico N° 3*), nos encontramos con que cerca de la mitad de las exportaciones son dirigidas a Europa y un 35% a América, concentrándose una importante proporción de las mismas en América del Norte (Estados Unidos 26% y Canadá 6%). Entre los países de América Latina, el principal destino de las exportaciones chilenas es Brasil, que posee un 2%. En lo que respecta a las exportaciones a Asia, el principal destino de las mismas es Japón, que concentra el 5% de las exportaciones totales.

Gráfico N°3: Principales destinos de las exportaciones chilenas de vinos (año 2001)

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos Tradstatweb

Australia

Las exportaciones australianas, tanto de vinos como de mosto de uva, constituyen, por su crecimiento en la última década, uno de los fenómenos más importantes de la industria vitivinícola. Al igual que en el caso chileno, los vinos australianos tienen un crecimiento ininterrumpido durante la última década, encontrándose el volumen mayor de sus exportaciones en el año 2001.

En cuanto al análisis de las exportaciones totales entre los años 2000 y 2001, se puede observar que las mismas se encuentran direccionadas principalmente al mercado anglosajón. Asimismo, las exportaciones australianas tuvieron un aumento superior al 10% en sólo un año. Por otro lado es importante señalar que, del análisis de sus cinco principales mercados Australia logró aumentar sus exportaciones en el último año en los cuatro primeros mercados de exportación.

Cuadro N° 7: Exportaciones de Vino Australiano (en miles de dólares)

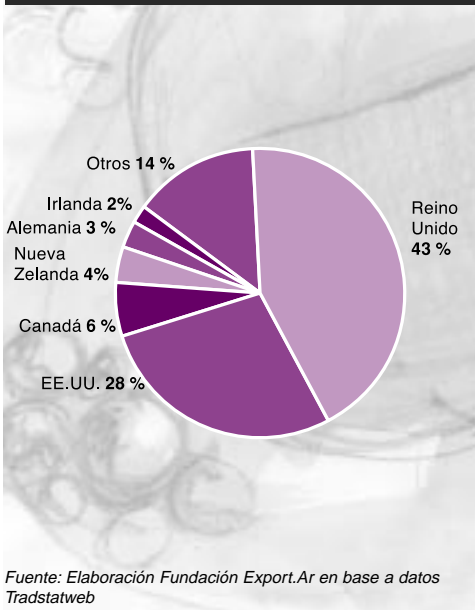
Posición Arancelaria	País de Destino	2000	2001
220410 Vino espumoso			
	Reino Unido	11.997	12.694
	Nueva Zelanda	2.395	3.235
	Estados Unidos	2.144	1.631
	Japón	1.008	1.419
	Bélgica	1.154	113
	Total	22.927	23.087
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.			
	Reino Unido	352.492	387.873
	Estados Unidos	238.043	274.692
	Canadá	49.135	56.458
	Nueva Zelanda	32.639	33.757
	Alemania	30.009	26.378
	Irlanda	21.801	22.347
	Holanda	15.793	16080
	Total	839.738	925.038
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.			
	Reino Unido	17.612	23.831
	Estados Unidos	3.046	8.379
	Nueva Zelanda	4.906	5.909
	Francia	1.324	2.406
	Bélgica	1.078	1.795
	Total	37.111	52.263
220430 Los demás mostos de uva			
	Estados Unidos	463	78
	Bélgica	69	0
	Total	536	88
Total Partida		900.312	1.000.476

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

En el análisis de las exportaciones australianas de vino y mosto de uva se puede observar que los tres principales mercados de destino (Reino Unido 43%, Estados Unidos 28% y Canadá 6%) concentran el 77% de las exportaciones totales.

Si se realiza un análisis desagregado por región (*Gráfico N° 4*) se puede observar que cerca del 50% de las exportaciones son dirigidas a Europa y un 34% a América, concentrándose las mismas en forma predominante en América del Norte (Estados Unidos 28% y Canadá 6%). En lo que respecta a las exportaciones a Asia, el principal destino de las mismas es Japón (1,6%) aunque se observa una disminución en la participación en las exportaciones totales. No obstante, surgen como significativas las exportaciones a Singapur (1%) y Hong Kong (0,9%). Entre los países de América Latina el principal destino de las exportaciones australianas es Brasil, sin que las mismas sean comparativamente significativas.

Gráfico N°4
Principales destinos de las exportaciones australianas de vinos
(año 2001)



Un hecho importante en el desarrollo de la industria vitivinícola australianas en los últimos años fue el desarrollo y presentación de una estrategia de desarrollo para liderar el mercado mundial del vino en el año 2005. Uno de los objetivos más importantes que se propone el Plan Estratégico es que la industria australianas del vino alcance para el 2025 los 4.500 millones de dólares.

La estrategia de desarrollo se basa en la detección de algunas ventajas comparativas con respecto a los competidores comerciales.

En primer lugar se detectaron factores físicos, como el menor costo de las tierras, la gran variedad de climas, terrenos y la disponibilidad moderada de agua, lo que garantiza una buena relación precio/calidad y demuestra que los recursos naturales y el medio ambiente no son un impedimento, a la hora de la expansión de la industria.

En segundo lugar se detectaron factores estructurales en los que no se observa una rígida regulación en la producción, lo cual favorece una mayor flexibilidad de la producción frente a la demanda de los nuevos mercados.

En tercer lugar, el compromiso formalizado por el gobierno australianas a apoyar al sector vitivinícola, en el marco del desarrollo de la GWRDC (*The Grape and Wine Research and Development Corporation*).

En consecuencia, el Plan Estratégico ideado por Australia se basa en la convicción de los productores, las Cámaras y el Gobierno de que Australia tiene la potencialidad para lograr un más rápido progreso que sus principales competidores,

debido a sus ventajas en calidad, coste competitivo y apoyo gubernamental.

Entre los beneficios que podría tener Australia, según establece el plan estratégico se encuentran:

- Favorecer la balanza comercial.
- Estabilizar el déficit de la balanza de pago.
- Favorecer el desarrollo regional.
- Favorecer la conformación de proyectos turísticos.
- Ayudar al desarrollo de una imagen moderna de país.
- Demostrar el éxito del marketing internacional en la venta de los productos australianos.

2.3 Análisis de los Principales Países de destino de las Importaciones Mundiales

De acuerdo al *Cuadro N° 8* se puede observar un leve aumento de las importaciones de los más importantes mercados mundiales entre los años 1996 y los años 2001. En este marco, se destacan como principales mercados, el Reino Unido, los Estados Unidos, Alemania y Japón. Este último (Japón aumentó sus importaciones en un 53,1%) y éste, junto con Canadá (54,2%) y los Estados Unidos (44,2%) constituyen los países que han aumentado en una mayor proporción sus importaciones.

Cuadro N° 8: Principales Países Exportadores de Vinos (en miles de dólares)

País de Destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Reino Unido	2.256.201	2.619.627	2.867.622	2.996.818	2.528.973	2.620.175
Estados Unidos	1.632.403	1.827.885	1.971.670	2.303.682	2.339.359	2.354.804
Alemania	1.829.230	1.844.377	1.904.737	2.091.023	1.790.293	1.659.458
Japón	516.465	662.179	1.318.400	893.315	802.838	791.028
Suiza	601.050	583.764	656.815	710.713	603.146	619.911
Bélgica	641.122	629.297	760.017	771.989	648.098	618.954
Canadá	377.064	409.946	484.780	554.183	579.154	581.709
Holanda	546.212	523.687	521.798	599.004	530.397	501.770
Francia	528.074	522.025	528.692	522.324	427.368	429.356
Dinamarca	359.174	447.757	395.857	406.928	371.870	377.753
Suecia	273.192	211.298	263.219	283.506	263.478	264.716
Italia	152.264	173.928	201.739	201.075	185.478	161.441
Total	9.712.451	10.455.770	11.875.346	12.334.560	11.070.452	10.981.075

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Trastatweb

En el presente trabajo se analizarán los dos principales mercados de importación (Reino Unido y Estados Unidos), que a su vez son los dos principales mercados de destino de las exportaciones de nuestro país. Por otra parte Japón es analizado aquí por ser considerado la puerta de entrada para Asia y uno de los principales mercados emergentes.

Reino Unido

Al analizar las Importaciones totales de vino del Reino Unido según país de origen, se puede observar que las mismas, en los últimos años, se consolidaron en cifras superiores a los U\$S 2 mil millones y medio. En este sentido, según muestra el *Cuadro N° 9*, en el año 1999 se produjo el punto más alto en las importaciones, declinando en forma paulatina durante los siguientes dos años. Sin embargo, se puede observar, durante el último año, un aumento en la importación de vinos embotellados de menos de dos litros.

En cuanto al análisis desagregado de las exportaciones totales durante los últimos años por país, se puede observar una

importante diversificación geográfica en las importaciones. Asimismo, y entrando en el análisis de las importaciones por país es importante destacar que aunque es notoria la preponderancia de Francia, a partir de 1998 la participación de los productos franceses en el mercado británico sufrieron una disminución del 30%; similar situación afectó a otros tradicionales exportadores como es el caso de España (-25.6%), Italia (-27.7%), y Portugal (-43,3%). En contrapartida, se puede observar un aumento entre 1997 y 2001 de la participación de los denominados "*vinos del nuevo mundo*" Australia (aumentó en un 90% sus exportaciones), Estados Unidos (73,1%), Chile (80%), Sudáfrica (92%) y Argentina (105%) los cuales prácticamente duplicaron sus exportaciones.

Cuadro N° 9: Importaciones de Productos Vitivinícolas al Reino Unido (en miles de dólares)

Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso						
	Francia	275.395	291.706	378.058	243.184	255.363
	España	25.788	26.930	34.357	19.925	22.520
	Italia	24.855	22.850	26.723	12.332	18.717
	Australia	13.163	11.716	21.197	13.638	14.227
	Holanda	4.818	6.191	7.191	2.761	5.131
	Total	329.683	381.232	497.408	306990	332.491
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.						
	Francia	730,125	821,913	801,330	606,259	574,921
	Australia	234,850	276,111	363,970	380,836	445,723
	Italia	267,231	285,482	235,565	225,724	206,247
	Estados Unidos	111,313	153,440	145,258	158,346	192,743
	España	207,050	230,186	190,245	160,118	171,115
	Chile	70,388	85,060	114,330	113,019	126,852
	Sudáfrica	61,212	74,423	86,298	100,392	118,021
	Argentina	15,358	21,193	26,950	32,290	31,595
	Total	2,102,240	2,325,768	2,325,327	2,075,987	2,132,437
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.						
	Australia	11,675	12,069	21,676	27,755	36,163
	Francia	37,773	39,665	46,877	33,959	30,300
	Sudáfrica	15,610	16,327	12,560	10,684	14,596
	Chile	6,655	9,276	13,076	12,916	13,720
	Argentina	622	2,470	3,765	718	1,538
	Total	120,166	134,601	154,657	129,451	141,399

Cuadro N° 9: Importaciones de Productos Vitivinícolas al Reino Unido (en miles de dólares) cont.

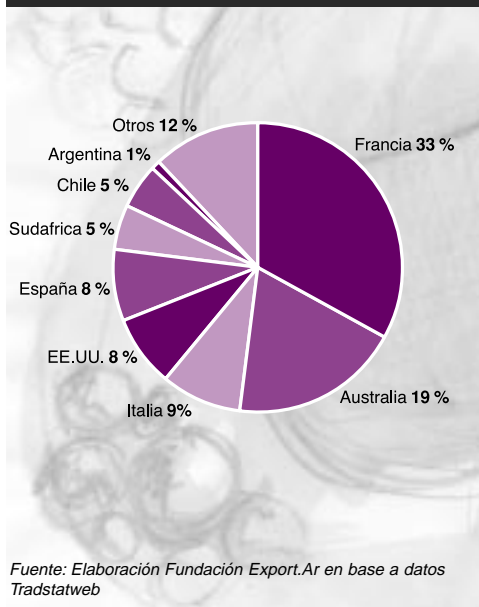
Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220430 Los demás mostos de uva						
	Italia	30,615	25,572	18,993	14,592	12,302
	Francia	430	171	221	1,416	370
	Total	31,631	26,020	19,424	16,545	13,847
Total Partida		2.583.720	2.867.621	2.996.816	2.528.973	2.610.174

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

En lo que respecta al análisis desagregado por región se puede observar (ver Gráfico N° 5) que la mitad de las importaciones totales del Reino Unido provienen de Europa. El 20% corresponde a Oceanía, principalmente a Australia, que es el segundo proveedor en dicho mercado y los restantes se reparten entre América, que participa con un 14% de los cuales el 6% le corresponde a América Latina (Chile 5% y Argentina 1%). En lo que respecta al Continente africano las importaciones del Reino Unido se concentran en su totalidad en Sudáfrica.

Como se puede observar en el Cuadro N° 9 las exportaciones argentinas vienen creciendo ininterrumpidamente desde la segunda mitad de la década de 1990. Esta performance es el resultado del esfuerzo conjunto de las cerca de 50 bodegas nacionales que participan activa y permanentemente en el mercado. En este sentido, es importante resaltar la contratación de una compañía local de relaciones públicas para el desarrollo de la campaña de promoción, la organización de eventos y la participación en ferias internacionales. Este grupo de empresas, con interés en el mercado británico viene actuando por más de diez años. Lo que favorece la percepción de previsibilidad y seriedad del sector vitivinícola argentino, a los ojos de los posibles compradores³.

Gráfico N° 5
Análisis por País de la Participación Porcentual en el Reino Unido (año 2001)



El apoyo institucional y de promoción, junto con el trabajo mancomunado de las bodegas nacionales con intereses en el mercado británico, constituyen un hito fundamental en el desarrollo de una estrategia de exportación de los productos argentinos en este mercado.

Entre los principales competidores de nuestro productos podemos mencionar principalmente a Australia, Chile y Sudáfrica, previendo que, también en los próximos años, se incorpore con sus vinos Nueva Zelanda. Dichos países han implementado en este mercado una política igual de agresiva a la de nuestro país.

3: Informe sobre el mercado de vinos en el Reino Unido, Embajada argentina en Londres

Estados Unidos

Al analizar las Importaciones de vinos de Estados Unidos se puede observar, entre 1997 y 2001, un significativo aumento en la demanda de vino, alcanzando las mismas una variación positiva del 28,8%. Ello es debido al aumento creciente en la demanda en los últimos años de las importaciones en dicho país, alcanzando su cifra más relevante en el año 2001.

Del análisis desagregado del comportamiento de vino y mosto de uva se puede inferir un destacado comportamiento en las importaciones de los denominados “vinos del nuevo mundo”

observándose que entre 1997 y 2001 Nueva Zelanda aumentó sus exportaciones a Estados Unidos en un 373%, Argentina lo hizo en un 240% y Australia en 173%. En contrapartida las exportaciones de Francia, tradicional exportador de vino al mercado norteamericano y máximo exportador mundial, sólo crecieron en un 19%.

En cuanto al comportamiento del vino espumoso se destaca la importante preponderancia de productos de origen francés, acaparando el 74% del comercio en este rubro. Otros actores relevantes lo constituyen Italia, España y, en menor medida, Argentina.

Cuadro N° 10: Importaciones de Productos Vitivinícolas de Estados Unidos (en miles de dólares)

Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso						
	Francia	285.264	326.805	488070	386.671	266.179
	Italia	52.527	58.856	72.575	61.107	44.348
	España	34.998	37.351	57.059	32.537	33.241
	Argentina	14	163	1.694	7.056	4.508
	Australia	647	888	2.411	2.143	2.143
	Total	378.091	428.097	634.602	496.787	357.911
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.						
	Italia	392.418	424.813	471500	535.362	599.073
	Francia	493.523	570.163	586.076	586.044	587.595
	Australia	129.157	154.705	207.656	287.569	352.474
	Chile	114.189	117.407	122.836	142.257	149.217
	España	59.757	63701	68.184	76.348	83.074
	Portugal	51.684	49960	59.209	50.894	49.034
	Argentina	10.045	21.378	20.784	28.257	34.075
	Nueva Zelanda	4.658	8.346	13.129	18.535	22.038
	Total	1.343.775	1.490.029	1.632.237	1.816.902	1.966.699
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.						
	Australia	355	2.811	2.634	4.476	10.349
	Italia	29.016	15.037	14.892	8.022	9.358
	Francia	44.402	21.661	11.765	6.452	6.646
	Portugal	1.526	940	1.896	1.548	1.181
	Chile	24.459	8.735	2.696	4.108	985
	Argentina	5150	3.753	947	381	97
	Total	106.019	53.544	36.843	25670	30194
Total Partida		1.827.885	1.971.670	2.303.682	2.339.359	2.354.804

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

Del análisis desagregado por región (Gráfico N° 6) se destaca la preeminencia de Europa (Francia 33%, Italia 9% y España 8%), que canaliza el 73% de las importaciones, y es seguido por Oceanía (15%), América Latina (Chile 6% y Argentina 2%) y Africa con una participación en las importaciones totales de Estados Unidos en un 5%.

Las importaciones y el consumo de vinos, en general, han tenido un incremento significativo observándose un creciente aumento de la presencia de vinos de origen argentino en el mercado norteamericano. El mercado de la importación de vinos norteamericano es el que, comparativamente, más ha crecido en los últimos años.

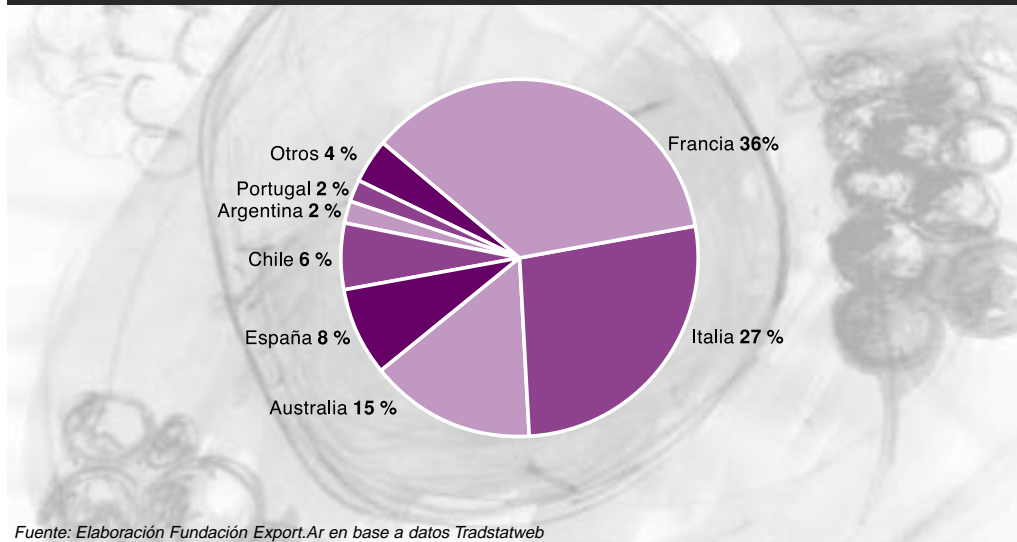
En el acercamiento al mercado norteamericano, los productos argentinos poseen algunas ventajas comparativas. En primer lugar, el carácter receptivo de los ciudadanos norteamericanos a las

nuevas variedades de vinos y a experimentar nuevas sensaciones. En segundo lugar, la gran cantidad de población latina viviendo en Estados Unidos, que muchas veces busca productos elaborados en su región.

Para la selección de un vino, la idea de denominación de origen, desarrollada por los productores europeos, tiene una importancia relativa en la medida en que, en la mayoría de las cartas de los restaurantes, las denominaciones están organizadas por variedad de uvas.

La inserción de nuestros productos en el mercado estadounidense no sólo debe estar asociada al estudio de los gustos y demandas, sino también al de la competencia. Para ello, es indispensable agruparse para abordar el mercado en forma conjunta socializando riesgos y potenciando la imagen de sus productos; así como también elaborar un plan estratégico de marketing e inserción en el mercado.

Gráfico N° 6: Análisis por País de la Participación Porcentual en el mercado de Estados Unidos (año 2001)



Japón

Japón es considerado uno de los principales mercados emergentes no tradicionales consumidores de vino. Su relevancia en el mercado internacional no es sólo importante por el volumen de importación sino también por ser considerado la puerta de entrada al mercado asiático. En este sentido, se espera que el mercado japonés marque los límites y potencialidades para la inserción de los productos vitivinícolas en el atractivo mercado chino.

En cuanto al análisis de las importaciones totales de vino de Japón se puede observar que las mismas se han estabilizado en cifras superiores a los 500 millones de dólares. Según muestra el *Cuadro N° 11* en el año 1998 se produjo el mayor volumen exportado 1.300 millones de dólares estabilizándose en años sucesivos en cifras superiores a lo 600 millones de dólares.

Cuadro N° 11: Importaciones Japonesas de Productos Vitivinícolas (en miles de dólares)

Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso						
	Francia	82.319	78.023	115.527	106.284	110.384
	Italia	6.968	8150	12.283	12.006	14.547
	España	5.992	6.463	8.413	10.105	8.464
	Estados Unidos	2.411	2.433	3.221	2.372	2.554
	Total	101.702	102.308	144.977	133.963	139.948
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.						
	Francia	286.647	598.166	374.459	358.319	357.797
	Italia	73.022	171.625	88.518	83.419	93.955
	Alemania	55.072	62.766	52.105	36.081	29.543
	Estados Unidos	28.793	72.27	63.086	54.218	50.067
	Chile	17.704	91.12	24.344	28.565	30.137
	Total	506.367	1.104.422	663.813	618.550	613.619
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.						
	Bulgaria	8.776	20.671	10.971	5.929	2.413
	Argentina	6.855	8.678	7.566	4.157	4.029
	Estados Unidos	2.855	3.711	9.217	6.291	6.259
	Total	37.329	78.394	62.144	36.916	27.574
220430 Los demás mostos de uva						
	Argentina	14.996	21824	16.681	9.761	8.807
	Chile	778	9.063	4.644	2.946	597
	Total	16.780	33.276	22.379	13.408	9.886
Total Partida		662.178	1.318.400	870.934	802.837	791.027

Hasta la década de 1990, el consumidor japonés no tenía culturalmente incorporado el consumo frecuente de vino de uva, siendo la participación de éste poco significativa para el mercado japonés de bebidas. Entre las razones principales del bajo rendimiento del vino de uva se encuentra un bajo nivel de consumo de alcohol y un rechazo al consumo de altos niveles de alcohol en las bebidas por parte de la población.

A partir de la segunda mitad de la década de 1990 la difusión de artículos médicos relacionados con las bondades en materia de salud del consumo moderado de vino de uva y una mayor facilidad en el proceso de obtención de licencias para la venta de bebidas alcohólicas, favoreció un aumento en el consumo por parte de la población. Para 1998 la producción de vino de Japón se incrementó dramáticamente así como también su importación (*Cuadro N° 11*), lo cual provocó que las importaciones tradicionales de vino provenientes de tradicionales proveedores como Francia e Italia resultaran escasas y los precios subieran vertiginosamente.

En este marco, incrementaron su popularidad los denominados “*vinos del nuevo mundo*”, particularmente los provenientes de Chile, Sudáfrica y, en menor medida la Argentina, quienes le imprimieron una fresca impresión al consumo de vino de uvas acompañada con una alta calidad.

No obstante lo cual a partir de la segunda mitad de 1999, el exceso de stock de vino acumulado, tanto el producido como el importado, provocó una merma en los valores importados y en la producción. Ello ha provocado un mayor esfuerzo del sector por promocionar el consumo de vino como una estrategia, para sostenerlo. A pesar de lo anteriormente señalado, el mercado japonés se presenta como un mercado más estable y muchos creen que el consumo se volverá con los años menos volátil.

En este sentido y debido a la retracción del mercado interno de vino de uva, las empresas importadoras y distribuidoras privilegian concentrar sus esfuerzos de venta en vinos que reciben apoyo promocional de sus respectivos países de origen.

Aunque, el mercado de vino de uvas en Japón sigue siendo considerado un consumo de lujo, la aceptación del mismo, en tanto bebida alcohólica, se ha transformado en común. Siendo el lugar común para su consumo los restaurantes y outlets. También, ha ayudado a la aceptación del vino de uvas su asociación con eventos especiales como fiestas y conmemoraciones, en donde éste es acompañado muchas veces por bebidas espumosas.

En cuanto a las preferencias por el consumo de vinos, los japoneses han mostrado aceptación por vinos dulces y, aunque el japonés sigue prefiriendo vinos rojos, la popularidad de los vinos blancos se ha estabilizado crecientemente.

Un hecho para destacar es la popularidad del uso de la internet y la visita de *web sites* para la compra de vinos.

Situación de las Exportaciones Argentinas y Aceptación en el mercado japonés

Desde 1998 la perspectiva de participación de argentina en el mercado japonés de vino de uva ha venido disminuyendo. Ello tiene su fundamento en que los vinos argentinos no cuentan todavía con una fuerte asistencia promocional y la actividad oficial se encuentra concentrada en la actividad realizada por nuestra Representación diplomática y por el apoyo dado desde Fundación Export•Ar y la Cancillería a la participación de bodegas argentinas en ferias y eventos internacionales, resultando las mismas escasas en comparación con la actividad promocional realizada por los Consejos y Cámaras de Comercio de los

distintos países competidores en el mercado japonés.

Un hecho que juega en contra de la participación argentina en el mercado japonés se encuentra en que las empresas importadoras de productos de vino uva japonesas no importan vinos exclusivamente argentinos, también importan vinos que tienen una mayor penetración en el mercado, privilegiando muchas veces a estos, en detrimento de los productos argentinos.

En este sentido, pese a que la Argentina tiene una participación significativa en el mercado japonés, no se observa por parte de especialistas, distribuidores y consumidores japoneses un especial interés por los productos nacionales. De este modo, los vinos denominados del nuevo mundo en donde competirían los productos argentinos, son identificados con los vinos chilenos y californianos.



3. Análisis de las Exportaciones Argentinas

Argentina es el quinto productor vitivinícola del mundo, concentrando el 4,56% de la producción mundial. Sin embargo, la República Argentina no ha podido lograr aún una alta participación en las exportaciones mundiales, principalmente debido al alto consumo interno, similar al de los países europeos. En este sentido, se puede observar que, aunque la producción mundial argentina es más alta que la de Alemania, Australia, Sudáfrica, Portugal y Chile, estos países ostentan una mayor participación en las exportaciones mundiales.

Del análisis por producto se puede observar que el principal destino de las exportaciones argentinas es Estados Unidos concentrando durante el último año el 70% de las exportaciones totales de vino espumoso. Entre 1997 y 2001 las exportaciones argentinas a dicho mercado significaron un aumento del 15.432% pasando de U\$S 28 mil en el año 1997 a U\$S 4,3 millones en el año 2001, aunque se puede observar una importante disminución de las exportaciones entre el año 2000 y el año 2001 (-39%). Asimismo, Argentina exporta vino espumoso a Uruguay, Venezuela, Reino Unido y Paraguay, aunque en un volumen poco significativo.

En lo que respecta a las exportaciones de vino y mosto de uva, los principales mercados son el Reino Unido, Estados Unidos y Paraguay, quienes superan los diez millones de dólares anuales exportados.

Analizando el *Cuadro N° 12* se puede observar que entre 1997 y 2001, se produjo un aumento en las exportaciones al Reino Unido (aumento del 88%) y Estados Unidos (aumento del 193%), notándose un retroceso del 33,1% en las exportaciones a Paraguay.

Entre los países que alcanzaron un alto índice de crecimiento en las exportaciones argentinas durante los últimos años, en vinos y mosto de uva, se encuentran Holanda, Suiza y Rusia en los cuales las exportaciones argentinas vienen creciendo ininterrumpidamente desde la segunda mitad de la década de 1990.

Párrafo aparte merece el análisis de las exportaciones argentinas a Japón que pasaron de U\$S 14 millones en 1998 a cifras cercanas a los U\$S 6 millones, significando un retroceso de las exportaciones del 55%.

Cuadro N° 12: Exportaciones Argentinas de Productos Vitivinícolas (en miles de dólares)

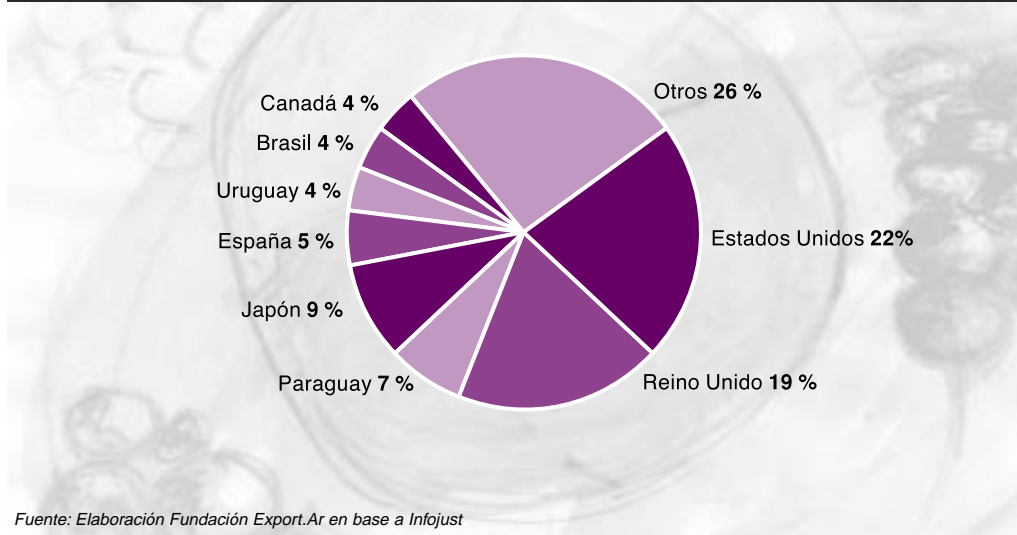
Posición Arancelaria	País de Destino	1997	1998	1999	2000	2001
220410 Vino espumoso						
	Estados Unidos	28	182	1,751	7,136	4,349
	Uruguay	420	749	476	942	510
	Venezuela	258	320	484	593	388
	Reino Unido	0	0	33	267	231
	Paraguay	405	359	327	297	212
	Total	1.548	2.329	4.592	10.179	6.372
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.						
	Reino Unido	14,509	16,551	23,916	27,820	27,265
	Estados Unidos	8,942	18,861	15,938	23,132	26,257
	Paraguay	16,225	16,993	12,022	11,340	10,851
	Brasil	2,412	2,582	4,901	7,213	6,454
	Holanda	3,067	4,637	3,953	5,099	6,268
	Canadá	1,112	2,765	3,822	5,919	5,254
	Uruguay	5,679	5,679	5,293	4,759	5,015
	Dinamarca	3,682	2,387	4,666	4,696	4,110
	Alemania	2,958	3,612	4,804	4,176	3,935
	Suiza	1,181	2,656	2,874	3,708	3,910
	Total	82,442	111,630	110,462	125,304	123,394
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.						
	Japón	19,684	24,910	16,654	6,310	6,822
	Alemania	1,785	1,885	2,157	1,971	1,932
	Holanda	638	679	594	940	1,026
	Chile	519	526	1	395	995
	Francia	1,156	1,637	923	698	963
	Reino Unido	559	1,264	539	532	960
	Total	41,133	39,644	28,648	14,977	15,239
220430 Los demás mostos de uva						
	Japón	224	788	0	3,783	4,049
	Estados Unidos	1,587	0	84	2,631	3,046
	Canadá	145	18	458	836	935
	Rusia	577	213	579	226	575
	Total	3,125	1,020	1,496	8,675	10,131
Total Partida		128,248	154,623	145,198	159,135	155,136

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Tradstatweb

Realizando un análisis desagregado de las exportaciones argentinas se puede inferir una importante diversificación de la cartera exportable (exportó, en el 2001, a 76 destinos). Los principales mercados de nuestras exportaciones son Estados Unidos (22%), el Reino Unido (19%) y Japón (9%) (Ver Gráfico N° 7).

Asimismo, del análisis por regiones exportadas se puede observar que el principal destino de las exportaciones argentinas lo constituye Europa, con una participación porcentual del 39%, seguido por América del Norte con un 26%, América Latina con un 15% y por último Asia con un 10%.

Gráfico N° 7: Principales destinos de las exportaciones argentinas de Vinos (año 2001)



3.1. Análisis de las Exportaciones Argentinas por Provincia

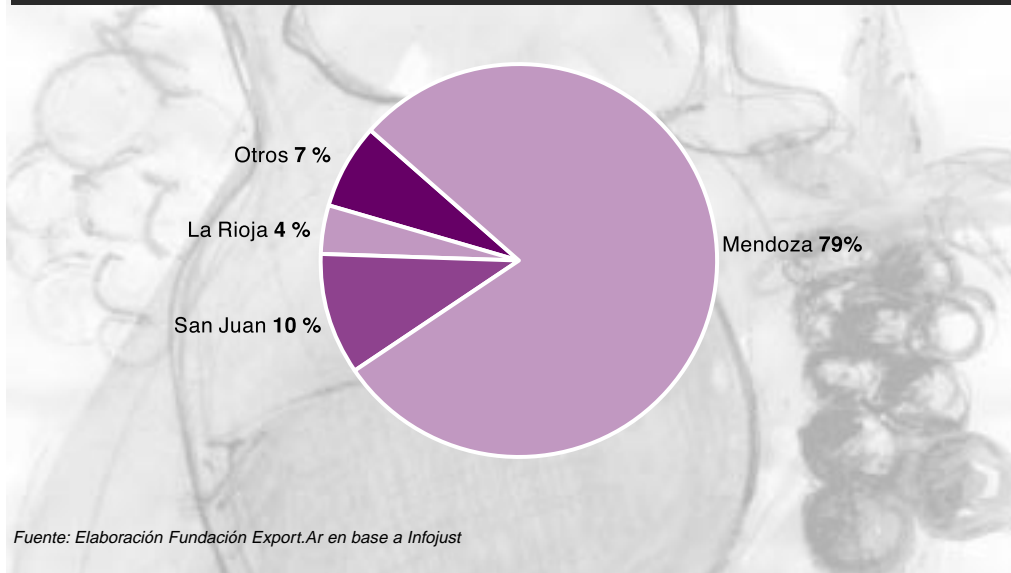
Habiendo analizado las posibilidades y potencialidades del mercado internacional del vino y el comportamiento de las exportaciones argentinas, a continuación se analizará el comportamiento de las provincias en las exportaciones argentinas.

En este sentido, se puede observar una significativa participación de las exportaciones argentinas en Mendoza, concentrando esta provincia el 80% de las exportaciones argentinas totales. En segundo lugar encontramos a San Juan, que concentra el 10% de las exportaciones, quedando para las demás provincias exportadoras el restante 10%.

Cuadro N° 13: Exportaciones Vitivinícolas por Provincias (en miles de dólares)

Posición Arancelaria	Provincia	1999	2000	2001	Participacion
220410 Vino espumoso					
	Mendoza	4,486	10,098	6,358	99.7%
	La Rioja	0	5	8	1%
	Buenos Aires	80	17	0	0%
	Total	4,578	10,179	6,372	100%
220421 Los demás vinos; mosto de uva en el que la Fermentación se ha impedido o cortado o añadiendo alcohol, en recipiente con capacidad inferior o igual a 2 lts.					
	Mendoza	92,424	101,307	99,873	80.90%
	San Juan	11,640	11,908	8,878	7.10%
	La Rioja	1,982	5,387	5,349	4.30%
	Entre Ríos	633	2,517	4,838	3.90%
	Salta	2,650	2,790	3,029	2.40%
	Total	110,446	125,304	123,394	100%
220429 Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol.					
	Mendoza	22,974	13,359	13,092	85.90%
	San Juan	5,339	1,233	802	5.20%
	La Rioja	302	242	308	2%
	Salta	16	119	39	0.20%
	Buenos Aires	0	24	28	0.10%
	Total	28,648	14,977	15,239	100%
220430 Los demás mostos de uva					
	San Juan	425	4,920	5,259	51.90%
	Mendoza	1,069	3,755	4,872	48%
	Total	1,496	8,675	10,131	100%
Total Partida		145.168	159.135	155.136	

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Infojust

Gráfico N° 8// Participación de las Provincias en las exportaciones de Vinos Argentinos // (año 2001)

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Infojust

Mendoza

Mendoza es la principal provincia exportadora de la región de Cuyo. En el año 2000 exportó por cifras cercanas a los 900 millones de dólares⁴ con una participación del 3,3% en las exportaciones argentinas totales. Las exportaciones de vino y mosto de uva de Mendoza alcanzan al 0,5% en las exportaciones totales.

Asimismo, en lo que respecta a la participación de la industria vitivinícola mendocina en las exportaciones totales argentinas, en el rubro manufacturas de origen agropecuario, rubro en el cual se encuentra el mayor volumen exportado de vino y mosto de uva, se puede observar que las mismas alcanzan una participación del 1,6%.

En cuanto a la participación de la industria vitivinícola en las exportaciones totales de Mendoza encontramos que ésta tiene una incidencia en el 14,3% de las exportaciones de la provincia. No obstante analizando el comportamiento y participación de las exportaciones de vino entre las exportaciones mendocinas en manufacturas de origen agropecuario, se puede observar una significativa participación (del 58,2%) del vino, en las exportaciones en este rubro.

En lo que respecta al análisis de las exportaciones mendocinas por región y país nos encontramos con que el principal destino de las exportaciones mendocinas es Europa con un 37,5% de las exportaciones totales, seguido por América del Norte (31,2%) y América Latina (14,2%) entre los principales destinos.

En cuanto a las exportaciones desagregadas por país se puede observar una preponderancia de las exportaciones en dos destinos principales, Estados Unidos (27,2%) y en el Reino Unido (16%) concentrando ambos el 43,2% de las exportaciones.

En el marco de las exportaciones de Mendoza, por bloque económico se puede observar que la significativa participación de Estados Unidos en las exportaciones mendocinas de vino y mosto de uva hace que la provincia de Mendoza tenga el índice más alto de participación entre todas las provincias argentinas en las exportaciones argentinas al NAFTA, alcanzando las exportaciones a dicho bloque una proporción del 28% de las exportaciones totales de la provincia. En este sentido las exportaciones argentinas totales al NAFTA alcanzaron 3.764 millones de dólares en el año 2000, siendo la participación de las exportaciones mendocinas de vino en dicho destino del 1%.

Cuadro N° 14: Exportaciones Vitivinícolas de la Provincia de Mendoza (en miles de dólares)

País	1999	2000	2001	Participación
Estados Unidos	20,090	32,879	33,855	27.2%
Reino Unido	18,561	20,631	19,902	16.0%
Japón	15,230	9,072	9,820	7.8%
Holanda	4,012	5,575	6,889	5.5%
Brasil	5,005	6,841	6,217	5.0%
Paraguay	10,841	8,074	5,556	4.4%
Alemania	6,141	5,585	5,467	4.4%
Canadá	3,447	5,389	5,105	4.1%
Uruguay	4,032	5,114	4,634	3.7%
Dinamarca	5,310	4,650	4,015	3.2%
Suiza	2,838	3,725	3,895	3.1%
Francia	1,571	1,644	2,036	1.6%
Rusia	579	628	1,635	1.3%
Irlanda	1,635	1,881	1,535	1.2%
Suecia	1,877	2,422	1,539	1.2%
Perú	1,355	1,210	1,416	1.1%
Otros	18,431	13,200	10,679	9.2%
Total	120,955	128,520	124,195	100%

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Infojust

4. Indec. Anuario Estadístico de la República Argentina 2001. Vol 17, Buenos Aires, Argentina.

San Juan

San Juan es la segunda provincia exportadora de la región de Cuyo. En el año 2000 exportó por 161,3 millones de dólares⁵, con una participación en las exportaciones totales argentinas del 0,6%. Asimismo, la participación de las exportaciones de vino sanjuanino, en las exportaciones totales argentinas de manufacturas de origen agropecuario, es del 0,22%.

En lo que respecta a la participación de las exportaciones de vino y mosto de uva en las exportaciones totales provinciales, se puede observar que las mismas alcanzaron durante el año 2000 el 11,1%. Las cifras surgen como significativas si se las compara con las exportaciones en el rubro manufacturas de origen agropecuario de San Juan, en donde la

participación de las exportaciones de vino tienen una incidencia del 37,5% en este rubro.

En cuanto al análisis de las exportaciones sanjuaninas por región y país se puede observar que la principal región de destino de las exportaciones es América del Norte (31,2%) seguida, por Europa (27,2%), Asia (24,2%) y en último lugar se encuentran las exportaciones a América Latina concentradas principalmente en las exportaciones de vinos de mesa a Paraguay y Uruguay.

Analizando las exportaciones por país se puede decir que los tres principales destinos (Estados Unidos 24,1%, Japón 23,1% y el Reino Unido, 18,1%) concentran el 65,3% de las exportaciones totales de vino sanjuanino.

Cuadro N° 15: Exportaciones Vitivinícolas de la Provincia de San Juan (en miles de dólares)

País	1999	2000	2001	Participación
Estados Unidos	1.375	3.133	3.605	24.1%
Japón	5.300	4.206	3.460	23.1%
Reino Unido	3.502	2.930	2.711	18.1%
Canadá	1.092	1.485	1.072	7.1%
Paraguay	1.144	938	682	4.5%
Uruguay	405	363	400	2.6%
Irlanda	483	557	362	2.4%
Suecia	515	596	284	1.9%
Jamaica	36	306	283	1.8%
Alemania	710	273	255	1.7%
Dinamarca	427	407	237	1.5%
Corea del Sur	16	43	174	1.1%
Puerto Rico	88	76	169	1.1%
Otros	2.312	2.748	1.246	9%
Total	17.405	18.061	14.940	100%

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Infojust

⁵ Indec. Anuario Estadístico de la República Argentina 2001. Vol 17. Buenos Aires, Argentina.pág 418 y 421

La Rioja

En lo que respecta a la participación de las exportaciones de vino y mosto de uva en las exportaciones totales de La Rioja (U\$S 149,3 millones)⁶ se puede observar que las mismas alcanzaron en el año 2000 una participación del 3,7% y en comparación con las exportaciones provinciales, de manufactura de origen agropecuario, la participación de las exportaciones de vino alcanzó el 4,5% de las exportaciones del rubro.

En cuanto al análisis de las exportaciones

por región y país, se destaca una fuerte concentración de las mismas en Europa (87,1%) - y en particular en el Reino Unido (79,1%) -, seguida por América Latina (10%), América del Norte (1,7%) y Asia (0,2).

De la observación de las exportaciones por países de destino surge que los dos principales destinos, Reino Unido (79,1%) y Dinamarca (6%) suman el 85,1% de las exportaciones lo cual representa una significativa concentración de las exportaciones en los destinos anteriormente señalados.

Cuadro N° 16: Exportaciones Vitivinícolas de la Provincia de La Rioja (en miles de dólares)

País	1999	2000	2001	Participación
Reino Unido	1.320	4.252	4.486	79.1%
Dinamarca	99	340	344	6.0%
Uruguay	263	255	212	3.7%
Perú	202	333	179	3.1%
Brasil	24	144	95	1.6%
Estados Unidos	0	31	77	1.3%
Ecuador	100	68	60	1.0%
Otros	277	212	214	4.2%
Total	2.285	5.635	5.667	100%

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Infojust

Salta

En el marco de las exportaciones totales de la provincia de Salta (U\$S 406,8 millones)⁷ la participación de las exportaciones de vino y mosto de uva alcanzó, en el año 2000, una incidencia del 0,7%. Asimismo, estableciendo una comparación con las exportaciones provinciales de manufactura de origen agropecuario, la participación de las exportaciones de vino salteño alcanzó la suma del 11,4% de las exportaciones del rubro.

En cuanto al análisis de las exportaciones

por región y país, se puede observar que las mismas se han concentrado principalmente en Europa con un 68,2% de la participación total, seguidos por América del Norte (18%) y América Latina (5%).

En lo que respecta al análisis por país, se infiere una significativa diversificación en comparación con las provincias anteriormente analizadas; en este sentido, los tres principales destinos (Reino Unido 16,6%, Holanda 10,9% y Canadá 10,7%) de las exportaciones del producto, concentran el 38,2% de las exportaciones totales de vino.

⁶ Indec. Anuario Estadístico de la República Argentina 2001. Vol 17, Buenos Aires, Argentina. pág 418 y 421

⁷ Indec; Op. cit

Cuadro N° 17: Exportaciones Vitivinícolas de la Provincia de Salta (en miles de dólares)

País	1999	2000	2001	Participación año 2001
Reino Unido	1,019	678	511	16.6%
Holanda	350	371	336	10.9%
Canadá	196	288	336	10.7%
Francia	0	13	243	7.9%
Dinamarca	0	130	233	7.6%
Irlanda	135	166	229	7.4%
Estados Unidos	196	167	224	7.3%
Suiza	43	115	201	6.5%
Alemania	89	222	161	5.2%
Bélgica	81	124	151	4.9%
Otros	570	635	433	15%
Total	2,679	2,909	3,068	100%

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a Infojust

3.2. Algunas consideraciones sobre el desarrollo de la industria de exportación de vinos en la Argentina

La apertura económica y el proceso de desregulación de la economía, iniciado durante la década de 1990, crearon las condiciones necesarias para la reconversión del Sector Vitivinícola Argentino. En este sentido, las inversiones de capital extranjero y nacional en el sector le otorgaron a la industria, a partir de 1995, un nuevo impulso mediante la incorporación de tecnología de punta y el refinamiento en el proceso de conformación final del vino.

De este modo, la producción nacional dirigida a la exportación procuró establecer productos de calidad con capacidad de competencia a nivel internacional y aceptación por los más exigentes mercados; es así como la producción y comercialización, para la comercialización externa de los vinos finos, fue reemplazando periódicamente a la de los vinos de mesa.

Las inversiones realizadas en el sector vitivinícola fueron destinadas principalmente a la compra de activos por parte de bodegas internacionales y grupos financieros, para luego enfocarse a la reconversión de la cepa, la mejora de la tecnología instalada y de las técnicas de

procesamiento, además de la utilización de financiamiento para la apertura de nuevos mercados. En este sentido, es relevante tener en cuenta la alta incidencia que tienen los gustos y hábitos alimenticios del consumidor, a la hora de la elección del producto.

La tecnificación de la industria vitivinícola y la incorporación de nuevas inversiones absorbieron, durante la década de 1990, el 7% de la inversión total en la Argentina. Ello repercutió en una mayor concentración en las bodegas productoras de vinos finos.

Por lo anteriormente señalado, las empresas del sector vitivinícola modificaron su perfil procurando establecer una estrategia de penetración en el mercado externo como fórmula de crecimiento.

En cuanto a la distribución regional de las bodegas nacionales se observa que el 70% se encuentra localizado en Mendoza, el 20% en San Juan, el 4% en Río Negro y el 2% en La Rioja, generando cerca de 45.000 puestos de trabajo.

A modo de síntesis y conclusión sobre las posibilidades de crecimiento y desarrollo del sector se presenta a continuación el siguiente análisis sobre las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades (análisis FODA)⁸:

⁸ Modelo desarrollado integralmente por la Secretaría de Agricultura de la Nación, Ing. Agr. Mercedes Nimo.

Fortalezas

- orientación creciente de las bodegas al mercado exportador.
- Excelente calidad de los vinos producidos, particularmente en relación precio/calidad.
- Aumento de la cantidad de vino fino exportado.

Debilidades

- Mantenimiento de oferta exportable constante debido a la poca experiencia del sector en la exportación.
- Cierta descoordinación de las bodegas en su accionar como representantes nacionales.
- Atomización de la ayuda estatal.

Oportunidades

- Crecimiento de la demanda mundial por vinos finos del nuevo mundo
- Apertura de nuevos mercados.

Amenazas

- Alta competencia entre los países emergentes.

4. Análisis de los Proveedores argentinos en el Mercado Internacional del Vino

Luego de analizar las potencialidades y posibilidades del sector, tanto a nivel nacional como provincial, se presentarán las principales marcas y bodegas exportadoras así como también los precios internacionales promedios de los productos argentinos en los principales mercados de exportación.

El Cuadro N° 18 muestra las principales bodegas y marcas exportadoras, así como también el precio promedio de venta en los principales mercados. Los mismos son presentados en forma descendente tomando el precio máximo.

Por su parte el Cuadro N° 19 muestra un ranking de las principales marcas y bodegas exportadoras durante el primer semestre del año 2002.

Cuadro N° 18: Principales Proveedores y Precio Promedio de los Principales destinos de Exportaciones Argentinas

Destino	Principales Proveedores	Precio Medio Fob por Botella
Francia	J. y F. Lurton Catena Zapata Chandon	U\$S 8.50
Holanda	Norton Finca Flichman Etchart	U\$S 8.20
Estados Unidos	Marcus James Trapiche Norton	U\$S 7.50
Canadá	Trapiche Trumpeter Marcus James	U\$S 7.50
Reino Unido	Argento Picajuan Santa Julia	U\$S 6.00
Brasil	Chandon Santa Ana Finca Flichman	U\$S 4.00
Paraguay	Uvita Toro Resero	U\$S 1.50
Precio Promedio		U\$S 6.17

Fuente: Elaboración y Datos IdePyME y la Asociación de Bancos Públicos y Privados de la República Argentina

Cuadro N°19: Ranking de las marcas exportadoras por valor FOB. Primer semestre de 2002

1. Trapiche
2. Norton
3. Marcus James (Fecovita)
4. Chandon
5. Santa Julia (La Agrícola)
6. Picajuan (La Agrícola)
7. Finca Flichman
8. Alamos (Catena Zapata)
9. Argento (Catena Zapata)
10. Catena (Catena Zapata)
11. Navarro Correas
12. Santa Ana
13. Bianchi
14. Río de la Plata (Etchart)
15. Trumpeter (Rutini)

Fuente: Elaboración y Datos IdePyME y la Asociación de Bancos Públicos y Privados de la República Argentina

5. Consideraciones Finales

El proceso de desregulación de la economía y del mercado de capitales a nivel nacional y la reconversión y tecnificación del sector vitivinícola le dieron a la industria un nuevo perfil productivo.

Hasta hace escasos siete años, el grueso de la producción argentina era destinada al mercado interno; y de lo que exportaba, la mayoría era vino a granel y común. Hoy, la depresión del mercado interno y las necesidades de afrontar costos en dólares, para mantener una alta calidad en el proceso de elaboración del vino, hacen del mercado externo una variante decisiva al momento de plantearse una estrategia de crecimiento para el sector.

De esta manera, es indispensable el trabajo mancomunado entre las diferentes bodegas y la contratación de profesionales que conozcan el mercado de destino como elementos esenciales para la inserción exitosa del vino argentino en los diferentes mercados. En este sentido, merece destacarse el esfuerzo que viene realizando el empresariado argentino en el Reino Unido. No obstante, es imprescindible elaborar un Plan Estratégico de desarrollo del sector, similar al encarado por Australia en el que participen los empresarios, las Cámaras del sector y el Estado.

Asimismo, surge como importante para el desarrollo exitoso en el exterior, la innovación constante y la adaptación a las nuevas realidades y demandas del sector. En este sentido, no es lo mismo producir un vino para personas que tienen un paladar habituado al consumo de comida mediterránea, que el que consume comidas orientales como la china, japonesa o coreana, entre otras.

El vino, por combinar los elementos más nobles de la naturaleza (suelo, clima y variedad) se ha convertido, a lo largo de los siglos, en un elemento cultural distintivo de las naciones y las regiones, constituyendo un elemento ineludible del prestigio y calidad nacional; fundamento de ello surge la nunca trillada frase *"El vino más que un producto es un embajador"*. Es por ello que en muchos casos el vino es asimilado a la ima-

gen del país como fiel reflejo de su tierra y de la gente que lo produce.

Además de generar divisas por la exportación, el sector vitivinícola puede generar divisas por el desarrollo de diferentes proyectos turísticos a través de los que los visitantes puedan establecerse en fincas en las que no sólo se pueda degustar de los vinos que se producen y la comida regional, sino también en las que se establezca un ambiente propicio para el contacto con la naturaleza y la práctica de deportes, asimilando al vino con el desarrollo y crecimiento sustentable regional.

Para finalizar, es importante señalar que se debe estimular al sector en la participación en Concursos Mundiales de vinos considerando que las revistas especializadas del sector producen artículos de referencia para las cadenas de supermercados, distribuidores, importadores, aerolíneas, hoteles y restaurantes de todo el mundo.

Tanto en el plano de la innovación del desarrollo turístico, como en la participación en forma exitosa en Concursos Internacionales de la industria es indispensable que las grandes empresas con intereses en mercados externos estimulen la conformación de bodegas familiares (artesanales) o Vinos de Autor con una muy alta calidad y pequeña producción ya que éstas son las que están acostumbradas a incursionar en nuevas variedades.

Elaboración: **Lic. Javier González Ojeda**

Fuente: Tradstatweb, Infojust, Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca, Embajada Argentina en el Reino Unido, INDEC, Programa de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía, Asociación Mundial de Periodistas y Escritores de Vinos y Licores, Oficina Internacional de la Viña y los Vinos (OIV), Revista LEOPyME, Año 3, N° 26, septiembre de 2002.