



DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES 2004-2012

Acreditación de la Coneau (Resolución 230/11)

Tesis para obtener el grado de

Doctora en Ciencias Sociales

Los impactos de la reestructuración económica en la clase capitalista:

la recomposición de la burguesía vitivinícola en la Provincia de

Mendoza (1990-2011)

Adriana Silvina Chazarreta

Directora: Carla Gras

Diciembre de 2012



FORMULARIO "E" TESIS DE POSGRADO

Este formulario debe figurar con todos los datos completos a continuación de la portada del trabajo de Tesis. El ejemplar en papel que se entregue a la UByD debe estar firmado por las autoridades UNGS correspondientes.

Niveles de acceso al documento autorizados por el autor

El autor de la tesis puede elegir entre las siguientes posibilidades para autorizar a la UNGS a difundir el contenido de la tesis:

- a) Liberar el contenido de la tesis para acceso público.
- b) Liberar el contenido de la tesis solamente a la comunidad universitaria de la UNGS:
- c) Retener el contenido de la tesis por motivos de patentes, publicación y/o derechos de autor por un lapso de cinco años.

a. Título completo del trabajo de Tesis: **Los impactos de la reestructuración económica en la clase capitalista: la recomposición de la burguesía vitivinícola en la Provincia de Mendoza (1990-2011)**

b. Presentado por (Apellido/s y Nombres completos del autor):
Chazarreta, Adriana Silvina

c. E-mail del autor:
adrianachazarreta@yahoo.com.ar/aschazar@ungs.edu.ar

d. Estudiante del Posgrado (consignar el nombre completo del Posgrado): **Doctorado en Ciencias Sociales UNGS-IDES**

e. Institución o Instituciones que dictaron el Posgrado (consignar los nombres desarrollados y completos):
**Universidad Nacional General Sarmiento (UNGS)
Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES)**

f. Para recibir el título de (consignar completo):
a) Grado académico que se obtiene: **Doctora**
b) Nombre del grado académico: **en Ciencias Sociales**

g. Fecha de la defensa: / /
 día mes año

h. Director de la Tesis (Apellidos y Nombres): **Carla Gras**

- i. Tutor de la Tesis (Apellidos y Nombres):
- j. Colaboradores con el trabajo de Tesis:
- k. Descripción física del trabajo de Tesis (cantidad total de páginas, imágenes, planos, videos, archivos digitales, etc.): 283 hojas (incluye formulario E)
- l. Alcance geográfico y/o temporal de la Tesis:
La tesis trata sobre la burguesía de la actividad vitivinícola en la Provincia de Mendoza, entre los años 1990-2011.
- m. Temas tratados en la Tesis (palabras claves):
Burguesía vitivinícola- capitales locales/nacionales- capitales extranjeros- recomposición- acción gremial empresarial- Provincia de Mendoza
- n. Resumen en español (hasta 1000 caracteres):

Esta tesis propone comprender la recomposición de la burguesía vitivinícola en Mendoza a partir de la reestructuración de la actividad que comienza a principios de los '90. Se ocupa tanto de las transformaciones económicas y productivas al interior de este grupo como de la forma de acción de la burguesía analizada desde las organizaciones empresariales, atendiendo a su actuación en los espacios estatales y a las demandas sobre el aparato estatal.

La investigación permite mostrar el peso relevante que en la estructura económica y social, aún conservan los sectores ligados a capitales locales y/o nacionales, pese al considerable ingreso de empresas transnacionales y extranjeras.

También logra exponer las nuevas formas de vinculación que establecen los diversos sectores de la burguesía de la actividad con el Estado, especialmente, a través de la conformación de espacios institucionalizados de encuentro entre las cámaras empresariales y las instituciones estatales. A su vez, estos espacios de alguna forma han servido para compensar el poder que podían ejercer directamente las grandes empresas (sobretudo, transnacionales) y para lograr un mejor posicionamiento de los sectores vinculados a los capitales locales y/o nacionales.

- o. Resumen en portugués (hasta 1000 caracteres):

Esta tese propõe compreender a recomposição da burguesia vinícola em Mendoza a partir da reestruturação da atividade que começa no início da década de 90. Ocupa-se tanto das transformações econômicas e produtivas no interior deste grupo como da forma de ação da burguesia analisada do ponto de vista das organizações empresariais, atendendo a sua atuação nos espaços estatais e às demandas sobre o aparato estatal.

A pesquisa permite mostrar o peso relevante que ainda conservam os setores ligados a capitais locais e/ou nacionais na estrutura econômica e social, apesar da considerável entrada de empresas transnacionais e estrangeiras.

Também logra expor as novas formas de vinculação que estabelecem os diversos setores da burguesia da atividade com o Estado, especialmente através da conformação de espaços institucionalizados de encontro entre as câmaras empresariais e as instituições estatais. Por sua vez, estes espaços de alguma forma têm servido para compensar o poder que podiam exercer diretamente as grandes

empresas (sobretudo transnacionais) e para atingir um melhor posicionamento dos setores vinculados aos capitais locais e/ou nacionais.

p. Resumen en inglés (hasta 1000 caracteres):

This thesis tries to understand the recomposition of the wine-making bourgeoisie in Mendoza since the restructuration process of the activity which starts at the beginning of the '90 decade.

The thesis deals with the economic and social transformations suffered by this group and with the forms of action of the bourgeoisie. These forms of action are analyzed by looking to their corporative organizations and paying special attention to their performance in the state spaces and their demands over the state.

This research allows to demonstrate that the sector linked to national and local capitals still preserves a relevant weight in the economic and social structure, in spite of the important entrance of foreign and transnational enterprises to the activity.

This thesis shows the new linking forms which are established between the different bourgeoisie sectors and the state, mainly through the conformation of institutionalized meeting spaces between the corporative organizations and the state institutions. These spaces have served to compensate the power exercised by the biggest enterprises (mainly, those of transnational capitals) and have allowed those sectors linked to national or local capitals to achieve better positions.

q. Aprobado por (Apellidos y Nombres del Jurado):

Firma y aclaración de la firma del Presidente del Jurado:

Firma del autor de la tesis:

Resumen

Esta tesis propone comprender la recomposición de la burguesía vitivinícola en la Provincia de Mendoza, a partir del proceso de reconversión de la actividad que comienza a principios de la década de 1990. Se inscribe en un acercamiento poco frecuente en los estudios de la(s) burguesía(s): por un lado, se plantea la importancia de conocer los movimientos al interior de estos grupos, sus dinámicas internas y productivas; y por el otro, sus prácticas políticas, analizándolas no solo a través de las organizaciones empresariales, sino también atendiendo a su actuación en los espacios estatales, y a las demandas que públicamente realizan las corporaciones empresarias de distinto grado sobre el aparato estatal.

La reconversión de la vitivinicultura se refiere a los cambios que sufrió este complejo agroindustrial a partir de la década del '90. Las principales transformaciones son la inserción en los mercados mundiales y el aumento de las exportaciones, un creciente flujo de inversiones extranjeras, la modernización tecnológica, cambios varietales y de manejo de los cultivos, la disminución del consumo de vinos comunes en el mercado interno y la expansión del consumo de vinos finos, una profundización de las relaciones de integración entre las etapas primaria y secundaria, la crisis de los sectores productores más pequeños y el surgimiento de nuevas actividades asociadas, como el turismo.

Dos son los argumentos que se desarrollan y se sustentan empíricamente en esta investigación. El primero se refiere al peso en la estructura productiva, económica y social que aún conservan los sectores ligados a capitales locales y/o nacionales. Si bien se ha producido un considerable ingreso de las empresas transnacionales y extranjeras (las cuales poseen, al mismo tiempo, importancia económica), la burguesía vitivinícola cuyo capital es local y/o nacional encuentra nuevas formas de estar presentes en la actividad, formas que no siempre son desventajosas, sino que muchas veces les permiten conservar posiciones de poder.

El segundo argumento se vincula a la relación que establecen los diversos sectores de la burguesía de la actividad vitivinícola con el Estado, desde los '90 pero, principalmente, a partir del 2000. La burguesía vitivinícola desarrolló nuevas formas de vinculación/articulación con el Estado en las cuales primaron los mecanismos formalizados. Asimismo, se plantea la conformación de nuevos ámbitos institucionales en los que sus cámaras empresariales y diversas instituciones estatales provinciales y nacionales han dado lugar a nuevas modalidades de influencia en la definición de los marcos normativos que regulan la actividad. A su vez, se sostiene que estos ámbitos institucionales han generado mejores condiciones para los sectores nacionales y locales, para contrarrestar en alguna medida el poder que pueden ejercer las grandes empresas (sobre todo, las transnacionales), en comparación con las históricas estrategias de *lobby* o presión corporativa.

El diseño de investigación se basa en una estrategia de triangulación metodológica, combinando técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos, y el uso de distintas fuentes de datos secundarias y primarias.

Abstract

This thesis tries to understand the recomposition of the wine-making bourgeoisie in Mendoza, since the restructuration process of the activity which starts at the beginning of the '90 decade. It is framed into an infrequent approach in the bourgeoisie studies: on the one emphasizes the importance of knowing the movements inside these groups, their internal and productive dynamics; on the other hand, the relevance of their political practices, analyzing them not only through the corporative organizations, but also paying attention to their performance in the state spaces and the demands which the corporative organizations of different degree make over the state apparatus.

The reconversion of wine production is referred to the changes which this agroindustrial complex suffered from the '90 decade onward. The main transformations are the insertion into world markets and the exportations increase; a growing flow of foreign investments; the technological modernization; changes in the varieties of grape produced and in crop management; the decrease of common wine consumption in the internal market and the expansion of fine wine consumption; the intensification of the vertical integration between the activity primary and secondary stages; the crisis of the smaller grape producers and the arise of new associated activities, such as tourism.

Two arguments in this research are developed and empirically sustained. The first one refers to the weight in the economic and social structure which sectors linked to local and/or national capitals still preserve. Although a considerable entry of transnational and foreign enterprises has been produced, the wine-making bourgeoisie linked to national/local capitals manage to find new forms of staying in the activity. These forms are not always disadvantages ones. In fact, these forms allow this sector of the bourgeoisie to conserve power positions.

The second argument is linked to the relation with the state which different sectors of the wine-making bourgeoisie established since the '90 decade, but mainly since 2000. The wine-making bourgeoisie developed new articulation forms with the state, in which formalized mechanisms had been of great importance. The conformation of new institutional spaces in which corporative organizations and several state institutions (both national and provincial) interact, is produced. In this way, these interactions have led to new influence modalities in the definition of normative frames which regulate the activity. This thesis sustains that these institutional spaces have generated better conditions for the national/local sector, in order for them to counteract (in some way) the power exercised by the large enterprises (mainly, the transnationals ones).

The research design is based on a methodological triangulation strategy, combining qualitative and quantitative data collection techniques and using several primary and secondary data sources.

Contenido

AGRADECIMIENTOS.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
I.1. Planteo del problema	13
I.2. Delimitación del objeto de estudio	16
I.3. Hipótesis y abordaje metodológico	18
I.4. Plan de exposición.....	21
CAPÍTULO 1. PROBLEMAS TEÓRICOS EN TORNO AL ESTUDIO DE LAS CLASES CAPITALISTAS	24
1.1. La burguesía como clase capitalista: la perspectiva clásica.....	26
1.2. Otras aproximaciones a los estudios sobre las clases dominantes.....	30
1.3. Perspectivas recientes sobre las clases sociales y la burguesía.....	34
1.4. La burguesía como objeto de estudio de las ciencias sociales en América Latina	40
1.4.1. Globalización y reconfiguración de las clases capitalistas.....	45
1.5. La organización gremial-empresarial de la burguesía y su relación con el Estado	53
1.6. Recomposición o reconversión de la burguesía.....	58
1.7. A modo de síntesis	59
CAPÍTULO 2. LA ACTIVIDAD VITIVINÍCOLA EN LA PROVINCIA DE MENDOZA	63
2.1. Características de la provincia de Mendoza.....	63
2.2. Sobre el origen y desarrollo de la burguesía vitivinícola mendocina	67
2.2.1. Primera etapa (1880-1930).....	68
2.2.2. Segunda etapa (1930-1980).....	75
2.3. Principales cambios en la vitivinicultura en las últimas décadas: la llamada reconversión vitivinícola.....	81
2.3.1. La emergencia de un “Nuevo Mundo Vitivinícola”.....	81
2.3.2. La reestructuración vitivinícola en la Argentina.....	85
2.3.3. Caracterización de los establecimientos vitivinícolas en la última década.	102

2.4. A modo de síntesis	109
CAPÍTULO 3. LAS EMPRESAS VITIVINÍCOLAS: RASGOS ACTUALES Y HETEROGENEIDADES INTERNAS	112
3.1. ¿Extranjerización de la burguesía vitivinícola? La globalización de la vitivinicultura.....	113
Fuente: procesamiento propio a partir de datos del CIP.	118
3.1.1. Concentración de mercado y tamaño de las empresas vitivinícolas	118
3.1.2. Una exploración inicial del proceso de recomposición de la burguesía vitivinícola.....	121
3.1.3. La burguesía vitivinícola y la generación de empleo: personal ocupado en los diferentes tipos de empresas.....	123
3.1.4. La burguesía vitivinícola y la compra de insumos en el mercado extranjero	125
3.2. La heterogeneidad interna de los diferentes sectores empresariales.....	126
3.2.1. Empresas antiguas, nacionales y mercado internistas	127
3.2.2. Nuevas empresas, nacionales y mercado internistas.....	129
3.2.3. Empresas antiguas, nacionales y predominantemente mercados internistas	130
3.2.4. Nuevas empresas, nacionales y predominantemente mercado internistas ..	132
3.2.5. Empresas antiguas, nacionales y con orientación exportadora	134
3.2.6. Nuevas empresas, nacionales y con orientación exportadora	135
3.2.7. Nuevas empresas, extranjeras y predominantemente mercado internistas .	136
3.2.8. Nuevas empresas, extranjeras y con orientación exportadora.....	137
3.2.9. Empresa antigua, extranjera y predominantemente mercado internista.....	138
3.3. A modo de síntesis	139
CAPÍTULO 4. EL INGRESO DE CAPITALES EXTRANJEROS A LA ACTIVIDAD VITIVINÍCOLA: RASGOS PRINCIPALES, ESTRATEGIAS DE INSERCIÓN Y COMPORTAMIENTOS DURANTE EL PROCESO DE RECONVERSIÓN	146
4.1. Las características del ingreso de inversiones extranjeras en la vitivinicultura.	146
4.2. Las diferentes formas de inserción de los capitales extranjeros y de los capitales transnacionales.....	157
4.3. A modo de síntesis	164
CAPÍTULO 5. EL CAPITAL NACIONAL EN EL CONTEXTO DEL PROCESO DE RECONVERSIÓN VITIVINÍCOLA	167

5.1. El ingreso de capitales nacionales en las últimas décadas.....	167
5.1.1. Formas de ingreso a la actividad.....	168
5.1.2. Formas del capital.....	172
5.1.3. La evolución del proceso de ingreso de capitales nacionales.....	175
5.2. El posicionamiento del capital nacional en el mercado externo.....	179
5.3. A modo de síntesis.....	193
CAPÍTULO 6. LA RECOMPOSICIÓN ECONÓMICA DE LA BURGUESÍA VITIVINÍCOLA.....	195
6.1. Entradas, salidas y persistencias.....	196
6.2. La perspectiva estructural en el análisis de los sectores de la burguesía vitivinícola.....	199
6.3. Una caracterización general de las distintas capas al interior de la burguesía vitivinícola.....	203
CAPÍTULO 7. LA ORGANIZACIÓN DE LA BURGUESÍA VITIVINÍCOLA Y SU RELACIÓN CON EL ESTADO EN LA DÉCADA DE LOS '90.....	206
7.1. El Estado y su relación con la actividad vitivinícola.....	207
7.1.1. Dimensión histórica.....	207
7.1.2. El escenario político-económico de la década de 1990.....	209
7.2. La representación gremial empresarial de la burguesía vitivinícola.....	211
7.3. Una nueva forma de intervención del Estado provincial: la articulación público–privada.....	214
7.4. A modo de síntesis.....	223
CAPÍTULO 8. LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE UN ÁMBITO ESPECÍFICO DE ARTICULACIÓN DE LA BURGUESÍA VITIVINÍCOLA CON EL ESTADO: LA CORPORACION VITIVINÍCOLA ARGENTINA.....	225
8.1. El surgimiento de la COVIAR.....	226
8.2. Las principales demandas empresariales y la toma de decisiones a partir del “consenso”.....	229
8.3. Principales proyectos desarrollados por la COVIAR.....	234
8.3.1. El Proyecto de Integración de Pequeños Productores a la Cadena Vitivinícola.....	237
8.4. A modo de síntesis.....	241
CONCLUSIONES.....	244

Referencias bibliográficas	255
Páginas web consultadas:	268
ANEXO I. FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS SECUNDARIOS.....	270
A.I.1. Base de datos de bodegas del Instituto Nacional de Vitivinicultura	270
A.I.2. Base de datos del Censo Industrial Provincial (DEIE).....	272
A.I.3. Base de datos sobre operaciones de capital en la vitivinicultura de Mendoza	273
A.I.4. Algunas consideraciones sobre los datos utilizados	274
ANEXO II. TRABAJO DE CAMPO	276

Índice de cuadros

Cuadro 2.1. Producto Bruto Geográfico. Valor Agregado Bruto por sectores, en pesos constantes y porcentaje. Mendoza. 2010.	66
Cuadro 2.2. Distribución de viñedos, superficie, elaboración de productos vitivinícolas y bodegas elaboradoras según provincia. Argentina. 2009.	67
Cuadro 2.3. Participación porcentual en el volumen de la producción mundial de vino y de exportación mundial de vino según regiones vitivinícolas. 1980-84 y 2009.	84
Cuadro 2.4. Producción de vino, exportación de vino y participación porcentual según países del nuevo mundo vitivinícola. 2011.	85
Cuadro 2.5. Consumo de vinos por habitante. Total país por tipo de vino. Serie años 1990-2010. En litros.	88
Cuadro 2.6. Ingresos del sector vinícola (vinos más mostos) en millones de pesos y porcentajes de productos según año. Mendoza. Años 1991-2003.	90
Cuadro 2.7. Evolución de la superficie con viñedos en has. Mendoza. Años 1979, 1990, 2000 y 2011.	93
Cuadro 2.8. Porcentaje de viñedos y superficie según estratos de tamaño. Mendoza. Años 1990, 2002 y 2009.	93
Cuadro 2.9. Superficie implantada con vid (en hectáreas) por año según calidad de la uva. Mendoza. Años 1990, 2000 y 2009.	94
Cuadro 2.10. Cantidad de bodegas inscriptas por año según zona y tasas de variación media anual. Mendoza. Años 1979, 1990, 2001 y 2009.	96
Cuadro 2.11. Elaboración de vino (en hectolitros) por año según zona y tasas de variación media anual. Mendoza. Años 1979, 1990, 1997 y 2009.	97
Cuadro 2.12. Evolución de las exportaciones de vinos según modalidad de envío- (en hectolitros y porcentaje). Argentina. Años 1999-2011.	98
Cuadro 2.13. Evolución de las exportaciones de vinos según modalidad de envío- (en miles de dólares y porcentaje). Argentina. Años 1999-2011.	99
Cuadro 2.14. Exportaciones de vino por modalidad de envío según tipo de vino (en hectolitros y miles de dólares). Argentina. 2011.	100
Cuadro 2.15. Ingresos del sector vinícola, en millones de pesos por participación de destino comercial según años. Mendoza. Años 1998-2010.	101
Cuadro 2.16. Tipo de establecimiento por cantidad y porcentaje. Mendoza. 2004 y 2011.	104
Cuadro 2.17. Tipo de establecimiento vitivinícola por elaboración promedio y cantidad total de elaboración de vino y mosto. Mendoza. 2011.	105
Cuadro 2.18. Tipo de establecimiento vitivinícola por tamaño (en porcentaje). Mendoza. 2011.	106

Cuadro 2.19. Tipo de establecimiento vitivinícola por zona (en porcentaje). Mendoza. 2011.	107
Cuadro 2.20. Tipo de establecimiento según producto exportado (en porcentaje). Mendoza. 2011.	109
Cuadro 3.1. Tipo de empresa vitivinícola según total de empresas vitivinícolas y ventas totales del año. Mendoza. 2002.	118
Cuadro 3.2. Tipos de empresas vitivinícolas por tamaño de las empresas según ventas. Mendoza. 2002.	120
Cuadro 3.3. Tipo de empresa vitivinícola según vinculación o control por otra empresa o grupo económico. Mendoza. 2002.	123
Cuadro 3.4. Tipos de empresas vitivinícolas por personal ocupado (total y porcentaje) y porcentaje de ventas en 2002. Mendoza.	125
Cuadro 3.5. Tipo de empresa vitivinícola según compra de insumos en el mercado extranjero. Mendoza. 2002.	126
Cuadro 4.1. Operaciones de capital realizadas en la vitivinicultura según período. Cantidad y porcentaje. Mendoza.	148
Cuadro 4.2. Operaciones de capital realizadas en la vitivinicultura según origen del capital. Porcentaje. Mendoza.	149
Cuadro 4.3. Operaciones de capital realizadas en la vitivinicultura según origen del capital por período. Porcentaje. Mendoza.	149
Cuadro 4.4. Operaciones de capital sólo extranjeros realizadas en la vitivinicultura según país de origen del capital. Porcentaje. Mendoza.	150
Cuadro 4.5. Operaciones de capital sólo extranjeros realizadas en la vitivinicultura según inserción sectorial del capital. Porcentaje. Mendoza.	153
Cuadro 4.6. Evolución de operaciones de capital sólo extranjeros realizadas en la vitivinicultura según forma del capital por período. Porcentaje. Mendoza.	156
Cuadro 4.7. Operaciones de capital transnacionales realizadas en la vitivinicultura según país de origen del capital. Porcentaje. Mendoza.	158
Cuadro 4.8. Operaciones de capital transnacionales realizadas en la vitivinicultura según inserción sectorial del capital. Porcentaje. Mendoza.	159
Cuadro 5.1. Operaciones de capital sólo nacionales realizadas en la vitivinicultura según forma del capital. Porcentaje. Mendoza.	172
Cuadro 5.2. Evolución de las operaciones de capitales sólo nacionales realizadas en la vitivinicultura según forma del capital por período. Porcentaje. Mendoza.	176
Cuadro 5.3. Operaciones de capitales sólo nacionales realizadas en la vitivinicultura según inserción sectorial del capital. Porcentaje. Mendoza.	176

Cuadro 5.4. Exportaciones argentinas de vinos por origen de capital de bodega, dólares FOB, precio promedio y volumen, según bodega exportadora. Valores acumulados entre enero-abril 2011.....	180
Cuadro 7.1. Presupuesto del Fondo Vitivinícola de Mendoza. Años 2004-2008 (en pesos corrientes).	221
Cuadro 8.1. Financiamiento del Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020 (en dólares).	229
Cuadro 8.2. Unidades Ejecutoras del PEVI 2020 por Presupuesto total, Solicitado a la COVIAR, Aporte de la contraparte (recursos propios de la Unidad Ejecutora) y aportes de otras instituciones.	235
Cuadro 8.3. Objetivos (estratégicos y transversales) por Presupuesto total, Solicitado a la COVIAR, Aporte de la contraparte (recursos propios de la Unidad Ejecutora) y aportes de otras instituciones.....	236
Cuadro 8.4. Grupos asociativos participantes del “Proyecto de Integración de Pequeños Productores a la Cadena Vitivinícola” por cantidad de grupos, productores admitidos, aportes no reembolsables (ANR) aprobados, contraparte (aporte del grupo asociativo) e inversión total según región y/o sector (al 31 de agosto de 2011).	238

Índice de gráficos

Gráfico 2.1: Elaboración de vino y producción de mosto de Argentina (en millones de hectolitros) según año (1989-2011).....	89
Gráfico 2.2. Porcentaje de ingreso de uva a bodega por modalidad de ingreso según año. Mendoza. Años 1979, 1990, 1997 y 1999-2011.	91
Gráfico 2.3. Porcentaje de superficie cultivada con vid por año según zona. Mendoza. Años 1979, 1990, 2001 y 2009.....	95
Gráfico 2.4. Porcentaje de bodegas según zona. Mendoza. Año 2009.....	96
Gráfico 2.5. Porcentaje de los ingresos del sector vinícola según destino comercial. Mendoza. Años 1998-2010.	101
Gráfico 2.6. Porcentaje exportado por tipo de establecimiento vitivinícola. Mendoza. 2011.	108

AGRADECIMIENTOS

Muchas personas han contribuido para que este trabajo se materializara. Por ello, quisiera expresar mi más profundo agradecimiento a Carla Gras, directora de esta tesis, por su lectura atenta de los diferentes productos parciales de esta tesis y sus numerosos comentarios, observaciones y sugerencias que la han enriquecido notablemente. También por haberme siempre apoyado y contenido.

No me alcanzan las gracias a Germán Rosati, por estar siempre, por contenerme y por realizar numerosas lecturas de los diferentes capítulos de esta tesis aportando siempre sugerencias teóricas y metodológicas pertinentes.

Además, también un colectivo de investigación ha colaborado en este trabajo. El Programa de Estudios Rurales y Globalización (PERyG) de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) ha constituido un espacio fructífero de discusión, debate e intercambio de diversos productos parciales de este trabajo, a partir de las lecturas y comentarios de sus integrantes (especialmente, Carla Gras, Valeria Hernández, Germán Rosati, Marcelo Panero, Luciana Manildo, Delia Ramírez y Carla Poth).

Desde el punto de vista institucional, tres fueron los organismos que ayudaron a la redacción de esta tesis. A los tres van los correspondientes agradecimientos. El Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) por las becas de posgrados que me permitieron una dedicación exclusiva a la tarea de redactar esta tesis de doctorado.

Quiero agradecer al Programa de Posgrado en Ciencias Sociales-Instituto de Desarrollo Económico y Social (UNGS-IDES) donde cursé mi doctorado por los aportes de los profesores en los diferentes seminarios y por los compañeros que conocí. Además, a Elizabeth Jelin quien también realizó aportes teóricos y metodológicos durante el proceso de investigación como coordinadora del seminario de tesis del programa de Doctorado IDES/UNGS.

También es necesario un agradecimiento especial para la Red de Investigación sobre Desigualdades Interdependientes en América Latina (desigualdades.net), particularmente a Bárbara Göebel. Mediante una estadía corta de investigación en la Universidad Libre de Berlín durante 2011 pude desarrollar, entre otros aspectos, las cuestiones relacionadas con el capital transnacional y sistematizar gran parte del material del trabajo de campo.

Asimismo debo reconocer el aporte valioso de dos organismos estatales que han sido fundamentales por la provisión de datos secundarios para la elaboración de esta tesis. En primer lugar, el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), especialmente a la Lic. Irma Cuello y al actual presidente Contador Guillermo García. En segundo lugar, a la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE), principalmente a Andrés Domínguez, a María del Carmen González, a Alejandra Santos y a mis excompañeros de trabajo y amigos que siempre estuvieron cuando los necesité tanto profesional como afectivamente.

También van las necesarias gracias a mi familia. A mi mamá Blanca por su amor y comprensión incondicional, a mis hermanos Carlos y María Laura, a Cintia y a mi sobrina Clarita que me hace desconectarme del mundo cuando estoy con ella. Además, ha sido muy importante también la contención en Buenos Aires de Jorge, Noemí y Agustín, por recibirme como una más de la familia.

Además, muchas otras personas colaboraron para que esta tesis se hiciera posible, principalmente, en la instancia de trabajo de campo, por eso mi reconocimiento a Verónica Cremaschi, a Raúl y Silvina Anfuso, a Anahí Argumedo, a Manuel Viera, a Mauricio Grotz, a Gisela Ríos, a Gustavo García, a Cintia y Oscar Caponi y a Jacki Bordón. También tengo que reconocer el gran apoyo de Gabriel Kessler, quien me facilitó mi inserción en Buenos Aires y la ayuda de Florencia Rodríguez, Jimena Aguirre, Delia Ramírez y Luciana Manildo, amigas y académicas que siempre colaboraron conmigo y me contuvieron cuando las necesité.

Por supuesto a mis amigas mendocinas de siempre por el cariño, la alegría y el apoyo constante: Silvina Anfuso y Jacki Bordón y a las “Guayaquiles” (Verónica Cremaschi, Nacha Peroni, Paula Daffra, Paula Llorens y Anahí Argumedo).

INTRODUCCIÓN

I.1. Planteo del problema

Nuestra investigación se enmarca en los procesos de reestructuración del capitalismo agrario en Argentina en las últimas décadas, vinculados a la globalización de las agriculturas. Así, consideremos los cambios que han tenido lugar en una actividad específica, la vitivinicultura mendocina, como un caso de estudio que permite iluminar procesos fundamentales de la creciente conexión de las actividades productivas a la economía globalizada y sus impactos en las clases capitalistas. Asimismo, este caso permite explorar las implicancias de estos procesos en un sujeto de relevancia histórica en cuanto a su poder económico y político en una provincia como Mendoza.

Entre los distintos y múltiples aspectos abordables de las transformaciones operadas en esta actividad vitivinícola agroindustrial, esta tesis doctoral se centra en uno que no ha sido abordado en la totalidad de sus determinaciones: nos referimos a los procesos de recomposición de uno de sus sujetos centrales: la burguesía. La investigación procura aportar elementos que permitan comprender cuáles han sido los modos en que las transformaciones generales de la actividad (proceso conocido en la bibliografía especializada como “reconversión vitivinícola”) afectaron a esta burguesía tanto en sus rasgos principales como en sus formas de organizarse y relacionarse con el Estado, y qué procesos de recomposición están en la base de su configuración actual.

De esta forma, con esta investigación pretendemos retomar y generar un aporte a los estudios en torno a dos problemas clásicos de la sociología. En primer lugar, sobre la relación entre poder y clases dominantes (específicamente, sobre el sujeto conceptualizado como burguesía). En segundo lugar, aportar al estudio de las reestructuraciones por las que atraviesa el capitalismo contemporáneo, las transformaciones en el agro y en los complejos agroindustriales, y aquellos procesos relativos al movimiento de la estructura agraria. Desde sus inicios como disciplina institucionalizada, la sociología argentina se interesó por el estudio de los grupos dominantes. Hacia los años '70, y en consonancia con el clima académico y político imperante en América Latina, la burguesía constituía un objeto de estudio relevante para comprender y explicar los problemas del (sub)desarrollo, la inestabilidad política y la dependencia económica de la región. Desde esta perspectiva, la burguesía era abordada

como un factor que podía impulsar o bien obstaculizar el desarrollo, según fueran los marcos teóricos en los que estos estudios se insertaban (Smith, 1986; Murmis y Portantiero, 1971; O'Donnell, 1975; Sidicaro, 1982; Sábato, 1988). Alrededor de los '90, se abren en Argentina dos vertientes en los estudios de esta clase social: una, enfocada en las organizaciones empresarias y su relación con el régimen político (Acuña, 1992; Palomino, 1987; Viguera, 2000, entre otros) y otra centrada en las transformaciones de la estructura económica, referentes de esta línea son los trabajos del Área de Economía y Tecnología de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), como los de Azpiazu, Basualdo y Khavisse, 1986 o Basualdo y Khavisse, 1993.

De este modo, aparece como una relativa carencia, el análisis integrado de ambas dimensiones: económica y política. En tal sentido, esta investigación se inscribe en un acercamiento poco frecuente en los estudios de la(s) burguesía(s): por un lado, se plantea la importancia de conocer los movimientos al interior de estos grupos, sus dinámicas internas y productivas; y por el otro, sus prácticas políticas, analizándolas no solo a través de las organizaciones empresariales, sino también atendiendo a su actuación en los espacios estatales, y a las demandas que públicamente realizan las corporaciones empresarias de distinto grado sobre el aparato estatal o lo que Castellani (2007:16) denomina “prácticas institucionalizadas”.

Abordar esta temática significa restituir un tema clásico de la sociología. En la década de 1990 en Argentina -década en que se profundizó la distribución regresiva de la riqueza y la influencia sobre el Estado de grandes grupos económicos- las investigaciones se caracterizaron por un cierto grado de indiferencia frente a los privilegiados de esas reformas (Heredia, 2005), priorizándose los estudios sobre la pobreza, las clases medias, los movimientos sociales de resistencia, etc. Por su parte, el estudio reciente sobre las burguesías agrarias en el país se ha centrado mayormente en la región pampeana (Pucciarelli, 1986; Barsky y Pucciarelli, 1997; Basualdo y Khavisse, 1993; Gras y Hernández, 2009, entre otros), lo que refleja la importancia productiva de esta zona. Si bien existe una importante tradición historiográfica sobre las burguesías agrarias regionales, se observa cierta carencia de investigaciones actuales sobre estas clases.

El caso seleccionado nos permite estudiar a una burguesía agroindustrial en una economía regional, la vitivinicultura. Los cambios operados en esta actividad no se asemejan totalmente a lo sucedido en otras provincias argentinas: en efecto, no ha habido en Mendoza cambios en el uso del suelo semejantes a los operados en las provincias pampeanas o incluso en las regiones del norte, como consecuencia del avance de la soja, sino una

reconfiguración de su estructura y dinámica socio-productivas. La vitivinicultura se concentra, en la actualidad en un 70% en esta provincia (respecto a bodegas y superficie cultivada con vid del total del país), permitiendo estudiar a esta fracción de la burguesía agroindustrial en un espacio geográfico relativamente acotado.

Azpiazu y Basualdo entienden la reconversión económica como “una modificación en el proceso tecno-productivo y en la importancia relativa de los distintos segmentos de mercado así como de los agentes económicos que actúan en los mismos” (2001: 191). En este sentido, podemos señalar que entre las principales transformaciones asociadas a la reconversión vitivinícola, se destacan la creciente inserción de la producción en los mercados mundiales y el aumento de las exportaciones; el incremento de las inversiones extranjeras; la innovación tecnológica en las distintas etapas productivas; cambios varietales y en el manejo de los cultivos; la disminución del consumo interno, especialmente de vinos comunes y paralelamente, la expansión del consumo de vinos finos; la mayor integración vertical entre la producción agraria y las etapas de elaboración industrial y comercialización; el surgimiento de actividades asociadas, como el enoturismo; y la crisis de los productores más pequeños (Bocco, 2007; Azpiazu y Basualdo, 2001; Richard-Jorba, 2008a). Otro rasgo destacado de la reconversión vitivinícola es la diferenciación de productos y de gamas a partir de nuevos criterios de calidad.

En ese sentido, las características de la reconversión vitivinícola son las propias de la lógica del llamado modelo de “agronegocios”. Este modelo, encontró anclaje local de manera paradigmática en el desarrollo de la soja, aunque también se expandió a otros sistemas productivos (Giarracca, 2006; Gras y Hernández, 2009). Entre otros rasgos, importa aquí subrayar que la expansión del agronegocio implica la adopción de paquetes tecnológicos, nuevas formas de gestión de los recursos productivos, humanos y cognitivos, y la multiplicación de espacios de rentabilidad, que tienen como horizonte a un tipo de consumidor global (Gras y Hernández, 2009).

La vitivinicultura combina la producción de los dos grupos estratégicos del agronegocio: los *commodities* y los *specialities*. Los *commodities* carecen de identidad propia, diferenciada, en el mercado, tienen poco valor agregado y un ciclo de vida largo, como es el caso de los cereales y las oleaginosas. El destino de los *commodities* es el abastecimiento de insumos a la industria agroalimentaria o atender mercados masivos y la estrategia de negocios es de "bajo costo", es decir, tiene como objetivo obtener los productos al más bajo costo de producción posible. Las claves para competir son la constitución de economías de escala y el aumento de la productividad para lo cual, el

énfasis debe estar puesto en el "cómo hacer" (*know-how*) y en las tecnologías de proceso (Hernández, 2009). El precio es impuesto por el mercado y son tomadores de precios. Para el caso de estudio, corresponderían a esta clasificación los vinos comunes o genéricos y el mosto (sulfitado y concentrado).

En cambio, los *specialities* son diferenciados, es decir, con identidad propia frente al cliente, tienen alto valor agregado y el ciclo de vida es corto. Se comercializan con marcas o protegidos por una indicación geográfica. Son diferenciados por los consumidores que enfatizan su preferencia por los sabores, olores y colores particulares que distinguen a estos productos. La estrategia de negocios se basa en la innovación permanente, no ya teniendo como objetivo el aumento de la productividad y la reducción de costos como en los *commodities*, sino generar productos cada vez más diferenciados, orientados a segmentos de mercado cada vez más específicos. Así, las claves para construir ventajas competitivas son la creciente especialización y la innovación, que no se limita al plano tecnológico sino que se extiende a la gestión y al manejo profesionalizado del capital y del trabajo (Hernández, 2009). Los productores de *specialities* son reconocidos como formadores de precios. En la vitivinicultura poseen estas características los llamados vinos finos, que incluyen a los espumantes.

En definitiva, el marco general de esta tesis son los procesos de reestructuración del capitalismo contemporáneo y las transformaciones en el sistema agroalimentario mundial, iniciado en la década de los '70 y profundizado en los '80 y '90. Una dimensión de análisis fundamental para nuestra investigación se refiere al lugar que ocupan las burguesías de capitales locales o nacionales, ante el ingreso de grandes empresas transnacionales y extranjeras, cómo ello impacta en términos de la configuración actual de la burguesía en su conjunto, cómo se posicionan los distintos sectores en el mercado (tanto interno como externo) y cómo se relacionan con Estado. No obstante la posición periférica y dependiente de la Argentina, la centralidad que cobran los capitales extranjeros no se traduce necesariamente en la incapacidad de las burguesías locales de constituirse como sujetos económicos y políticos, con cierta autonomía. El problema, en todo caso, es el estudio y el análisis de cada situación concreta a los efectos de esclarecer las posiciones y relaciones de estos sujetos locales o nacionales con respecto al capital transnacional.

I.2. Delimitación del objeto de estudio

Una primera aclaración que debe tenerse en cuenta en relación a nuestro objeto de estudio es la que refiere a la escala de análisis. En el caso de estudio analizado, el interés se centra en una burguesía circunscripta a un territorio determinado y a una rama de actividad específica. Resulta necesario, entonces, establecer los niveles que permiten pasar de análisis “mundiales” o “nacionales” a escalas locales, construyendo un objeto de estudio más acotado.

Un primer nivel de análisis, entonces, son los procesos globales, especialmente, la internacionalización/transnacionalización del capital, de particular relevancia para nuestro estudio. Pero estudiar el impacto de estos procesos supone abordar escalas de análisis menores, que permitan comprender cómo se traducen esas tendencias en un campo microsocial determinado. Pues, un segundo nivel está dado por el contexto nacional, en donde debemos considerar los cambios económicos y políticos ocurridos desde mediados de los años 70, que se profundizan de manera paradigmática en los '90, y específicamente, lo ocurrido en las producciones agrarias y agroindustriales, en general.

Un tercer nivel de análisis es la estructura del complejo agroindustrial vitivinícola, sus sujetos y las relaciones que establecen con el Estado nacional y provincial. De este modo, nos proponemos analizar el modo en que tendencias globales y nacionales anclan en un campo social determinado. En esta tesis, ese campo es recortado analíticamente a partir de la conceptualización de la vitivinicultura como un complejo agroindustrial. Esta perspectiva permite analizar las diferentes relaciones técnicas, económicas y sociales que se establecen entre los sujetos en las diferentes etapas del proceso de producción, e identificar sus núcleos o polos integradores, es decir, aquellas etapas y agentes que pueden determinar las condiciones de producción del resto de las etapas o eslabones productivos y de los agentes que en ellas participan. En el caso de la vitivinicultura, ese núcleo está constituido por las bodegas: estos establecimientos influyen en las condiciones de producción de los agentes ubicados “aguas abajo” del complejo (esto es, los productores de uva) y “aguas arriba” (el acondicionamiento y la comercialización). Cabe señalar, que como en todo proceso de intensos cambios tecnológicos y de mercado, la posición del núcleo resulta afectada, y en el caso de la vitivinicultura puede observarse el creciente poder de determinación que logran en las últimas décadas (y disputan a las bodegas), los supermercados o las grandes empresas comercializadoras.

En el nivel más concreto, se encuentra el análisis de los cambios en la actividad vitivinícola en los límites espaciales de la Provincia de Mendoza y el estudio de un sujeto en particular: la burguesía vitivinícola.

La aproximación al estudio de la burguesía en esta tesis doctoral se basa en la reconstrucción de su anclaje estructural (en tanto consideramos las dimensiones de la propiedad y del control de los medios de producción) y conjuntamente, relacional. Es por ello que se hace especial énfasis en las diferenciaciones entre capas y al interior de las mismas, tal como se expresan en el tamaño de las empresas, las características de los recursos que controlan y las formas de organización socio-productiva de las mismas. En términos de Poulantzas (2005) el análisis se concentró en el *lugar* del capital y en los poderes que de ese lugar se derivan, más que en los *agentes* del capital (los individuos). Las empresas que consideramos son aquellos establecimientos vitivinícolas que se dedican a la elaboración, fraccionamiento y/o comercialización de vino y/o mosto. Si bien en un sentido estricto, estas empresas formarían parte de la fracción industrial de la burguesía, por la particularidad de ser una actividad tan relacionada con la producción agraria (ya sea a través de la producción de uva en viñedos propios o de mecanismos de compra-venta típicos de situaciones de integración/articulación vertical) resulta más adecuado definir a la burguesía vitivinícola como parte de la burguesía agroindustrial. En otras palabras, su dinámica está fuertemente conectada con la dinámica agraria más que con la de otros sectores industriales. Vale aclarar, que la burguesía que estudiamos, se encuentra en una posición subordinada en relación con la burguesía agraria y agroindustrial de la zona pampeana, la cual es la más importante a nivel nacional. De todas formas, el estudio de la burguesía vitivinícola tiene relevancia e interés teórico y empírico debido a su importancia a nivel regional y, específicamente, a nivel provincial.

I.3. Hipótesis y abordaje metodológico

A continuación precisaremos algunas cuestiones respecto a las categorías que utilizamos en esta tesis y a algunos aspectos metodológicos.

Dos son las hipótesis principales que guían esta tesis. La primera se refiere al peso que aún conservan los sectores ligados a capitales locales o nacionales en la estructura productiva, económica y social. En efecto, si bien se ha producido un considerable ingreso de empresas transnacionales y empresas extranjeras, el argumento que desarrollaremos a lo largo de la tesis, y que sustentaremos empíricamente, es que la burguesía vitivinícola cuyo capital es local y/o nacional encuentra nuevas formas de estar presentes en la actividad, formas que no siempre son desventajosas, sino que muchas veces les permiten conservar posiciones de poder con relación a las recientemente arribadas empresas

extranjeras. En otras palabras, nuestra hipótesis reconoce la importancia de esta presencia y los cambios que ha motorizado, pero discute con aquellas perspectivas que enfatizan la expulsión o pérdida de importancia de los capitales nacionales o locales, para precisamente indagar en los modos en que, aún en condiciones de pérdida de poder, logran persistir.

La segunda hipótesis se vincula a la relación que establecen los diversos sectores de la burguesía vitivinícola con el Estado en las últimas décadas, pero particularmente desde 2000. Plantearemos que la burguesía desarrolló nuevas formas de vinculación/articulación con el Estado en las cuales primaron lo que retomando a Castellani (2007) podemos denominar “prácticas institucionalizadas”. Asimismo, plantearemos la conformación de nuevos ámbitos institucionales en los que sus cámaras empresariales¹ y diversos organismos estatales provinciales y nacionales han dado lugar a nuevas modalidades de influencia en la definición de los marcos normativos que regulan la actividad. En ello también han tenido relevancia los cambios en el rol del Estado en la actividad (especialmente, el Estado provincial), lo cual permite cuestionar visiones que lo caracterizan como un Estado ausente. A su vez, sostendremos que estos ámbitos institucionales han generado mejores condiciones para los sectores nacionales y locales, para contrarrestar en alguna medida el poder que pueden ejercer las grandes empresas (sobre todo, las transnacionales), en comparación con las históricas estrategias de *lobby* o presión corporativa.

Por último, nos referiremos a la estrategia metodológica empleada. La caracterización de la burguesía se realizó a través de sus empresas. Esta decisión se basó en la necesidad de centrar la mirada en el “lugar” del capital y no en los agentes o en los individuos mismos. En efecto, una mirada centrada en los agentes (los empresarios individuales) conllevaba el riesgo de perder de vista su ubicación en la trama de la actividad, y en este sentido, sobrestimar las particularidades existentes en cada caso, atribuyéndolas a capacidades específicas. Si bien, como veremos, al interior de cada sector o franja de la burguesía existen niveles importantes de heterogeneidad, nuestra perspectiva buscó encontrar ciertas regularidades en función de las posiciones en la estructura, que permitieran hacer inteligible tal heterogeneidad, tanto en el caso de empresas que partiendo de condiciones similares hubieran seguido trayectorias bien

¹ Vale aclarar que en esta tesis se enfocará, especialmente, en la organización empresarial del sector vitivinícola, en función del carácter de los empresarios como “productores” (Acuña, 1995: 10).

diferentes, o por el contrario, que partiendo de condiciones diferentes hubieran “arribado” a una misma posición.

Asimismo, esta elección consideró los problemas que para la identificación de las clases capitalistas surgen a partir del creciente proceso de separación entre la propiedad y el control y gestión del capital. Al centrar la mirada en las relaciones productivas y no en los individuos puede verse que las modalidades concretas de acumulación de capital se realizan en empresas basadas en la explotación de trabajo asalariado en las diversas etapas. En todo caso, la diferenciación de las funciones de propiedad y de gestión del capital, complejiza las formas que asume la reproducción del capital y los sujetos que son fundamentales para ello, que ya no implican solamente la díada patrón/asalariado sino que involucra nuevos tipos de asalariados cuya función en el proceso de acumulación no es asimilable –al menos no enteramente– a la creación de plusvalor mediante la explotación de su trabajo. Así, si bien no siempre coinciden en los mismos individuos las funciones de propiedad y control del capital, al concentrar la mirada en las unidades productivas (empresas) puede tenerse una visión completa del sistema de relaciones sociales.

Como destacamos nuestra estrategia metodológica combinó el análisis cuantitativo y cualitativo. Así, en primer lugar, realizamos procesamientos propios de dos bases de datos correspondientes a organismos públicos: el Censo Industrial Provincial 2002/2003 realizado por la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE) dependiente del Gobierno de Mendoza y cuya unidad de análisis es la empresa y una base de datos registrados por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), cuya unidad de análisis es la bodega. A partir de los datos censales, construimos una tipología de empresas vitivinícolas, que nos permitió ordenar posteriormente el resto de la información relevada.

En segundo lugar, elaboramos una base de datos sobre operaciones de capitales realizadas en la vitivinicultura (a partir de la revisión de información periodística, páginas web, datos relevados en nuestro trabajo de campo e información que aparece en la bibliografía sobre el tema) sobre transferencias de propiedad, venta de acciones e inversiones en la actividad, que analizamos teniendo en cuenta los diferentes tipos de empresas identificados a partir de la tipología.

Asimismo, relevamos información cualitativa a través de entrevistas a propietarios y gerentes de bodegas. En total, realizamos 22 entrevistas en profundidad, que tuvieron como unidad de análisis a las empresas. La muestra fue guiada por criterios teóricos, en

tanto buscamos cubrir empresas que cumplieran con las características de los tipos identificados. Además de permitirnos recabar información no relevada por el Censo, las entrevistas tuvieron como objetivo conocer las trayectorias empresariales recientes.

El trabajo de campo cualitativo se completó con la realización de otras 16 entrevistas que tuvieron como unidad de análisis a las cámaras empresariales, a organizaciones estatales como el Instituto Nacional de Vitivinicultura y a la Corporación Vitivinícola Argentina y fueron realizadas a miembros directivos de las mismas. Estas entrevistas tuvieron como propósito relevar información sobre la trayectoria y organización de las entidades, los sectores que representan y sus formas de acción en los distintos espacios en que participan. Asimismo, recopilamos información de fuentes secundarias como artículos periodísticos, y diferentes materiales institucionales de las propias organizaciones.

El diseño de investigación se basa, entonces, en una estrategia de triangulación metodológica, que combinó técnicas de análisis cuantitativos y cualitativos, y el uso de distintas fuentes de datos secundarios y primarios. En cada capítulo explicaremos con mayor detalle las técnicas de investigación utilizadas y su forma concreta de implementación en esta investigación. Al final, agregamos dos anexos metodológicos en donde desarrollamos con detalle las características de las fuentes utilizadas y los datos cuantitativos utilizados (Anexo I) y las características del relevamiento de datos cualitativos (Anexo II). El marco temporal de nuestra investigación abarca el período que va desde fines de la década de 1980 a la actualidad, con especial atención en el período 2002-2011.

I.4. Plan de exposición

Esta tesis está organizada en ocho capítulos. En el primero de ellos expondremos las principales categorías, aspectos y nudos conceptuales que utilizamos y abordamos en la investigación: la burguesía como clase dominante; las transformaciones de la clase burguesa en el contexto de la globalización; la relación entre las franjas locales/nacionales de la burguesía y los capitales extranjeros y transnacionales y la organización política-gremial de la burguesía y su relación con el Estado.

El segundo capítulo tiene como objetivo abordar, a partir de la bibliografía existente, algunos aspectos históricos de la burguesía vitivinícola. De esta forma, presentaremos una aproximación a la génesis histórica y al estado de la burguesía vitivinícola en los momentos previos al proceso de reconversión. En este capítulo trataremos, asimismo,

las diferentes etapas del desarrollo de la vitivinicultura en Mendoza (desde fines del siglo XIX hasta fines de la década de 1980), concentrándonos en dimensiones como el acceso a la propiedad, el origen del capital, el rol del Estado, el tamaño de las empresas, la orientación del mercado, etc. Se explicarán, además, los cambios operados en los mercados y la producción vitivinícola a nivel mundial, y el lugar en el cual queda posicionada Argentina. Para cerrar el capítulo, desarrollaremos los procesos que forman parte de la llamada reconversión vitivinícola, a partir de los datos estadísticos disponibles y de los antecedentes bibliográficos existentes.

En el tercer capítulo analizaremos una serie de datos estadísticos con una mirada integral y agregada de las empresas. Presentaremos la tipología de empresas vitivinícolas que construimos a partir de procesamientos propios de la base de datos del Censo Industrial Provincial 2002/2003. Además en este capítulo, incorporaremos a esta primera caracterización de las empresas, el material cualitativo registrado a través de las entrevistas. De esta forma, el capítulo tiene como objetivo registrar las diferencias entre los distintos tipos de empresas y sus heterogeneidades internas. A su vez, la construcción y análisis de la tipología permite ofrecer una evaluación de la influencia y el alcance de algunas de las principales transformaciones del proceso de reconversión vitivinícola, en especial en lo que refiere a la inserción de capitales extranjeros y al problema del desplazamiento y persistencia de los sectores preexistentes.

En el cuarto capítulo, retomaremos el fenómeno del ingreso de capitales extranjeros para analizarlo con mayor profundidad. En particular, nos detendremos en conocer su relevancia en el total de inversiones nuevas, así como sus estrategias de desembarco y las formas de inserción en la actividad. Además, intentaremos identificar y delimitar la porción de los capitales extranjeros que corresponden específicamente a capitales transnacionales (con estrategias de producción y gestión de carácter global). El capítulo se basa en el análisis de dos fuentes de datos: la base de elaboración propia de operaciones de capitales realizadas en la vitivinicultura que incluye transferencias de propiedad, venta de acciones e inversiones y las entrevistas correspondientes a empresas transnacionales y/o extranjeras.

El capítulo cinco, se abocará a la trayectoria y el posicionamiento de los capitales locales y/o nacionales en la actividad vitivinícola, considerando tanto a las “antiguas” empresas –es decir, aquellas presentes en la actividad con anterioridad al punto inicial de recorte de nuestro marco temporal– como a las nuevas empresas que ingresan durante el período estudiado. El análisis se basa, también, en dos fuentes de datos: la

base de elaboración propia sobre operaciones de capitales que mencionamos anteriormente y las entrevistas correspondientes a empresas locales y/o nacionales.

A partir de estos tres capítulos anteriores, en el sexto capítulo presentaremos una síntesis integradora de la dinámica de las transformaciones que se han producido en la burguesía vitivinícola de Mendoza desde los años '90.

Los dos últimos capítulos tienen como propósito analizar las formas de vinculación de la burguesía vitivinícola con el Estado, especialmente en las dos últimas décadas. Específicamente, en el capítulo siete abordaremos dos problemáticas: 1) las políticas económicas que se implementaron desde la década de los '90 (especialmente por el Estado nacional) y que impactaron o influyeron en la actividad vitivinícola en su conjunto; y 2) los cambios que se dan entre la vinculación de la burguesía con el Estado, principalmente provincial, focalizando para ello en la emergencia de espacios institucionalizados de participación conjunta a partir de la creación de entes mayoritariamente mixtos.

En el capítulo octavo abordaremos el caso específico de la Corporación Vitivinícola Argentina, organización pública no estatal, cuyo directorio está conformado por doce entidades gremiales empresariales y cinco representantes de instituciones estatales. La Corporación nos servirá como analizador de las relaciones de fuerza a nivel corporativo de los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola. Constituye un observable que intenta superar ciertas dificultades en el análisis de la acción político-corporativa de los sectores de la burguesía².

En las conclusiones sintetizaremos los principales resultados alcanzados, los aportes centrales y las líneas de investigación que a partir de ellos se abren. Por último, en los dos anexos desarrollaremos precisiones referidas a la construcción de la base empírica de esta investigación.

² Una de las mayores dificultades para el análisis de la acción política de la burguesía reside en que, a diferencia de los sectores populares, rara vez utilizan la acción directa como medio de disputa. En efecto, asumen modalidades mucho menos visibles: presiones y *lobbys* sobre funcionarios estatales y políticos, *lock out* y desinversión, para nombrar algunos de los más típicos.

CAPÍTULO 1. PROBLEMAS TEÓRICOS EN TORNO AL ESTUDIO DE LAS CLASES CAPITALISTAS

El objetivo de este capítulo es presentar el marco teórico de esta tesis, aclarar algunos conceptos que se utilizarán en los capítulos posteriores y presentar los debates teóricos en los que se inserta nuestra investigación.

Ante los cambios que se han producido dentro del capitalismo contemporáneo y la dimensión global de la acumulación capitalista, las preguntas que ordenan nuestra tesis son las siguientes: ¿qué ocurre con la burguesía inserta en una agroindustria determinada, localizada regionalmente? ¿Cuáles son las tensiones y alianzas que surgen entre los diferentes sectores al interior de la burguesía vitivinícola? ¿Qué papel juega el Estado en ese contexto? ¿Cómo se reorganizan los distintos sectores para vincularse con y actuar frente al Estado? ¿De qué manera la burguesía puede establecer y demandar determinadas medidas que la favorezcan, ya sea a su actividad económica en conjunto o a algunos sectores al interior de esta actividad?

De este modo, esta tesis se inserta en dos campos de debate. El primero refiere a las implicancias y alcance del ingreso de capitales extranjeros y de grandes corporaciones transnacionales en la producción agraria, la minería o los hidrocarburos. Si bien hay trabajos que registran estas situaciones, hay interrogantes que no siempre son abordados, tales como la situación en que quedan los capitales nacionales, la medida en que son subordinados o expulsados o bien cómo y en qué medida pueden generar formas de posicionarse, no del todo desventajosas. En otras palabras, el ingreso de sujetos extranjeros parece homologarse rápidamente a la expulsión de los sujetos nacionales, en particular, los medianos y pequeños. En esta tesis, consideraremos que esta cuestión no ha merecido la suficiente atención, cuando en diferentes estructuras productivas, si bien en menor número, estas empresas siguen presentes. En este sentido, no solo consideramos las estrategias productivas y lógicas de acumulación de los diversos sectores sino también sus formas de acción política y particularmente sus modos de demandar al Estado.

El segundo se vincula con el papel del Estado, específicamente, los mecanismos a través de los cuales el Estado regula, determina, influye las condiciones de desarrollo de diferentes actividades económicas. La mirada de muchos de los estudios realizados en el contexto de la implementación de las políticas neoliberales en los '90 tendió a asimilar

la desregulación con “ausencia” del Estado; por otra parte, el cambio de orientación de las políticas económicas luego de 2001, generaron la mirada opuesta, resaltando el amplio rol regulador e interventor del Estado. Nuestro punto de partida se aleja de este tipo de visiones dicotómicas para explorar las prácticas del Estado a través de los marcos normativos generados y de las instituciones que ha creado.

Desarrollaremos este primer capítulo de la siguiente manera. En primer lugar, revisaremos las perspectivas clásicas en torno a la burguesía. Se comenzará por exponer los principales elementos de la perspectiva marxista, desde el análisis de las clases sociales. Así, esta perspectiva pone el foco de atención en la posición de los sujetos en el proceso de producción, según su relación de propiedad de los medios de producción. También expondremos brevemente el concepto de clase social de Weber basado en la posición ocupada en el mercado de bienes y trabajo.

En segundo lugar, presentaremos otras aproximaciones a los estudios sobre las clases dominantes, las cuales más allá de las diferencias que existen entre ellas, comparten un rasgo común: trabajan a partir de los conceptos de elite o elites. La elite (o las elites) se definiría a partir de los grupos sociales o individuos que ocupan las posiciones centrales o dominantes de una sociedad, posiciones que son definidas a partir de diversos criterios. Dentro de esta perspectiva incluimos autores como Gaetano Mosca, Vilfredo Pareto y Robert Michels.

En tercer lugar, expondremos algunos planteos de la conceptualización de la burguesía fundados en perspectivas que abrevan en el marxismo, cuyo eje es la problemática de la separación entre la propiedad y el control del capital. Así este planteo nos servirá para pensar en nuestro caso, el crecimiento de las formas corporativas de propiedad y de gestión del capital.

En cuarto lugar, trataremos algunos debates que surgieron en la segunda parte del siglo XX en América Latina, asociados a los procesos de desarrollo y a la problematización del carácter de la burguesía como actor capaz de liderar esos procesos. Dentro de estos debates, se planteaba el problema de la sujeción o autonomía de las burguesías de capitales nacionales frente a los capitales transnacionales y/o extranjeros. Algunos de los autores que revisaremos en este sentido serán André Gunder Frank, Nicos Poulantzas y Guillermo O'Donnell. Recuperaremos asimismo aportes recientes de autores como Robinson, que en un contexto diferente, marcado por la globalización, plantea la emergencia y las implicancias de la conformación de una “clase capitalista transnacional”.

En quinto lugar, nos enfocaremos en las formas de organización (gremial-empresarial) de la burguesía y su relación con el Estado. La relación entre la clase dominante y el Estado no es ni de fusión total ni de independencia total, sino que se basa en una relación contradictoria y compleja. En cuanto a las formas de presión, incidencia y demanda de la burguesía sobre el Estado se destacan dos tipos de prácticas: las institucionalizadas, que básicamente se llevan a cabo por medio de las cámaras empresariales y las formas de influencia directa a través del *lobby* (Castellani, 2007).

En sexto lugar, reflexionaremos sobre la recomposición de las clases sociales y específicamente, de la burguesía. Allí expondremos cuáles son las preguntas que consideramos centrales para el análisis de la dinámica de una clase social. Finalmente, luego de este recorrido por los modos en que los conceptos centrales de nuestra tesis han sido construidos y problematizados, en el último apartado sintetizaremos los puntos de partida y categorías teóricas centrales de nuestra investigación.

1.1. La burguesía como clase capitalista: la perspectiva clásica

Comenzaremos por revisar el concepto de burguesía, con el objetivo de discutir su uso en esta tesis.

Desde la teoría marxista, se sostiene que la burguesía es la clase dominante en el modo de producción capitalista. Básicamente, se define como la clase propietaria y poseedora de los medios de producción social (es decir, de las condiciones materiales necesarias para producir bienes y servicios) y la que obtiene plusvalía a través del empleo de trabajadores asalariados. Así desde esta perspectiva se le da una relevancia especial a la dimensión económica y a las relaciones de producción, que son las que definen la posición de clase. En palabras de Marx, el proceso laboral es el consumo del capitalista de la mercancía fuerza de trabajo –por él comprada-, “la que sin embargo sólo puede consumir si le *adiciona medios de producción*” (Marx, 1976 [1867]: 225).

Para Marx, lo económico no sólo incluye al mercado, sino también a las fuerzas productivas y a las relaciones de producción; las cuales en el caso del modo de producción capitalista dividen a la sociedad entre propietarios y no propietarios de los medios de producción (burguesía y proletariado). La llamada acumulación originaria es el proceso histórico de disociación entre el productor y los medios de producción, “disociación entre el obrero y la propiedad sobre las condiciones de su trabajo”,

convirtiendo en *capital* los medios sociales de vida y de producción y en *obreros asalariados* a los productores directos (Marx, 1956 [1867]: 574).

En todas las sociedades, más allá de las capitalistas, la existencia de una división entre los trabajadores directos y los medios de producción, da lugar a relaciones de clase lo que supone la existencia de dos grupos sociales antagónicos: trabajadores directos (por ejemplo, siervos de la gleba) y apropiadores de trabajo ajeno (por ejemplo, señores feudales). Estos grupos ocupan lugares diferentes en la estructura económica, los cuales están determinados fundamentalmente por la posesión de los medios de vida y de trabajo. De esta forma, desde la perspectiva marxista, estos lugares implican posiciones que definen funciones en el proceso general de acumulación, y suponen relaciones antagónicas entre posiciones.

Todo modo de producción necesita de la superestructura para la reproducción continua de las relaciones de producción que lo caracterizan, las cuales no se encuentran totalmente aseguradas por el proceso de producción. Es decir, la reproducción de un determinado modo de producción requiere no solo de una materialidad –definida como se señaló por las relaciones de producción y el modo en que a partir de ellas se organiza la producción material– sino también de dimensiones políticas, ideológicas, jurídicas, todas ellas relacionadas con el poder. De tal modo, los sujetos no sólo ocupan posiciones objetivas derivadas de las relaciones económicas que los constituyen, sino también ocupan en las relaciones políticas e ideológicas de un modo de producción.

Vale aclarar que el concepto de modo de producción es abstracto y sirve para entender el todo social, pero el nivel de análisis concreto tiene que ver con las formaciones sociales y con las coyunturas políticas. En este nivel, en el que analizamos formaciones económico-sociales concretas, no sólo encontramos dos clases antagónicas sino que existen varias clases y fracciones de clases, las cuales se articulan en los diferentes niveles (económico, político e ideológico) conformando la estructura de clases. Si bien en las formaciones sociales pueden coexistir varios modos de producción, uno es dominante sobre los demás, por lo cual en cada estructura de clases se encontrará una clase o fracción dominante que impondrá sus intereses al resto de los sectores sociales.

Una noción que para nuestro análisis va a ser importante es la de “capa social”, que alude a la heterogeneidad interna de cada clase social, a la producción de cortes verticales que, dentro de una misma posición, diferencian particularmente a las capas en los extremos. Estos movimientos de heterogeneización, que han sido resaltados en el caso del agro argentino en un excelente trabajo de Murmis (1998), pueden coexistir (y

de hecho lo hacen) con una profundización de las distancias entre clases sociales. En nuestro análisis de la burguesía vitivinícola nos interesará específicamente atender a esas diferencias tal como se expresan, por ejemplo, en el tamaño de las empresas, sus lógicas de acumulación y las estrategias y posición que logran en los mercados.

Si bien para la teoría marxista las clases sociales no pueden ser analizadas separadas del concepto de luchas de clases -que finalmente es el “motor de la historia” en las sociedades de clases y tiene gran relevancia para pensar el cambio social- nosotros no desarrollaremos esta dimensión, ya que el foco de nuestro problema está puesto en la estructuración de una clase social (la burguesía) y los cortes que en su interior se producen tanto en una perspectiva diacrónica como sincrónica.

Desde otro paradigma teórico, Max Weber (1964 [1922]) propuso su propio concepto de clase y de poder. Parte de una diferencia central con la postura marxista: según Weber no es posible determinar la situación de clase utilizando como criterio exclusivo la posición que se ocupe en las relaciones sociales de producción. La causa de esta dificultad reside en que la posición en las relaciones de propiedad no reflejan de manera unívoca las de distribución y de autoridad. Además, para Weber, la posición económica y el poder no son dicotómicos (propietarios-no propietarios; dominadores-dominados). Por ello utiliza un sistema de estratificación, más pertinente según su criterio, que permite distribuir a los sujetos a lo largo de estratos continuos. De esta forma, Weber sienta las bases para el análisis que realizarán posteriormente las llamadas “teorías de la estratificación social” cuyas descripciones empíricas de las “posiciones socioeconómicas” se volvieron independientes de cualquier interpretación histórica y el análisis de la diferenciación social, se separó del análisis del conflicto.

Weber (1964) relaciona el concepto de clase con la posición ocupada en el mercado (de bienes de consumo y de trabajo). Aquellos que ocupen similares posiciones en el mercado tendrán similares probabilidades de existencia definidas a partir de sus intereses lucrativos y de su nivel de posesión de bienes. Son estas probabilidades de existencia comunes las que van a condicionar el destino de individuos situados en un mismo estrato o clase social. Como señala Therborn (1987) la diferencia central con el planteo de Marx es que para éste son las relaciones de producción, no el mercado ni las relaciones de circulación, las que determinan las posiciones de clase. De esta forma el concepto de clases marxista se basa en la función de los sujetos como “soportes” de las relaciones de producción dentro del proceso social de reproducción y cambio.

Therborn realiza una precisa síntesis de las diferencias entre ambos planteos (el weberiano y el marxista): Weber definiría a las clases a partir de la pregunta ¿cuánto tiene?, mientras que para Marx la cuestión central sería ¿qué hace?, ¿cuál es su posición en el proceso de producción? “El interrogante de Weber responde, a su vez a lo que para él constituye el problema primario de las clases sociales: *¿cuánto es probable que obtenga?* (es decir, ¿qué probabilidades tiene de “conseguir bienes”, de “lograr una posición en la vida”, de “realización personal”?) Marx plantea el problema de otra manera: ¿qué es probable que haga?, ¿conservará en lo esencial la sociedad existente o la cambiará?” (Therborn, 1987: 166).

Hasta aquí, entonces, hemos definido las clases sociales y en particular la burguesía por la posición que ella ocupa en el proceso de producción, a partir de su condición de propietaria de los medios de producción.

Sin embargo, existe una segunda dimensión que resulta útil a los efectos de determinar la clase social: la función en el proceso de acumulación. Para el caso de la burguesía, sus funciones propias son las de dirección, planificación, organización, vigilancia y control del proceso de producción, y también del proceso de reproducción de las condiciones de producción. “Todo trabajo directamente social o colectivo en gran escala, requiere en mayor o menor medida una dirección que establezca un enlace armónico entre las diversas actividades individuales y ejecute las *funciones generales* que brotan de los movimientos del organismo productivo total, a diferencia de los que realizan los órganos individuales. [...] Esta función de dirección, de vigilancia y enlace, se convierte en *función del capital* tan pronto como el trabajo sometido a él reviste carácter cooperativo” (Marx, 1968 [1894]: 267). Estas funciones son llevadas a cabo por toda una serie de jefes (directores, gerentes) y oficiales (inspectores, capataces, contra maestres), que durante el proceso de trabajo ejercen el mando y control en nombre del capital.

Ambas dimensiones (posición y función) abren una problemática relacionada con algunos procesos desarrollados en las estructuras sociales capitalistas: el problema de la separación entre la propiedad del capital (posición) y la dirección/gestión de su reproducción ampliada en el proceso productivo (función). Si bien Marx ya desarrolló esta cuestión, podemos dejar planteado este tema de la siguiente forma: ¿a qué clase social pertenece este conjunto particular de asalariados? ¿Forman parte de la burguesía tanto los propietarios de los medios de producción como los directivos de las empresas? Así aunque Marx consideró la separación entre propiedad y gestión del capital, en la

segunda mitad del siglo XX, la profundización y extensión de este fenómeno problematizará y complejizará la definición de la clase burguesa. Retomaremos esta cuestión más adelante.

1.2. Otras aproximaciones a los estudios sobre las clases dominantes

Si bien nuestra tesis tiene como sujeto de estudio a la burguesía, se encuentra dentro del arco más amplio de las investigaciones sobre las clases dominantes. En ese sentido, existen aproximaciones al estudio de estos grupos, que, a diferencia de las perspectivas clásicas, se enfocan en los grupos sociales o individuos que ocupan posiciones centrales o dominantes en una sociedad determinada, a partir del concepto de elite o elites.

Entre los principales autores inscriptos en esta perspectiva, se destacan Gaetano Mosca, Vilfredo Pareto y Robert Miché. Más allá de las diferencias en sus desarrollos, existe un punto de contacto entre los tres autores, que podríamos definir como una cierta concepción ahistórica de la existencia de las elites. Los tres sostienen que la existencia de grupos minoritarios que gobiernan a las grandes mayorías es y ha sido una constante en las sociedades. Mosca y Pareto son exponentes de la sociología clásica italiana de las primeras décadas del siglo XX y cuestionaban al Estado democrático y socialista como garantizador de igualdades.

Para Mosca (1984 [1896]) la elite está compuesta por la minoría de personas que detenta el poder en una sociedad y que se constituiría en clase política. Los miembros de la clase política no son los “mejores” o los “más aptos”, sino que su acceso al poder depende de la educación, que es mediatizada por el origen social. Se basa en la dicotomía entre los que mandan y los que obedecen, la minoría que domina está organizada y compuesta por individuos superiores, y la mayoría gobernada, por individuos “inferiores” que carecen de organización.

Para Pareto (1980 [1959]) la elite está compuesta por todos aquellos que manifiestan cualidades excepcionales o dan pruebas de aptitudes eminentes en su dominio propio o en una actividad cualquiera, poniendo el acento en personas que llegan a lo más alto de una sociedad por ser las mejores. Se diferencia, entonces, de Mosca para quien la educación y el origen social, así como la cohesión social son importantes para el éxito de la clase política. Pareto realiza la distinción entre clase selecta o elite de gobierno (que participa directa o indirectamente en el gobierno), clase selecta o elite no de gobierno y el resto que es la no-elite o la clase no selecta. La elite gobernante es la que

posee el poder, y se contrapone justamente a la mayoría que no lo tiene. Sin embargo, en la teoría de Pareto queda pendiente la explicación del origen de dicho poder. Este autor es el que introduce la cuestión de la divergencia entre la élite nominal y la élite de mérito, sobre la que construye su teoría de la “circulación de las elites”. En ese sentido Pareto señala que debemos considerar principalmente: “1°. En un mismo grupo, a la proporción entre el total del grupo y el número de aquellos que forman parte de él nominalmente sin tener los caracteres necesarios para formar parte de él realmente; 2°. Entre los diversos grupos, a los modos por los que tienen lugar los pasos de un grupo al otro, y a la intensidad de este movimiento, es decir, a la velocidad de la circulación” (Pareto, 1980: 68). Esto es importante porque plantea dos cuestiones claramente vinculadas al cambio social, tal como lo entiende este autor. Primero, que una élite es estable si no existe una diferencia excesiva entre élite nominal (dada por la riqueza, parientes y relaciones) y élite de mérito, ya que la pertenencia a una élite no es necesariamente hereditaria. Segundo, que la restauración de una élite de gobierno se produce siempre por obra de una élite de mérito subalterna.

Por último, Michels (1996 [1962]), sociólogo alemán que escribe también a principios del siglo XX, se enfoca en el problema de la democracia y de las organizaciones. Brevemente, este autor propone “la ley de hierro de la oligarquía”, en la que sostiene que toda organización en gran escala (ya sea una sociedad, un partido político, un sindicato, una empresa, etc.) necesita de una burocracia de la cual forma parte la oligarquía, que es quien domina la sociedad o la organización. Esto lo lleva a concluir que son incompatibles la democracia y la organización social a gran escala. “La democracia conduce a la oligarquía, y contiene necesariamente un núcleo oligárquico” (Michels, 1996: 8). Así se produce la concentración de poder en la cumbre cuyos líderes pertenecen a la oligarquía gobernante (forman parte de la élite) y desarrollan los intereses derivados de esa posición.

En definitiva, estos autores, representantes de las teorías de la élite, tienen en común su interés en identificar un grupo dirigente frente a otro que es dirigido o subordinado. Les interesa el estudio de la clase dirigente o élite que definen como integrada por aquellos individuos que monopolizan el poder político. Su concepción de la élite es “unitaria” o monolítica, y no parecen entrever la posibilidad de que este grupo se encuentre subdividido.

Sin embargo a lo largo del siglo XX comienza a modularse otra aproximación a la problemática de las élites que trasciende aquella concepción “unitaria” y pasa a

considerar la posibilidad de existencia de tantas élites como competencias sociales, políticas, religiosas, culturales, intelectuales, hubiera (Ferrari, 2001: 55). Es decir, tantas élites como “campos” o “espacios” sociales existieran. De esta forma, surge una controversia entre lo que se llama la “teoría elitista” y la concepción del “pluralismo-democrático”. Para la primera concepción, como hemos señalado, las sociedades occidentales se rigen por una élite dominante que controla los principales mecanismos de poder (económico, político e ideológico). Para la segunda concepción, lo que prevalece es una pluralidad de élites, cuyos poderes e influencias se ven, en la práctica, compensados y contrarrestados entre sí. Uno de sus representantes más destacados es Robert Dahl (1961).

Asimismo, dentro de la primera concepción uno de sus representantes es Wright Mills con su libro “La élite del poder” (2005 [1956]). Mills sostiene que en la sociedad norteamericana las grandes masas están dominadas por un reducido número de personas que configuran la elite del poder. La misma está integrada por los propietarios y managers de las grandes corporaciones, los políticos y altos mandos militares, los cuales forman un triángulo de poder con múltiples lazos e interconexiones entre sus miembros. Es importante destacar que la definición de élite de Mills se encuentra dentro de la sociología de la posición institucional y de la estructura social, ya que la minoría poderosa está compuesta de hombres cuyas posiciones les permiten tomar decisiones con consecuencias importantes para el conjunto de la sociedad. Por ello, el punto importante son las posiciones centrales (el mando de las jerarquías) que ocupan determinados sujetos en las instituciones más importantes de la sociedad moderna: gobiernan las grandes empresas, gobiernan la maquinaria del Estado y dirigen la organización militar (Mills, 2005:). Son esas instituciones “las bases necesarias del poder, la riqueza y el prestigio, y al mismo tiempo los medios principales de ejercer el poder, de adquirir y conservar riqueza y de sustentar las mayores pretensiones de prestigio” (Mills, 2005: 17). Su conceptualización acerca de la élite se diferencia de aquellas que sostienen que la minoría que compone la elite son aquellos que “tienen lo máximo que puede tenerse”, o “el círculo íntimo de las altas clases sociales”, o aquellos individuos selectos a partir de criterios psicológicos o morales.

Ahora bien, más allá de estas diferentes aproximaciones al estudio de las elites, Therborn destaca un aspecto importante en relación con ellas: en general no dan cuenta del cambio, sólo “describen un ciclo eterno de aparición, dominación, degeneración y caída de las élites, y tienden a reducir, en último término, el pueblo y la sociedad a la

biología” (Therborn, 1987: 157-158). De esta forma, este autor contrapone la importancia que, desde el marxismo, tiene investigar los procesos de reproducción, donde se hacen evidentes las relaciones de explotación y la dominación de clase: “desde la perspectiva de la reproducción, la cuestión dominante en todos los enfoques subjetivistas del estudio del poder -¿quién domina, una élite unificada o grupos dirigentes en competencia? ¿Coincide la élite económica con la élite política o la controla?- se ve desplazada por otras cuestiones: ¿qué tipo de sociedad y de relaciones de producción básicas están siendo reproducidas? ¿Por qué mecanismos? ¿Qué papel desempeñan la estructura y las acciones o no acciones del Estado (o del gobierno local) en este proceso de reproducción? ¿Le favorecen, permiten meramente que tenga lugar, o se oponen activamente a él?” (Therborn, 1987: 162).

Desde la perspectiva que asumimos, entendemos también que la noción de elite o elites, presenta algunas limitaciones para el estudio de las transformaciones en las clases dominantes. En primer lugar, su objeto de estudio son los individuos. En efecto, todas las teorías de la(s) elite(s), en mayor o menor medida, parten de la identificación de aquellos individuos que detentan posiciones dominantes en determinados espacios. El fundamento de dichas posiciones radica en determinados atributos individuales (formar parte de la “burocracia” de determinadas instituciones, poseer características distintivas en determinadas actividades, etc.). Esta identificación del individuo como objeto de estudio tiene un correlato metodológico: se tiende a intentar reconstruir las biografías y las trayectorias de individuos particulares. Así, se corre el riesgo de perder de vista el análisis relacional de la sociedad, y de comprender cómo el poder de esos individuos radica en las relaciones de interdependencia que su función en el entramado social mantiene con individuos ubicados en otras funciones (Elias, 1987).

En segundo lugar, desde la concepción “pluralista-democrática” son múltiples los ámbitos donde se pueden identificar las elites (económico, político, administrativo, educativo, artístico, etc.). En este caso, el problema radica, en nuestra opinión, en la falta de jerarquización de dichos ámbitos. Al no establecer relaciones jerárquicas entre los diferentes ámbitos tampoco logran establecerse relaciones jerárquicas entre los diversos grupos dominantes. ¿Podría considerarse que los propietarios o gerentes de grandes empresas multinacionales se encuentran al mismo “nivel” que los dirigentes políticos nacionales? Al mismo tiempo cabría plantearse la existencia de tantas elites y, por ende, grupos dominantes, como espacios sociales de interacción existan. ¿Dónde

podría “marcarse” el límite entre aquellos espacios que constituyen elites y aquellos que no?

A su vez, desde la perspectiva de las elites el conflicto parece reducido a una dimensión: entre “dominantes” y “dominados”, tal como queda planteado en la teoría de la “circulación de las elites”. De esta manera, la mirada queda circunscripta a aquellos sujetos que forman parte de la “minoría selecta” de cada espacio social. Así, por ejemplo, Mills se centrará en las familias más poderosas de Estados Unidos o Michels analizará a aquellos grupos (reducidos) de dirigentes que controlan determinadas organizaciones.

En cambio, el concepto de burguesía se refiere a los sujetos que poseen y/o cumplen la función del capital, tienen determinados intereses comunes y están en permanente conflicto con el proletariado. Pero además, este concepto permite pensar las relaciones, los conflictos y los movimientos que se dan al interior de una clase social, en este caso, entre las diferentes capas sociales de la burguesía y no limitar el análisis sólo a los más acomodados.

En pocas palabras, la perspectiva de la/s elite/s se basa en una concepción atomista de la sociedad, donde las posiciones sociales son entendidas como una línea continua donde los individuos se van ubicando jerárquicamente más arriba o más abajo, sin explicar cómo se producen, reproducen o transforman esas jerarquías, y en qué medida ello implica conflictos entre los grupos.

1.3. Perspectivas recientes sobre las clases sociales y la burguesía

A continuación intentaremos replantear la perspectiva fundada en el marxismo, tomando como uno de los ejes la problemática de la separación entre propiedad y control del capital que ya mencionamos. Es necesaria una aclaración: la revisión de esta problemática nos será útil no tanto para realizar un análisis de este proceso en nuestro caso de estudio, sino más bien para pensar la importancia del análisis de la burguesía a partir de la observación de las empresas, como cristalización del “lugar” del capital. Es decir, la aproximación a esta cuestión tendrá, en esta tesis, un carácter teórico-metodológico.

Un autor que trató esta problemática en la década del '70, fue Poulantzas (2005 [1974]). Uno de sus intereses fue definir a los agentes que ocupan los puestos asignados a las clases en la división social del trabajo. En ese sentido, Poulantzas va a sostener que la

caracterización de ciertos agentes como pertenecientes a la burguesía “depende del puesto que estos agentes ocupen; de su situación respecto de las relaciones que circunscriben el *lugar* del capital, e incluso respecto de los poderes que ejercen y que derivan constitutivamente de dichas relaciones” (Poulantzas, 2005: 164).

La conceptualización de Poulantzas se diferenció de la de aquellos autores que circunscriben el problema de las clases sociales a la suma de individuos y caracterizan a la sociedad moderna como “posindustrial” y “tecnoburocrática” (Galbraith, 1967). A su vez, existen una serie de visiones emparentadas entre las cuales se encuentra Dahrendorf (1962) para quien, siguiendo a Max Weber, la constitución de las clases sociales o de los grupos sociales derivaría fundamentalmente de las “relaciones de poder”, siendo la propiedad sólo una de sus determinantes. También se encuentra Touraine, quien dentro de la “sociedad posindustrial” encuentra una línea divisoria entre las clases sociales asentada en una distribución desigual del poder: las clases podrían dividirse, entonces, entre los que deciden (poseedores del “saber” distintos de los propietarios) y los que ejecutan.

Existe un segundo conjunto de conceptualizaciones con las cuales discutió Poulantzas: aquellas que analizan las clases dominantes en términos de grupos de elites de poder (Mills, 2005 y Miliband, 1988). Para Poulantzas, estas conceptualizaciones consideran que “‘paralelamente’ a los propietarios que constituyen uno de los grupos-élites, se encontraría un grupo-élite distinto y equivalente al primero, los *empresarios*” (Poulantzas, 2005: 166). También incluye en esta visión a Bourdieu: si bien este último no utiliza de forma explícita el concepto de elite y emplea el de fracciones de clase, es necesario destacar que estas fracciones están construidas a partir de la agregación de categorías socioprofesionales estadísticas. El punto central de la crítica es que al construir estas diversas fracciones de clases, Bourdieu incluye dentro de la clase dirigente a los profesores, los directivos de los sectores públicos, los profesionales liberales, los ingenieros, los directivos del sector privado que coinciden con los empresarios, los patronos de la industria y los patronos del comercio. De esta forma, puede verse que el resultado del agrupamiento realizado es similar al resultado empírico al que llegan los autores que utilizan el concepto de “elite”. Este resultado puede explicarse en función de la noción bourdieana de “campo”: al interior de cada campo social existen agentes que, en función de su disponibilidad de recursos, pueden llamarse “dominantes”. Volveremos sobre este punto más adelante.

Poulantzas retoma lo tratado por Marx en “El Capital” y sostiene que “los análisis de Marx son claros: en tanto que los diversos poderes de la propiedad y la posesión pertenecen *al lugar del capital* –son ‘funciones’ del capital-, no son necesariamente desempeñados por los propios agentes-propietarios -no son ‘funciones’ de los capitalistas propietarios” (Poulantzas, 2005: 169). Este autor advierte, entonces, la centralidad necesaria de analizar el lugar del capital (es decir, la articulación de relaciones que implican poderes), el cual determina la adscripción a una misma clase de los agentes que desempeñan esas funciones. Poulantzas avanza en dos aspectos fundamentales para el análisis del lugar del capital. El primero tiene que ver con los poderes (en referencia a la utilización de los recursos, asignación del destino de los medios de producción, dirección del proceso de trabajo), los cuales “*están vinculados* a las relaciones de propiedad económica y de posesión, y estas relaciones delimitan *un solo lugar*, el del capital” (Poulantzas, 2005: 169). El segundo es que “los agentes dirigentes que ejercen directamente estos poderes y que desempeñan las ‘funciones del capital’ ocupan el lugar del capital, y gozan así de una adscripción de clase burguesa incluso si no tienen la propiedad jurídica formal”. Por lo que termina concluyendo que los gerentes forman parte integrante de la clase burguesa (Poulantzas, 2005: 169).

Poulantzas (2005) agrega que el lugar del capital no se limita a las relaciones de producción, sino que alcanza a las relaciones ideológicas y políticas que esas relaciones de producción implican, por lo cual son un factor constitutivo de la determinación estructural de clase. Así, el papel directivo de los empresarios está vinculado con la autoridad jerárquica de la organización despótica del trabajo en la fábrica y al “secreto del saber” y al “secreto burocrático” en la división entre trabajo intelectual y trabajo manual.

Asimismo, este autor concluye que los gerentes o directores generales pertenecen a la fracción del capital cuyo lugar ocupan: capital industrial, capital bancario, capital comercial, etc. Relacionado con esto, plantea la cuestión de la implantación del capital extranjero y la idea, para este autor errónea, de que si los directivos en la filial de destino son “nativos”, “el origen nacional de estos empresarios, asociado a su ‘autonomía de decisión’, podría tener efecto sobre el funcionamiento de ese capital en favor de la economía nacional” (2005, 170). De cualquier manera, más allá de las discusiones acerca de la pertenencia de clase de gerentes y administradores (problema sobre el que serían necesarios mayores estudios que aporten elementos empíricos para dilucidar claramente el problema) lo que nos parece útil del planteo de Poulantzas es la

relevancia que le atribuye a la necesidad de incluir en los análisis las “funciones” y los “lugares” del capital.

Por su parte, Wallerstein (1988) conceptualiza las “nuevas clases medias” refiriéndose a las “burguesías administrativas o asalariadas” incluyendo a profesionales, técnicos y administradores de empresas, y plantea si son o no parte de la burguesía. Señala que si bien estos sujetos no son propietarios del capital, sí obtienen plusvalía, ya que controlan “el capital humano” (entrenamiento en habilidades específicas), adquirido en los sistemas educativos. Otorga también importancia a las influencias como forma de acceso al privilegio.

Es importante señalar que si bien Poulantzas y Wallerstein están interesados en una problemática similar, la abordan a partir de dos dimensiones de análisis diferenciadas. La preocupación central de Poulantzas está en *el lugar* que ocupan los gerentes y los directivos generales de empresas, poniendo el eje en la propiedad y posesión de los medios de producción y los poderes que implican ocupar ese lugar. En cambio, la perspectiva de Wallerstein parece estar centrada *en los individuos* que ocupan esos lugares, se preocupa por identificar la clase social en las que deben ser incluidos, cómo llegan a ese lugar y qué estilo de consumo tienen. Además, no separa en su análisis entre los directivos o gerentes generales de las empresas -que se encuentran en las más altas posiciones, y en consecuencia cumplen funciones esenciales en la reproducción del capital- y los profesionales o administrativos en general. De esta forma, destaca la dimensión de las categorías socio-ocupaciones para construir el concepto de “nuevas clases medias”.

Desde la perspectiva del marxismo analítico, introduciremos los aportes de Erik Olin Wright, quien discute con Poulantzas el concepto de “nueva pequeña burguesía”³. Para Wright, Poulantzas incluye allí ocupaciones que difícilmente sean homogéneas respecto a cuestiones como el proceso de formación de clase, conciencia de clases y luchas de clase (Wright, 1985).

Wright (1978) se interesa por el problema de la separación entre propiedad y dirección del capital, a partir de sus estudios sobre la estructura de clases del capitalismo contemporáneo. En una primera aproximación, intentó conceptualizar a los gerentes y

³ Poulantzas considera que los asalariados de la banca, los servicios, etc. corresponden a la “nueva pequeña burguesía” y por tanto, se diferencian de la clase obrera. Para delimitar esta clase no se basa sólo en criterios económicos (distinción entre trabajo productivo e improductivo), sino que son las relaciones políticas e ideológicas lo que lo lleva a ubicarlos ahí. Así introduce la división política-ideológica entre trabajo manual e intelectual, situando la nueva pequeña burguesía del lado del trabajo intelectual, distinguiéndolo, de esta manera, del trabajo manual que es el propio de la clase obrera (Poulantzas, 2005).

directivos asalariados como parte de “posiciones contradictorias de clase”: se trataría de sujetos que no son propietarios, pero poseen la capacidad de controlar un proceso productivo. Posteriormente, reformula esta noción y construye la idea de “múltiples explotaciones”. Distingue cuatro tipos de bienes (fuerza de trabajo, capital, organización y cualificación) que son la base de diferentes relaciones de explotación, definidas a partir del acceso diferencial que las clases tienen sobre los bienes (Wright, 1985). En la sociedad capitalista, los bienes que configurarían las relaciones de explotación serían los de capital, organización y cualificación. Así, una posición como la de los directivos sería capitalistamente explotada pero explotadora de bienes de organización. Otros autores destacables son Erikson y Goldthorpe (1993), que desde el neoweberianismo proponen incluir a los gerentes (de todos los rangos) en la “clase de servicios”, al igual que los grandes propietarios y empleadores.

Otro autor contemporáneo que se preocupó por el tema de las clases sociales fue el sociólogo francés Pierre Bourdieu. Este autor retoma la dimensión económica del marxismo pero discute en algunos puntos con esta teoría para construir su propia teoría de la sociedad. Una de las cuestiones que critica de la aproximación marxista es que realiza un salto de la existencia teórica de las clases a su existencia en la práctica. Según Bourdieu, Marx ejerció más que cualquier otro teórico, el “efecto de teoría” (efecto político que consiste en mostrar una “realidad” que no existe completamente mientras no se la conozca y reconozca), pero justamente omitió inscribir ese efecto en su teoría (Bourdieu, 1997: 24).

Para Bourdieu, las clases sociales no se definen solamente desde las relaciones de producción económicas, sino que debe considerarse la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes -relaciones que son las que confieren propio valor a cada una de ellas- y a los efectos que ejerce sobre las prácticas. Para este autor existe una dimensión que suele ser dejada de lado en los análisis marxistas de las clases sociales: la dimensión simbólica y, junto con ella, las luchas que se dan por las representaciones legítimas del mundo social, las jerarquías en el interior de los campos y entre los campos.

Para comprender más exactamente esta conceptualización acerca de las clases sociales es necesario introducir entonces la noción de “campo social”, y recordar que en rigor, la teoría de Bourdieu no intenta ser una teoría de las clases, sino que utiliza una noción de clase para construir una teoría de las prácticas sociales.

Bourdieu considera al espacio social como un espacio pluridimensional, constituido como un conjunto de campos que cuentan con una autonomía relativa respecto del campo de la producción económica. “Cada campo goza de una autonomía relativa que está en relación con la complejidad y el grado de desarrollo del mismo. Supone entonces considerar y definir intereses específicos que se constituyen en principios de estructuración de las prácticas de los diversos agentes comprometidos en la lucha y por lo mismo en principios de comprensión y explicación de las prácticas sociales. El grado de autonomía de cada campo está en relación con su peso específico en ese contexto de interdependencia. Por eso decimos que las leyes de funcionamiento propias del campo actúan mediatizando la influencia de los demás campos” (Bourdieu y Waquant, 1995: 66). En ese sentido, este autor introduce un concepto de capital diferente al de Marx ya que lo define como una acumulación de bienes, que es posible heredar, distribuir, consumir, perder o invertir, “existen cartas válidas y eficientes en todos los campos -se trata de especies fundamentales de capital-, pero su valor relativo como triunfos varía según los campos, e incluso de acuerdo con los estados sucesivos del campo” (Bourdieu y Waquant, 1995: 65). Distingue cuatro tipos de capitales: económico, cultural, simbólico y social.

Estas concepciones del espacio social y del capital suponen la definición de las prácticas de los agentes como estrategias de juego, que son coherentes al conjunto de recursos efectivamente utilizables del que estos disponen (volumen del capital), la distribución entre los distintos tipos del capital que poseen (estructura del capital) y la trayectoria o evolución en el tiempo del volumen y estructura del capital. Esa coherencia es la que define para cada campo y para cada posición en los mismos, las estrategias posibles para transformar o conservar la posición en el campo.

Es por ello que el concepto de “posición” elaborado por Bourdieu se refiere al lugar ocupado por cada sujeto dentro un campo social, en relación al capital que está en juego. Estas posiciones son relativas y se definen en relación a las otras, es decir, no se definen por sí mismas. La posición dentro del espacio social resulta así de un sistema pluridimensional de coordenadas y relaciones, en definitiva es un espacio de fuerzas. El conocimiento de la posición ocupada en determinado espacio implica una condición (propiedades intrínsecas) y una posición (aspecto relacional) de los agentes. Para Bourdieu a partir del espacio social y de las diferentes posiciones, existe la posibilidad de construir clases “teóricas” lo más homogéneas entre sí, por lo cual sostiene que las clases existen en cierto modo en estado virtual, no como algo dado sino como algo que

se trata de construir (Bourdieu, 1997: 25). Sólo podría decir que una clase tiene existencia real si conforma un grupo organizado para la lucha con auto-conciencia, organización propia, aparato y portavoz, es decir, la clase movilizada.

Según Bourdieu el campo del poder está formado por todos aquellos agentes o instituciones que ocupan posiciones de dominación en los diferentes campos que conforman el espacio social. De esta forma, la clase dominante en una sociedad avanzada no estaría formada por un solo actor coherente, sino que es realizada por una multitud de agentes o instituciones involucradas en una lucha que se desarrolla al interior del campo específico del poder. Es así como este autor pretende mostrar la diversificación de posiciones dentro de los grupos dominantes a medida que la sociedad se hace más compleja.

1.4. La burguesía como objeto de estudio de las ciencias sociales en América Latina

En este punto intentaremos acercarnos a algunos de los debates que surgieron en la segunda parte del siglo XX en América Latina.

El contexto histórico mundial⁴ colocó a la indagación sobre el “subdesarrollo” y la dependencia de los países latinoamericanos en un lugar destacado dentro de la agenda política y académica “generándose un creciente interés por interpretar las causas de la evidente brecha económica y social que separaba a los países capitalistas desarrollados del resto” (Rabelo, s/f: 4).

Dos de las teorías que intentaron explicar estas causas son las tesis difusionistas y la teoría de la modernización, las cuales introdujeron el análisis de las relaciones entre diferentes países, regiones o actividades económicas, pero lo hicieron desde una perspectiva del progreso lineal, occidental y evolucionista. Las tesis difusionistas sostenían que para el progreso de América Latina era necesario que se difundieran los productos del industrialismo a las zonas atrasadas, arcaicas y tradicionales. Estos productos del industrialismo, según la postura difusionista, incluían tanto las pautas

⁴ Entre las circunstancias más importantes de ese momento se encontraban las siguientes: 1) el posicionamiento de Estados Unidos como potencia hegemónica de la economía capitalista mundial luego de la segunda guerra mundial, el surgimiento de la Guerra Fría y la mayor incidencia de Estados Unidos en las políticas internas de los países de América Latina; 2) los procesos de descolonización en África y Asia que instalaron discusiones sobre los legados coloniales de estas regiones y las dificultades del desarrollo en situaciones poscoloniales; 3) el fortalecimiento del socialismo, tras su expansión más allá de la antigua Unión Soviética; 4) el ascenso de las concepciones keynesianas en el pensamiento económico y por tanto, la ruptura de la visión mono-económica del mundo de la teoría económica neoclásica y 5) la constitución de las Naciones Unidas y las agencias multilaterales y regionales, que impulsaron la realización de estudios globales y regionales (Rabelo, s/f: 3-4).

culturales como el capital, las tecnologías y las instituciones. El movimiento es desde los sectores urbanos, industriales hacia los sectores o pueblos atrasados y primitivos, rurales, precapitalistas; los cuales sólo pueden progresar y desarrollarse bajo el estímulo de aquellos sectores.

Esta posición difusionista se encontraba estrechamente relacionada con la postura que sostenía la teoría de la modernización, según la cual “la ‘transición’ del tradicionalismo al modernismo es un proceso actual, permanente e ineluctable en el que se verán envueltas las sociedades tradicionales que existen en el mundo de hoy” (Stavenhagen, 1981). Así, esta teoría partía de un supuesto evolucionista y concebía el desarrollo hacia economías industrializadas y capitalistas como un fin al que todas las naciones deben aspirar. Desde esta perspectiva, los distintos países se podían situar a lo largo de un continuo, cuyos polos estaban representados por la “tradicición” y la “modernización”⁵ y el subdesarrollo se concebía como un factor interno que puede ser superado por la aceleración del proceso de modernización.

Confrontando con estas perspectivas, la teoría de la dependencia (entre cuyos principales autores se encuentran Theotonio Dos Santos, Enrique Cardoso, Edelberto Torres-Rivas, Samir Amin, André Gunder Frank, etc.) sostenía que las economías subdesarrolladas, dependientes y periféricas mantenían relaciones de desigualdad (asimétricas) con las economías desarrolladas, de bases endógenas y dominantes. Estas relaciones asimétricas tenían su causa principal en el intercambio desigual y la menor capacidad negociadora de los países subdesarrollados dada por la naturaleza de sus principales producciones (materias primas). Los países con sistemas económicos más desarrollados tenían mayor poder de negociación en el mercado internacional. Así era como esta dependencia que no es sólo económica o comercial, sino también cultural, política, tecnológica y de capital, limitaba y deformaba el desarrollo de las economías dependientes.

En las décadas de 1960 y 1970, en América Latina el debate sobre el desarrollo también se relacionó con la problematización del carácter de su burguesía, donde la discusión estaba centrada en su capacidad para liderar procesos de desarrollo. Uno de los autores que se preocupó específicamente por el lugar de la burguesía en América Latina y su relación con el desarrollo fue André Gunder Frank en su libro “Lumpenburguesía:

⁵ Uno de los principales representantes de esta teoría fue W. W. Rostow (1967), quien distinguió cinco fases en esa transición, que van desde la tradicional a la del consumo de masas. Además, sostenían los seguidores de esta teoría, que el subdesarrollo de los países pobres era debido a la falta de modernización y a la existencia de sistemas, instituciones y tradiciones “arcaicas”.

lumpedesarrollo. Dependencia, clase y política” (1972)⁶. Allí sostenía que no se debía considerar a la dependencia como una relación meramente “externa” que se imponía a los latinoamericanos contra su voluntad, “sino que es una condición ‘interna’ e integral de la sociedad latinoamericana que determina a la burguesía dominante en Latinoamérica, pero a la vez es consciente y gustosamente aceptada por ella” (Gunder Frank, 1972: 12). Gunder Frank sostuvo las siguientes hipótesis: 1) la conquista colocó a toda Latinoamérica en una posición de creciente subordinación y dependencia económica colonial y neo-colonial con respecto al sistema mundial único del capitalismo comercial en expansión; 2) esto ha formado y transformado la estructura económica y de clases, e inclusive la cultura, en el seno de la sociedad latinoamericana, haciendo que esta estructura nacional se transforme como consecuencia de los periódicos cambios de las formas de dependencia colonial (Gunder Frank, 1972) y 3) “esta estructura colonial y de clases determina intereses muy directos de clase para el sector dominante de la burguesía que, a menudo valiéndose de los gabinetes gubernamentales y demás instrumentos del Estado, genera *políticas del subdesarrollo* en lo económico, social, cultural y político para la «nación» y el pueblo latinoamericano, haciendo que cuando un cambio en las formas de dependencia modifica la estructura económica y de clase, se determinen a la vez cambios en la política de la burguesía dominante, que [...] terminan por fortalecer aún más los mismos lazos de dependencia económica que propiciaron estas políticas y que por lo tanto contribuyeron a agravar aún más el desarrollo del subdesarrollo en Latinoamérica” (Gunder Frank, 1972: 23-24).

De esta forma este autor enfatizó la sujeción de las burguesías de los países latinoamericanos a los intereses de las burguesías de las metrópolis. Este posicionamiento fue discutido por Poulantzas (2005) y luego, también por O’Donnell (2007). El primero sostenía que si bien las burguesías de los países periféricos no podrían ser caracterizadas como burguesías nacionales (como fracción autóctona de la burguesía que se encuentra en contradicción con el capital extranjero y presenta una unidad propia), tampoco podían ser reducidas a lumpenburguesías. De esta forma, Poulantzas (2005) propuso analizar justamente en qué medida estas burguesías poseen

⁶ En este libro analizó cada una de las etapas principales de la historia latinoamericana desde la Conquista hasta la década de 1970 (la estructura colonial, la estructura agraria, la independencia, las guerras civiles, la reforma liberal, el imperialismo, el nacionalismo burgués, y el neo-imperialismo y la neo-dependencia).

un asiento económico y una base de acumulación propios en el interior de su formación social.

Por su parte O 'Donnell (2007)⁷ llamó la atención sobre los simplismos al que se ha llevado la complejidad del planteo de la teoría de la dependencia, señalando como uno de ellos “concebir al capital internacional y al imperialismo como demiurgos todopoderosos que implican, entre otras cosas, la carencia de una autonomía de la burguesía local. En estas versiones ésta quedó eliminada como un sujeto social en sentido propio, al que no hacía falta estudiar desde que sus comportamientos aparecían determinados por aquellos actores ‘externos’” (O 'Donnell, 2007:154).

Para este autor, la transnacionalización del capital en una sociedad dependiente y periférica produce una “permeación” a modalidades específicas de relacionamiento entre sujetos sociales, a maneras de producir, a medios de producción y tecnología, a productos y a una definición implícita de necesidades. Estas modalidades son resultantes de condiciones existentes en los puntos de irradiación de esa permeación: los centros del capitalismo mundial. Haciéndose evidente entonces la reproducción a escala cada vez más universal del capital transnacional (O 'Donnell, 2007).

Para este autor, entre las empresas nacionales hay algunas que son las mejor posicionadas, ejercen el oligopolio de una rama y tienen relaciones ambivalentes con el capital transnacional. Los limitantes de este tipo de empresa respecto a las empresas transnacionales son los siguientes: primero, debe tener acceso a las innovaciones y productos de aquellas empresas; segundo, es una empresa pequeña en relación con cada empresa transnacional y aunque exporte o no, la situación de su propio mercado suele ser decisiva, en cambio para una empresa transnacional un período recesivo y/o de bajos beneficios en ese mercado es escasamente trascendente; y tercero, la menor dimensión de la empresa nacional implica producir una gama de bienes más reducida que la de las filiales (O 'Donnell, 2007). Sin embargo, este tipo de empresa nacional tiene vinculaciones exitosas con el capital internacional, el cual le provee sus equipos de producción y por ello, a estos capitales nacionales poco le interesa promover su fabricación local. Es por ello que el éxito de esta empresa nacional contribuye a dos consecuencias fundamentales: “macroeconómicamente, coadyuva a mantener el

⁷ Vale aclarar que el texto al que hacemos referencia fue escrito en el contexto de fines de los '70 y refiriéndose, especialmente, a la “burguesía local industrial”. Con este concepto entendió a la “fracción de la clase burguesa que detenta la propiedad y gobierna la organización de la producción de empresas capitalistas industriales cuyo capital pertenece íntegra o mayoritariamente a sujetos nacionales, y cuyos centros superiores de decisión se hallan domiciliados en el mismo ámbito nacional” (O 'Donnell, 2007).

descabezamiento de la estructura productiva en la que, en contraste con las empresas transnacionales, está casi por completo inserta. Por la otra, en el plano microeconómico de la empresa, ese éxito, al lograrse mediante su incorporación imitativa del patrón de crecimiento de las empresas transnacionales, ratifica su debilidad orgánica frente a ellas” (O ’Donnell, 2007: 166-167).

Otro tipo de empresa nacional son las colocadas en las redes de eslabonamientos hacia atrás y hacia delante de las filiales de las empresas transnacionales, las cuales se encuentran subordinadas al poder económico que tienen su centro en esas filiales. Estas empresas locales “aportan segmentos de actividad que sólo tienen sentido como partes de procesos de producción, circulación y acumulación de capital conducido por las empresas transnacionales” (O ’Donnell, 2007: 167).

El tercer tipo lo constituyen las empresas nacionales menos dinámicas, menos rentables, de menor capital y nivel tecnológico y más sujetas a una alta tasa de mortalidad de la burguesía local (O ’Donnell, 2007), las cuales no se relacionan con ese capital transnacional directamente.

En el contexto de un desarrollo dependiente y asociado, para O ’Donnell (2007), el Estado tiende hacia una construcción de una sociedad propiamente nacional, pero –tanto en términos de sus políticas como de las clases de cuya dominación es síntesis compleja- es ese mismo Estado el agente coimpulsor de la transnacionalización del capital. De esta forma introduce, entonces la relación entre la burguesía local (las grandes empresas nacionales, es decir, el primer tipo) y el Estado. “Dadas, en un plano, la parcelación del mundo en estados nacionales y, en el otro, una transnacionalización del capital cuya modalidad específica presupone ese parcelamiento, la burguesía tiende a querer (y necesitar) alguna delimitación del ámbito al que tiene acceso privilegiado y en el que realiza fundamentalmente su acumulación” (O ’Donnell, 2007: 172). La reproducción de este sector -de su condición de clase dominante local- es la reproducción de las condiciones que las colocan subordinadamente respecto de la transnacionalización del capital y de la expansión de las empresas transnacionales en su propio mercado. De esta manera esta burguesía necesita de un Estado nacional que la tutele aunque, por su parte –como Estado capitalista de una sociedad dependiente-, ese Estado tienda a ser, coimpulsor por lo menos pasivamente de la reproducción de la fragilidad de su burguesía, es decir, del proceso de transnacionalización del capital que “consiste en insertarse en y en desbordar continuamente, los acotamientos de lo nacional” (O ’Donnell, 2007: 176). “La contradicción resultante entre esas pulsiones

nacionales del Estado y de la burguesía local, y sus resultados coimpulsores de la transnacionalización del capital, se halla en la raíz de los bamboleos nacionalistas y transnacionalizantes de ese Estado y esa burguesía” (O ’Donnell, 2007: 176).

Es importante destacar que el grado en que Estado y burguesía local oscilen entre uno u otro polo de la contradicción depende de factores concretos e históricos, por ejemplo, de las relaciones que se establezcan con las clases subordinadas, de las particularidades de la estructura productiva, de las alianzas y conflictos con que la burguesía local se constituye en el campo político-ideológico, de las características de la organización corporativa de la burguesía local, etc. (O ’Donnell, 2007: 177).

El debate que hemos intentado reseñar en este apartado se propone aproximarse a la siguiente pregunta: ¿de qué manera se vinculan los diferentes capitales/empresas transnacionales con la(s) llamada(s) burguesías de capitales nacionales? Este problema ha sido desarrollado en numerosas obras de las ciencias sociales latinoamericanas. En países dependientes como Argentina, algunos autores ven a las empresas transnacionales, como el elemento más dinámico de las clases dominantes, lo cual repercute en la formación de la burguesía nacional, ya que sus integrantes estarían subordinados a la lógica del capital transnacional (Wainer, 2010: 47). Esta posición llevada a su extremo, entroncaría con algunas de las hipótesis más reduccionistas de la teoría de la dependencia, que abordamos anteriormente. Pues bien, el interés de plantear la problemática sobre la subordinación, la sujeción o la autonomía de la burguesía nacional respecto de capitales o naciones extranjeras es de sumo interés para nuestra tesis. Principalmente porque en las últimas décadas en la vitivinicultura argentina hubo un ingreso relevante de capitales extranjeros y de empresas transnacionales líderes a nivel mundial. Es por ello que uno de los problemas de investigación fundamentales que surge es lograr dilucidar cuál es el lugar de la burguesía de capitales locales y/o nacionales, cuáles son las formas que encuentra esta burguesía para mantenerse o crecer en la actividad, cómo se relaciona con el capital extranjero y qué posicionamiento alcanza en el mercado y en espacios políticos-gremiales. Poder analizar esto implica superar la idea de sujeción o determinación total de los capitales nacionales por parte de los extranjeros o transnacionales.

1.4.1. Globalización y reconfiguración de las clases capitalistas

Este apartado no tiene como objetivo desarrollar los debates relacionados con la noción de “globalización”. No nos ocuparemos aquí del problema del origen de los procesos de globalización, es decir, si se trata de fenómenos novedosos y recientes o si, más bien, se trata de un proceso de extensión del capitalismo que se remonta hacia mediados del siglo XV con la conquista europea de América. Nos interesa, por el contrario, discutir algunas implicancias actuales de la globalización que aparecen como relevantes para el análisis de nuestra temática. El proceso que analizamos -la reconversión vitivinícola-, sucede dentro de un contexto globalizado en el marco del cual esta actividad agroindustrial específica registra de manera creciente características similares a las de otras actividades agroindustriales. Como son numerosos los estudios sobre la globalización, nos centraremos en lo referido a sus aspectos económicos y políticos, dejando de lado dimensiones que tiene que ver con lo cultural. Seguidamente, plantearemos algunos aspectos y debates que nos servirán para contextualizar las problemáticas que desarrollaremos a lo largo de nuestro trabajo de investigación.

Los procesos de globalización a los cuales nos referimos se vinculan, desde la perspectiva económica, a la internacionalización del capital y a la integración de las diversas partes de la economía mundial (Teubal, 2001). La mayoría de los autores destacan como un hecho importante para que esto sucediera la ruptura de los acuerdos de Bretton Woods por parte de Estados Unidos (1971-1974), lo cual implicó una rápida liberalización de los movimientos internacionales de capital (Arceo, 2005: 26).

Entre los rasgos principales de estos procesos, podemos destacar, siguiendo a De Sousa Santos, los siguientes: “economía dominada por el sistema financiero y por la inversión a una escala global; procesos de producción flexibles y multilocales; bajos costos de transporte; revolución en las tecnologías de información y de comunicación; desregulación de las economías nacionales; preeminencia de las agencias financieras multilaterales; emergencia de tres grandes capitalismos transnacionales, el (norte)americano (basado en los EE.UU. y en las relaciones privilegiadas de este país con Canadá, México y América Latina), el japonés (centrado en Japón y en sus relaciones privilegiadas con los cuatro pequeños tigres⁸ y con el resto de Asia), y finalmente el europeo (basado en la Unión Europea y en sus relaciones con Europa del Este y con el Norte de África)” (De Sousa Santos, 2003: 171).

⁸ Hong Kong, Singapur, Taiwán y República de Corea.

Ahora bien, la inserción de los diferentes países en este proceso no se da de la misma forma en cada uno de ellos. Se puede seguir hablando de Estados hegemónicos o centrales, por su importancia en términos de lo que representan económicamente y por su actuación en las instituciones o agencias multilaterales (especialmente las financieras como el Fondo Monetario Internacional –FMI-). A través de estas instituciones reducen la autonomía política y la soberanía de los Estados periféricos, a pesar de que las capacidades de resistencia y de negociación de estos últimos pueden variar enormemente. También vale destacar que en este contexto se ha profundizado la tendencia a establecer acuerdos interestatales como la Unión Europea, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA sigla en inglés) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) (De Sousa Santos, 2003).

De esta forma, analíticamente se produce una tensión entre el modo de producción capitalista dominante, donde se encuentran interrelacionados la mayoría de los países, y el específico de las economías de cada nación (formaciones económico-sociales) que aunque insertas en el mercado mundial, registran historias y relaciones sociales particulares (Thwaites Rey y Castillo, 1999). La “especificidad del Estado periférico se inscribe en esta tensión, que [...] se manifiesta en la división internacional del trabajo. De ahí que las crisis y reestructuraciones de la economía capitalista mundial y las cambiantes formas que adopta el Capital Global afecten de manera sustancialmente distinta a los Estados del centro que a los de la periferia” (Thwaites Rey y Castillo, 1999: 2).

A nivel de las políticas económicas nacionales, el proceso de globalización ha tenido las siguientes implicancias: apertura al mercado mundial, adecuación de los precios internos a los precios internacionales, prioridad a la economía de exportación, orientación de las políticas monetarias y fiscales hacia la reducción de la inflación, privatización de los servicios públicos, libre movilidad de recursos, inversiones y ganancias, mínima regulación estatal de la economía, reducción de las políticas sociales universalistas y primacía de las enfocadas en sectores sociales vulnerables (De Sousa Santos, 2003). A esto se suma que la amenaza de retiro masivo de capitales condiciona la política fiscal, por lo cual el conjunto de la política económica queda sujeto al riesgo de que, en caso de ser considerada “inadecuada” por estos capitales, se retiren del país, generando la contracción del nivel de actividad y la caída del empleo. En este contexto, la presión impositiva sobre las ganancias tiende a disminuir y el gasto público se orienta

en mayor medida a promover la inversión, produciéndose la paulatina erosión del Estado de bienestar (Arceo, 2005).

Muchas de estas políticas -nucleadas en el llamado “neoliberalismo”- se ponen en vigencia en los países de América Latina desde fines de los '70 y especialmente, en la década de los '90. Otro aspecto que es importante resaltar, en el sentido de Polanyi (2003 [1957]), pero también De Sousa Santos (2003) es que para que se produjera esta desvinculación del Estado de la regulación económica, se necesitó una fuerte intervención estatal, especialmente, a través de decretos y leyes.

Reygadas (2008) explica que a nivel global lo que hay es una economía dual en el sentido que operan “dos circuitos comerciales aparentemente paralelos: uno, por el que pasa la inmensa mayoría del comercio mundial, que vincula sólo a los países desarrollados y a los enclaves y sectores modernos del Tercer Mundo, y otro, muy precario, en el que la inmensa mayoría de la población mundial intercambia sólo un pequeño porcentaje de las mercancías”. Aunque en algunos puntos estos circuitos se entrelazan, la mayoría de los habitantes se encuentran insertos en el precario. Lo que ha sucedido en los últimos 25 años es que se multiplicaron los flujos financieros internacionales y se han creado cadenas mundiales de producción y distribución (Reygadas, 2008).

En este contexto varios autores (entre ellos Teubal, 2001; De Sousa Santos, 2003 y Arceo, 2005) le asignan un papel muy importante a las empresas transnacionales como fuerzas motoras del actual proceso globalizador. Estas empresas son estructuralmente diferentes a las anteriores empresas multinacionales (en las cuales las filiales realizaban un proceso productivo autónomo, cuya gestión estaba a cargo de los directivos locales, quienes debían cumplir los objetivos, generalmente anuales, fijados a la filial por la casa matriz). En este sentido Arceo explica que en parte la caída de la tasa de ganancia -que es uno de los factores más importantes en el cambio del modo de acumulación imperante hasta los '70- impulsa a las grandes empresas a deslocalizar las actividades económicas más intensivas en trabajo hacia los países de la periferia con el objetivo de reducir sus costos. Este cambio fue posible gracias a la disminución de los costos de transporte, de las comunicaciones y del procesamiento de datos. Además, la casa matriz, ahora tiene la posibilidad de coordinar y controlar un proceso global de producción, con unidades (filiales) localizadas en diferentes ubicaciones geográficas (Arceo, 2005).

En ese sentido, buena parte de la bibliografía parte de la asimilación entre capitales extranjeros y capitales transnacionales, que son planteados como tipos de capitales

homólogos. Desde nuestra perspectiva, dicha equivalencia resulta apresurada. En efecto, hay una diferencia específica entre ambos tipos de capital respecto a la lógica global que presentan las estrategias de los capitales transnacionales.

En esta tesis, consideramos como empresas transnacionales a aquellas que operan transfronterizas, instalando activos productivos o asumiendo el control de ellos en varios países. Aquellas que se caracterizan, específicamente, porque se privilegia la estructura de propiedad y el control de la matriz sobre la red de filiales que al estar distribuidas en diferentes países conforman un espacio económico interno de la empresa transnacional (Trajtenberg, 1999:18). Es decir, la matriz tiene una lectura regional/global y las filiales son concebidas como “unidades de negocios” distribuidas entre diferentes países, aprovechando las ventajas (naturales, económicas, políticas, jurídicas) que en cada caso ofrecen. La matriz emite directivas sobre las tareas a realizar y sus especificaciones técnicas a las filiales o unidades de negocio, teniendo en cuenta las variaciones en la demanda y el desarrollo de los procesos parciales de producción de todas las filiales (Arceo, 2005). Estas empresas adquieren enorme plasticidad en el manejo de los flujos de fondos a través de fronteras y tienen la posibilidad de superar las restricciones que le impone la política económica de los Estados de origen (Trajtenberg, 1999), así se produce una diversificación de riesgos económicos, sociales y políticos, e incluso para el caso de actividades agroindustriales, de riesgos climáticos.

El vínculo entre la matriz y las filiales implica la existencia de corrientes de inversión extranjera directa desde la matriz hacia los países de destino de la inversión. Pero se refiere sólo a los flujos de capital que permiten el control sobre unidades productivas en el exterior. Éste es el aspecto que sienta la diferencia entre la inversión extranjera directa y la inversión extranjera en cartera que es la compra de acciones y obligaciones con la sola finalidad de obtener cierta utilidad sobre las cantidades invertidas (Trajtenberg, 1999).

El concepto de capital extranjero es más amplio y además de incluir los capitales de las empresas transnacionales que ingresan al país, incluye otras formas de inversión como asociaciones, *joint-ventures*, fondos de inversión con participación de inversores extranjeros institucionales, corporativos o individuales (Kulfas, Porta y Ramos, 2002) y capitales que provienen de una empresa establecida en solo un país extranjero. En rigor, la noción de capital extranjero parece aludir menos a una lógica de producción que al origen geográfico de los capitales en cuestión. Es por ello que nuestro interés es marcar la diferencia entre los capitales extranjeros transnacionales y aquellos extranjeros no

transnacionales, ya que los primeros tienen una escala de producción y comercialización global -que los otros no tienen-, y que implica una fortaleza importante en su posicionamiento dentro de cada actividad.

Una ventaja diferencial de las empresas transnacionales está dada por la expansión a todo el globo de los patrones de consumo del centro, “los bienes son fabricados en distintas partes del planeta para el mercado regional o mundial y, por lo tanto, se puede consumir prácticamente cualquier cosa en cualquier lugar y al mismo tiempo” (Wainer, 2010: 53-54).

En el caso de Argentina, la apertura económica (profundizada en los '90) favoreció a las empresas transnacionales, mientras que desfavoreció a las empresas con estrategias puramente nacionales. Ante este nuevo contexto estas empresas nacionales se retiraron de las actividades o sectores económicos en que estaban insertos o debieron “eliminar los procesos tecnológicamente más complejos, donde su desventaja a nivel internacional es mayor” (Wainer, 2010: 55). Sin embargo es importante destacar que en otros casos, “las fracciones más competitivas del capital nacional han procurado profundizar su inserción en el mercado mundial” (Wainer, 2010: 55).

Recientemente, la centralidad que cobra la presencia de empresas transnacionales ha dado lugar a reflexiones en torno a la medida en que en el curso de estos procesos se habría conformado una “burguesía transnacional mundial” o una “clase capitalista transnacional” (Sklair, 2002). Algunos autores enfocados en esta reflexión han desarrollado la noción de “elite corporativa global” que incluiría a los capitalistas que ejecutan las inversiones y las funciones de gestión de nivel superior dentro de las corporaciones más grandes del mundo, y a los intelectuales orgánicos cuyo consejo, como directores externos, es buscado por las mismas compañías (Carroll y Carson, 2003).

Para Sklair (2002), la clase capitalista transnacional está conformada por los propietarios y los que ejercen el control de las corporaciones transnacionales y sus afiliados locales, los políticos y los burócratas globalizadores, los globalizadores profesionales y las elites consumistas (comerciantes y medios de comunicación). Este autor asimila transnacional a globalizante y sostiene que los nuclea una serie de elementos. En primer lugar, sus intereses económicos están ligados globalmente de manera creciente en lugar de estarlo en su origen local o nacional. En segundo lugar, utilizan retóricas y prácticas competitivas y de consumo globales para intentar ejercer el control económico, político e ideológico-cultural. En tercer lugar, orientan hacia lo

global las perspectivas locales en la mayoría de los asuntos económicos, políticos y de ideología cultural. En cuarto lugar, comparten similares estilos de vida (especialmente, en educación y consumo de bienes y servicios suntuarios). Y por último, proyectan la imagen de sí mismos como ciudadanos del mundo. Si bien es interesante esta definición ya que permite ver a estos grupos tanto en los países centrales como en los periféricos -y no sólo a los propietarios y gerentes de las principales corporaciones a nivel mundial- tiene la desventaja de partir desde los “individuos”. Esto significa que no define la clase capitalista transnacional desde una relación social en referencia a los grupos o clases sociales ni desde su función en las relaciones de producción, sino que parecería centrarse en trayectorias individuales. A pesar de ello, el aporte de Sklair resulta valioso en tanto busca dar cuenta de las prácticas que, de manera multidimensional, desarrollan estos grupos, y su especificidad respecto de otros grupos capitalistas.

Para Robinson (2007) la clase capitalista transnacional posee y/ o controla capitales transnacionales tanto en países centrales como periféricos, partiendo de la clase como grupo social que comparte una relación común en el proceso de producción social y reproducción. Así, se diferencia de Sklair al considerar que el concepto de clase capitalista transnacional de este autor incluye “a grupos profesionales y de clase media (tales como periodistas) burócratas estatales, políticos y demás estratos no necesariamente adinerados” (Robinson, 2007: 54).

Uno de los aportes sugerentes para nuestra investigación es la distinción que hace Robinson (2007) entre la clase capitalista transnacional y los capitalistas nacionales o locales. Así las fracciones transnacionales encuentran que sus intereses son desarrollados en una economía global, basada en la liberación del mercado mundial, por encima de cualquier territorio y política locales. En cambio, los intereses de las fracciones nacionales radican en la acumulación a escala nacional y en determinadas condiciones dadas por los marcos normativos nacionales. “Estas dos fracciones han estado emulando por el control de los aparatos del Estado local desde los años 1970, y éste pasa a ser el campo de batalla para la competencia intragrupos dominantes orientados nacional y transnacionalmente” (Robinson, 2007: 67).

Una diferenciación que agrega este autor es entre burguesía internacional y burguesía transnacional, explicando que la primera se refiere a aquellos capitales nacionales que expanden su alcance más allá de las fronteras nacionales, englobando en cambio en la segunda a aquellas situaciones en las que los capitales nacionales se funden con otros “en un proceso de interpenetración a través de la frontera que los desincorpora de sus

naciones y los localiza en un espacio supranacional que se abre bajo la Economía global” (Robinson, 2007: 71). Un último aspecto que nos parece interesante resaltar de los aportes de este autor es que considera que en el Tercer Mundo la formación de la clase transnacional está en proceso y la burguesía de capitales nacionales puede todavía controlar los Estados y organizar proyectos políticos influenciados.

En relación a la actividad agropecuaria, allí también el proceso de globalización intensifica el dominio del capital, de innovaciones tecnológicas exógenamente impulsados y la integración subordinada de la agricultura a los procesos industriales; procesos regidos y orientados por grandes corporaciones transnacionales (Teubal, 2001). Estas grandes corporaciones transnacionales o transnacionalizadas se vinculan con el comercio mundial de productos agropecuarios, con la provisión de insumos y tecnología agropecuaria, el procesamiento industrial y la distribución final de alimentos (Teubal, 2001).

Así una de las tendencias más importantes que se manifiestan en el desarrollo del capitalismo agrario desde la década de los '70 tiene que ver con el auge de la agricultura de contrato y la coordinación e integración vertical de la producción agropecuaria en función de determinados requerimientos de la industria procesadora de alimentos y bebidas u otros núcleos de poder, como la industria agroquímica. Tener en cuenta estos eslabonamientos técnicos entre etapas permite considerar los procesos de integración agroindustrial como relaciones asimétricas de acumulación y reproducción social entre los agentes intervinientes, permitiendo establecer ciertos “núcleos” o “polos integradores”. Los agentes ubicados en esos núcleos son los que tienen el poder de determinar los comportamientos productivos y tecnológicos y establecer las ganancias de los agentes de las otras etapas (Gras, 2005). Así generalmente la industria controla e impulsa la utilización de insumos y técnicas en el sector agropecuario a fin de garantizarse una producción acorde a los requerimientos (Pastore y Teubal, 1992) y por tanto, a las necesidades de valorización de capital. De esta forma lo que aumenta es la dependencia de los productores primarios en relación a las otras etapas y la línea que separa la agricultura de la industria comienza hacerse difusa (Aparicio y Benencia, 1999).

1.5. La organización gremial-empresarial de la burguesía y su relación con el Estado

Un tema que subyace a lo que hemos tratado hasta el momento es cómo se relacionan las clases dominantes con el Estado. Aquí dejaremos de lado los debates que existen en las ciencias sociales sobre el lugar del Estado, sobre su “naturaleza” y sobre sus implicancias desde las diferentes perspectivas teóricas. Haremos, en cambio, algunas aclaraciones sobre la forma de conceptualizar al Estado en esta investigación.

Partimos de la perspectiva que define al Estado como una relación (Poulantzas, 2005), la cual resulta de la lucha y de las contradicciones de clase. Así, el Estado constituye el lugar contradictorio de condensación de relaciones de fuerza que atraviesan no solamente la contradicción principal (burguesía-clase obrera) sino igualmente a las contradicciones dentro de la clase dominante.

Esta perspectiva se diferencia de la concepción del Estado como una entidad en sí misma, que según el momento histórico puede ser “fusionada” o “autónoma” de los intereses de las clases dominantes. Concepción en la cual también subyace la idea del Estado como “árbitro” entre los intereses de los diferentes grupos sociales, donde predominaría la neutralidad en las disputas existentes.

Por otro lado, la perspectiva desde la cual estamos mirando nuestro problema no implica una cristalización consistente de los intereses de las capas hegemónicas de la clase dominante ya que, las intervenciones del Estado tienden a la reproducción ampliada del capital, del conjunto del capital social (Poulantzas, 2005), más allá de las diferenciaciones a su interior. Vale destacar un fragmento de Poulantzas respecto al análisis de las metrópolis europeas en el contexto del predominio del capital monopolista norteamericano y en relación con el resto de las fracciones o capas de la burguesía (no monopolistas): “En fin, recordemos que se pueden citar no pocos ejemplos de intervenciones, claro que limitadas, del Estado ‘en favor’ del capital no monopolista, hasta incluso en el dominio del crédito y de las financiaciones públicas, el dominio fiscal, etc., y no se trata aquí, naturalmente, de medidas efectivas del Estado que ayuden al mantenimiento o la resistencia del capital no monopolista frente al capital monopolista, sino de una resultante de la resistencia del capital no monopolista frente a su absorción pura y simple por el capital monopolista” (Poulantzas, 2005: 151).

En definitiva, más allá del caso y el contexto que está analizando Poulantzas, queremos rescatar la forma contradictoria y compleja en que se cristalizan los intereses de la

burguesía en el Estado de una formación social, ya que la clase dominante no es una unidad homogénea, con idénticos intereses económicos y políticos, y estrategias de acumulación. Este aspecto contradictorio del Estado aparece vinculado de forma directa con las características de los diferentes capitales y fracciones que se ponen en juego al interior de la burguesía. En nuestro caso, a su vez al interior de un país dependiente y una región periférica.

Un aspecto interesante en relación con el Estado y los procesos de globalización que consideramos anteriormente es que aunque la forma Estado-Nación ha sufrido transformaciones en gran parte de las naciones del mundo, esto no implica su desaparición o retiro total, como parece desprenderse de aquellas perspectivas extremas respecto a la internacionalización del capital. Más bien lo que ha sucedido es que el Estado se ha reestructurado, como pasó en Argentina a partir de los '90, pero no deja de condensar las contradicciones de la lucha de clases y no deja de ser un elemento esencial en la reproducción de la economía.

En Argentina, son numerosos los autores que han abordado la problemática sobre la relación entre las empresas, los empresarios, la burguesía, etc. y el Estado (en gran medida, a nivel nacional). Estos estudios han estado fundamentalmente enfocados en los grandes grupos económicos y/o los principales sectores industriales o agropecuarios (en este último caso, especialmente, los ubicados en la zona pampeana)⁹. Desarrollaremos a continuación algunos temas o problemas teóricos generales que luego nos ayudarán a problematizar nuestra aproximación analítica al caso seleccionado.

Nos parece importante el aporte de Castellani (2007) respecto a las diferentes formas de intervención estatal en las actividades económicas, donde podemos distinguir dos campos de acción que inciden sobre el desenvolvimiento de las empresas. Primero, los marcos normativos que regulan los mercados y las diferentes actividades económicas, los cuales se relacionan con las normas de funcionamiento de cada sector de actividad (por ejemplo, avalar el establecimiento de posiciones monopólicas, proteger ciertos mercados de la competencia externa, flexibilizar las condiciones de la mano de obra, autorizar ciertas operaciones financieras, etc.). Y segundo, la orientación general del modelo de acumulación, por el cual aplica políticas económicas de mayor alcance que promueven determinados intereses sectoriales por sobre otros, ya sea a través de

⁹ Sería casi interminable nombrar los autores que han abordado estos temas, sobre todo si tenemos en cuenta no sólo los estudios más recientes o referidos a las últimas décadas, sino aquellos estudios más históricos.

transferencias directas hacia determinado sector empresarial (como subsidios a la exportación) y otras veces, a través de la generación de condiciones propicias para la acumulación de alguna fracción de la burguesía (por ejemplo, fijación del tipo de cambio, tasas de interés, política impositiva, tarifaria, comercial, financiera, etc.) (Castellani, 2007)¹⁰.

Si bien las explicaciones acerca de las relaciones de los empresarios con la formulación e implementación de políticas públicas (es decir, en última instancia, entre burguesía y Estado) oscilan entre análisis “sociocéntricos” que acentúan el poder estructural de los empresarios, y análisis “estatistas” que hacen hincapié en el poder y la autonomía del Estado para formular e implementar las políticas, en este trabajo se parte de una visión que supone la existencia de una complementación entre estos dos argumentos (Viguera, 2000). En todo caso “la influencia relativa de los *policy markers* y los agentes económicos sobre las decisiones de políticas es algo que varía históricamente” (Viguera, 2000).

Ahora bien, en esa influencia mutua ¿qué forma adquiere y cuál es el lugar de la acción colectiva de la burguesía? Más específicamente ¿por qué surgen las organizaciones empresariales y cuál es su función en la dinámica del conflicto al interior de esta clase social y en relación con el Estado? Acuña (1988) señala que los contextos en donde surgen y se desarrollan las organizaciones empresariales están dados por los intereses individuales de sus miembros y los conflictos con otros actores colectivos. Estos dos aspectos son fuentes de presión contrapuestas y la estructura organizacional es resultado de dos lógicas contradictorias: la “lógica de sus miembros” y la “lógica de influencia”. “Siguiendo a Schmitter y Streek podemos afirmar que las asociaciones se estructuran, en primer lugar, de tal manera de poder ofrecer a sus miembros suficientes incentivos como para poder extraer de los mismos los recursos necesarios para sobrevivir y crecer para cumplir eficientemente la defensa de los intereses comunes. Es dentro de esta lógica donde ‘emerge’ la tensión entre el interés individual y el colectivo, siendo una función clave de la asociación no tanto agregar los intereses individuales dados, sino su redefinición en función del interés común. En segundo lugar, las asociaciones tienden a

¹⁰ Hay un tercer tipo que señala Castellani (2007) que tiene que ver con las transferencias originadas en las propias actividades económicas que realiza el Estado, ya que en algunos casos operan con precios y tarifas diferenciales por su carácter de público. Pero en este trabajo no nos ocuparemos de este tipo. También vale destacar que esta autora se preocupa por la problemática del desarrollo y está pensando en “ámbitos privilegiados de acumulación”, en relación a los grandes agentes económicos (cúpula empresarial), lo cual se diferencia del caso que estamos estudiando, pero de todas formas consideramos que los dos primeros tipos de intervención estatal resultan útiles para el desarrollo de nuestra investigación.

organizarse tanto para definir los intereses comunes y el diseño de estrategias con autonomía respecto de los otros actores sociales, como para influir a las autoridades estatales y a otras organizaciones de defensa de intereses (ya sea de otros grupos capitalistas o ligadas a los intereses de los trabajadores)”¹¹ (Acuña, 1988: 11).

Acuña discute con tres perspectivas (críticas que nos parecen pertinentes) en torno de la posibilidad y relevancia de la organización de la burguesía como actor colectivo. Por un lado, discute con aquellas posiciones que sostienen que los capitalistas no pueden o no necesitan organizarse o actuar colectivamente en el ámbito de la sociedad civil, es decir, no pueden trascender la mera decisión acerca de la posibilidad de invertir o no: su única herramienta de presión sería la amenaza de desinversión. Una segunda perspectiva discutida es aquella que considera que los estudios sobre las corporaciones empresariales son temas irrelevantes en los estudios sobre las burguesías o los empresarios. Finalmente critica a las que visualizan al Estado como el actor político clave en el proceso de defensa de los intereses colectivos de la burguesía (Acuña, 1995). “La realidad histórica nos muestra que el Estado no siempre responde a los intereses de la burguesía en el capitalismo, que los capitalistas a veces necesitan y pueden organizarse como actor colectivo y que, también a veces, las organizaciones empresariales gozan de un peso político significativo” (Acuña, 1995: 32).

De todas formas, vale aclarar que la organización empresarial no es el único medio por el cual se establecen relaciones entre los diferentes sectores que componen la burguesía y el Estado, sino que se pueden dar diferentes tipos de articulaciones. Las acciones que la burguesía lleva a cabo a través de mecanismos formales, es decir, las demandas que directa y públicamente realizan las corporaciones empresariales de distinto grado sobre el aparato estatal, se encuentran dentro de lo que Castellani denomina las “prácticas institucionalizadas” (2007: 17). Pero por otro lado, encontramos las “prácticas de influencia directa (lobby)” (Castellani, 2007: 17), las cuales son ejercidas por empresarios, directivos y/o agrupaciones no institucionalizadas; generalmente son sectores que poseen un peso propio importante en la economía de un país o dentro de una rama o actividad económica determinada.

¹¹ Son numerosos los trabajos de Acuña respecto a la relación de la burguesía y el Estado. Este autor propone, adicionalmente, como perspectiva de análisis de la acción colectiva y del empresariado como actor político (a través del estudio de las asociaciones de interés): el análisis estratégico (o teoría de elección racional), el cual asume que los actores en pugna son racionales y que, dada cierta distribución de recursos políticos, institucionales, económicos e ideológicos, estos se comportan en defensa de sus intereses estableciendo una relación medios/fines (Acuña, 1995). Si bien no es la perspectiva con que abordaremos nuestro caso de estudio, sí nos parecen muy útiles algunos aportes de Acuña especialmente aquellos en que analiza las teorías y perspectivas existentes sobre el tema.

Con respecto a las formas de organización de la burguesía, es útil señalar que se configuran en un mapa complejo de asociaciones formales e informales, con entidades que se superponen, miembros e intereses difusos. Esto resulta de la heterogeneidad de los capitalistas y de las distintas posibilidades que su posición estructural implica en términos de cómo influir sobre las decisiones estatales. Estas posibilidades, a su vez, se presentan de acuerdo al contexto institucional más amplio en el que se desenvuelve la relación entre Estados y empresarios, y también según las características específicas de la estructura de la actividad económica en cada caso (Viguera, 2000). Además, Viguera diferencia entre “influencia sobre políticas” y “política en sentido amplio”. A la primera la identifica con el accionar centrado en políticas específicas, fragmentado, particularista, orientado a producir cambios que garanticen los intereses de un sector específico. A la segunda, la vincula con una dimensión donde están en juego, a la vez, el tipo de Estado y el gobierno, el régimen político, la hegemonía, el modelo de acumulación y los proyectos globales de desarrollo (Viguera, 1996). Vale aclarar, que para el caso de estudio de nuestra investigación, nosotros nos centraremos, especialmente, en las influencias sobre políticas de la burguesía vitivinícola ya que se trata de una fracción de la burguesía agroindustrial que se localiza en una región de Argentina y se dedica a una actividad económica determinada. Aunque de alguna manera también nos interesan las acciones que realizan y los posicionamientos sobre la “política en sentido amplio”.

Otro autor que destaca la heterogeneidad de los capitalistas es Beltrán (2007) especialmente a partir de diferentes fracciones o sectores empresariales según su tamaño y ubicación en la estructura económica, pero también según distintas tradiciones políticas y culturales, así como por diferentes historias y recursos políticos, estratégicos y organizacionales. Esta diferenciación se puede manifestar incluso en intereses contradictorios. “Las diferencias más visibles se dan entre grandes y pequeños, entre ramas, entre la producción de bienes o servicios, entre empresarios diversificados y los que se han concentrado en una rama de producción, entre aquellos orientados al mercado externo o interno” (Beltrán, 2007: 24).

En ese sentido, otro autor que sigue esta línea de reflexión es O ’Donnell (2007), al sostener que la situación predominante de la burguesía es la fragmentación que se da a nivel de empresas, grupos, ramas, asociaciones y penetraciones en el aparato estatal, expresando justamente la diferenciación de intereses inmediatos y los conflictos interburgueses. Una relación que propone O ’Donnell (para el caso del sector industrial)

que nos parece interesante para analizar nuestro caso de estudio es por un lado, entre el grado de diferenciación de las formas organizativas y las políticas-ideológicas de la burguesía local¹² y por el otro, el grado de subsunción de esa fracción respecto a la conducción económica y política de las capas burguesas más transnacionales y oligopólicas. Podría establecerse una relación inversa entre estas dos dimensiones: a menor grado de diferenciación mayor grado de subsunción. “Esto, por otra parte, entraña una relación de fuerzas, traducida a nivel del Estado y de las políticas emanadas de su aparato, que tiende a impulsar más establemente la transnacionalización del capital en su mercado” (O ’Donnell, 2007: 183).

1.6. Recomposición o reconversión de la burguesía

Las constantes transformaciones que atraviesan a las clases burguesas abren una serie de problemas de investigación. El objetivo de este apartado es reflexionar sobre la recomposición de las clases sociales, específicamente, de la burguesía. Poulantzas (2005) se refiere más que a la recomposición, a la reproducción ampliada de las clases sociales. Si bien es un concepto que supera las dimensiones de análisis de la recomposición, la noción de reproducción ampliada nos sirve para pensar algunos aspectos que debemos considerar cuando estamos estudiando la dinámica de una clase social. Este autor señala que son dos los aspectos de la reproducción ampliada de las clases sociales. El primero es la reproducción de los “lugares” que ocupan los agentes, es decir, la determinación estructural de las clases (relaciones de producción, dominación/subordinación política e ideológica). El segundo aspecto es la “reproducción-distribución de los agentes mismos entre dichos lugares” (Poulantzas, 2005: 28), donde se plantea las preguntas sobre quién, cómo, y en qué momento ocupa tal o cual lugar, aspecto que está subordinado al primero¹³.

Otras perspectivas utilizan la noción de “reconversión”, para estudiar “el conjunto de acciones y reacciones permanentes por las cuales cada grupo social se esfuerza por mantener o por cambiar su posición dentro de la estructura social y se traducen por

¹² Las cuales pueden permitir cierta alianza con sectores medios y con los sectores populares.

¹³ Este autor luego agrega el lugar de los aparatos ideológicos del Estado como la escuela en la reproducción ampliada de las clases sociales. Si bien este nivel de análisis sobrepasa nuestra investigación, lo explicaremos brevemente para no descontextualizar su aporte. Poulantzas aclara que si bien estos aparatos (ideológicos) intervienen en la reproducción de las relaciones políticas e ideológicas, en la reproducción de los puestos que definen las clases sociales, existe primero una reproducción fundamental (de las clases sociales en y por las luchas de clases) “donde se ventila la reproducción ampliada de la estructura, incluso de las relaciones de producción, y que se ocupa del funcionamiento y del papel de los aparatos” (Poulantzas, 2005: 29).

desplazamientos en el espacio social de actores o grupos de actores” (de Saint Martin, 2001: 70). Estos desplazamientos pueden ser provocados por grandes transformaciones políticas o estructurales con el abandono de posiciones establecidas y el ingreso de nuevos sectores. El punto de partida para analizar los procesos de reconversión estaría en las acciones o reacciones de los miembros de cada clase para cambiar o mantener su posición en esa clase. En cambio, desde nuestro enfoque, no sólo nos interesan estos movimientos relacionados con los miembros de una clase, sino también los cambios o persistencias en los rasgos fundamentales que estructuran a la clase y sus fracciones internas.

Así con el concepto de recomposición que utilizamos nos estamos preguntando por cuatro cuestiones principales:

- ✓ la primera refiere a la medida en que la burguesía vitivinícola sigue estando integrada por los mismos sujetos que formaban parte de la actividad vitivinícola antes de su reconversión;
- ✓ la segunda se refiere al ingreso de nuevos sujetos y a las posiciones a las que ingresan en el contexto de la reconversión vitivinícola
- ✓ la tercera se interroga por los rasgos de esta burguesía (especialmente, las características socio-productivas de sus empresas), en qué medida han cambiado y/o retiene sus características preexistentes.
- ✓ la cuarta se plantea cuáles son los diferentes sectores que conforman a la burguesía en la actualidad, qué sectores han sido desplazados, cuáles son los nuevos perfiles emergentes, cuáles han persistido y qué relaciones se establecen entre ellos.

1.7. A modo de síntesis

Nuestro objeto de estudio es la burguesía, cuyas definiciones centrales fueron propuestas por Marx y actualizadas por Poulantzas. Básicamente, este concepto, fundado en el análisis de las clases sociales, se refiere a los sujetos que poseen y/o cumplen la función del capital, tienen determinados intereses comunes y están en permanente conflicto con el proletariado. Este concepto permite pensar las relaciones tanto entre grupos en una sociedad, como al interior de la misma clase social, es decir, entre las diferentes fracciones y capas sociales de la burguesía. De esta forma, nos diferenciaremos de aquellos estudios sobre las clases dominantes que trabajan a partir

de las perspectivas de las elites, tributarias de los diversos enfoques sobre la estratificación social. Dichas perspectivas, parten metodológicamente del análisis de los individuos y tienen como objeto de estudio a minorías sociales que pueden definirse de muy diferente modo, pero que no retienen la inserción de dichos individuos en la estructura de relaciones sociales.

Asimismo, respecto al concepto de burguesía se han planteado debates sobre el lugar de los gerentes o directores, como consecuencia de la expansión de las sociedades por acciones y la separación de la propiedad y la gestión del capital. En ese sentido, consideramos que lo ya planteado por Marx en “El Capital” y actualizado por Poulantzas en el siglo XX resulta pertinente para pensar la adscripción de clase de los sujetos que desempeñan las “funciones” del capital, más allá de si son o no propietarios de los medios de producción. Así, desde esta perspectiva el foco para el estudio de la burguesía no está en los sujetos individualmente sino en el lugar del capital, lo que implica un anclaje estructural que incluye el análisis de las diferenciaciones internas vinculadas con la magnitud y características de los recursos controlados, las formas de organización de la producción. El planteo de este problema nos permite definir como uno de los observables de las relaciones sociales que constituyen a la burguesía a las empresas. Por ello, una de las unidades de análisis fundamentales de esta investigación serán las empresas vitivinícolas.

Una segunda cuestión que es central para nuestra investigación tiene que ver con los procesos de globalización y de internacionalización de los capitales a nivel mundial, donde el ingreso de capitales extranjeros a países dependientes lleva a preguntarse acerca de la medida en que las burguesías de capitales locales y/o nacionales pierden, o por el contrario pueden retener, cualquier tipo de acción económica y política autónoma. Para esto retomamos algunos de los abordajes de Poulantzas y O'Donnell, que ofrecen elementos para analizar la medida en que estas burguesías poseen un asiento económico y una base de acumulación propios dentro de las fronteras nacionales y las vinculaciones que establecen con los capitales extranjeros.

Además, nos interesa poder distinguir aquellos capitales de empresas extranjeras y aquellos que corresponden a transnacionales y alejarnos de aquellas investigaciones que parten de la asimilación y la equivalencia entre estos tipos de capitales. Nuestro interés es lograr hacer observable la diferencia entre los capitales extranjeros transnacionales y aquellos no transnacionales: en otros términos, no es lo mismo tener una estructura global en una escala mundial, que ser un inversor extranjero –que puede no ser un

empresario sino incluso puedo dedicarse a otra actividad o ser profesional- que decide invertir en la vitivinicultura argentina.

Considerar esta diferencia, nos permitirá a su vez prestar atención al grupo que controla ese capital, o lo que Robinson (2007) llama la clase capitalista transnacional para distinguir sus lógicas y estrategias globales de las de las empresas extranjeras, atendiendo a sus diversas implicancias tanto para la actividad como para las relaciones entre sectores de la burguesía.

Una tercera cuestión central en nuestra tesis tiene que ver con las formas que encuentra la burguesía para organizarse y cómo, a su vez, establece vinculaciones con el Estado. Nos interesan, fundamentalmente, dos formas de intervención estatal en las actividades económicas, propuestas por Castellani (2007): los marcos normativos que regulan los mercados y las diferentes actividades económicas y la orientación general del modelo de acumulación.

Respecto de las relaciones entre los empresarios y el Estado en la formulación e implementación de políticas económicas, consideramos que no hay una determinación necesaria de uno sobre otro, sino una influencia relativa que varía según los contextos históricos (Viguera, 2000). Una de las formas que la burguesía se relaciona con el Estado es a partir de la conformación de organizaciones empresariales que puedan integrar los intereses sectoriales de sus miembros y los conflictos con otros actores colectivos: la “lógica de sus miembros” y la “lógica de influencia” (Acuña, 1988).

A su vez, además de las “prácticas institucionalizadas” (Castellani, 2007) que son las demandas que la burguesía realiza al Estado a través de estas corporaciones empresariales, también encontramos las “prácticas de influencia directa (lobby)” (Castellani, 2007) que son aquellas demandas realizadas por empresarios, directivos y/o agrupaciones no institucionalizadas de la burguesía.

Asimismo, siguiendo a Viguera (1996) en nuestra investigación nos centraremos en uno de los tipos de influencia que identifica: la “influencia sobre políticas”.

De esta forma, abordaremos en este caso las principales políticas económicas del modelo de acumulación, así como los marcos normativos de la actividad vitivinícola, a partir de los '90 que establecieron las condiciones que enmarcaron los cambios operados en esta agroindustria, prestando atención a sus impactos sobre la recomposición y configuración de la burguesía vitivinícola. Además, analizaremos las vinculaciones que se han establecido entre la burguesía vitivinícola de Mendoza y el Estado provincial en esa década, las cuales se cristalizaron en el Acuerdo Mendoza- San

Juan y en la creación del Fondo Vitivinícola de Mendoza. Por último, un lugar especial tendrá la conformación de la Corporación Vitivinícola Argentina, su funcionamiento y sus principales proyectos, para analizar el nivel de influencia que tiene la burguesía vitivinícola en las políticas dirigidas a la actividad, cómo se posicionan sus diferentes sectores en esta organización, y cómo ello se traduce en el mapa institucional.

CAPÍTULO 2. LA ACTIVIDAD VITIVINÍCOLA EN LA PROVINCIA DE MENDOZA

Con el objetivo de contextualizar espacial y económicamente esta tesis, desarrollaremos en la primera parte de este capítulo los aspectos generales de la Provincia de Mendoza, en cuanto a características geográficas, climáticas y económicas.

En la segunda parte, abordaremos, a partir de la bibliografía existente, el desarrollo histórico de la actividad vitivinícola, con el propósito de obtener una aproximación a la génesis y evolución histórica de la burguesía vitivinícola, así como sus rasgos predominantes hacia fines de la década de 1980. Ello nos permitirá contar con una imagen de la burguesía en los momentos previos a la reconversión de la actividad, proporcionándonos un eje de comparación en dimensiones tales como el acceso a la propiedad, el origen del capital, el tamaño de las empresas, la orientación del mercado, la relación con el Estado, etc. En la tercera parte de este capítulo, analizaremos con detalle los procesos más relevantes que conforman la llamada “reconversión vitivinícola”, y describiremos las características actuales de la actividad. Para ello, utilizaremos, además de la bibliografía existente, los datos provistos por organismos oficiales como el INV o la DEIE¹⁴.

2.1. Características de la provincia de Mendoza

La Provincia de Mendoza tiene un clima desértico -con precipitaciones que promedian los 250 mm anuales-, los suelos son óptimos cuando no son salinos, y esto se da en las zonas de oasis bajo riego: áreas donde se concentra la población y la producción. La extrema sequedad y la diafanidad favorecen los cultivos de vid, olivo y algunos frutales, y la producción de semillas libres de plagas y enfermedades.

Debido a las escasas precipitaciones, los ríos constituyen el elemento básico de organización del espacio provincial, ya que permiten el riego para la actividad agrícola, que alcanza al 3% de la superficie. Esta organización genera el contraste entre las áreas de oasis fluvial y las desérticas de la provincia.

¹⁴ En la selección de los datos que se presentan en este capítulo se priorizó que hagan referencia a lo más cercano a 2011 posible, dependiendo de su disponibilidad. Además, en la comparación entre variables también intentamos seleccionar los datos que se refieran a años los más cercanos posible entre sí.

Esta provincia se ubica en el centro-oeste de la República Argentina (ver mapa 2.1) y participa con el 3,6% del PBI nacional en 2010 (DEIE, 2010).

Mapa 2.1. Localización de la Provincia de Mendoza en la República Argentina



Fuente: Elaboración propia en base a cartografía digital.

Mapa 2.2. Ubicación de los departamentos de la Provincia de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a cartografía digital.

Con el objetivo de situar la importancia de la actividad vitivinícola es importante observar que si bien es una actividad económica con un largo desarrollo en la Provincia de Mendoza, a nivel de ingresos y valores de producción encontramos otros sectores económicos que tienen una mayor contribución al Producto Bruto Geográfico (PBG) provincial. En particular, en la última década, han cobrado importancia en la economía mendocina, las actividades relacionadas con el turismo, en particular el comercio, los restaurantes y los hoteles (DEIE). Otros dos pilares económicos de esta provincia son la extracción de petróleo y gas natural y la agroindustria.

Cuadro 2.1. Producto Bruto Geográfico. Valor Agregado Bruto por sectores, en pesos constantes y porcentaje. Mendoza. 2010.

PBG de Mendoza		
Sector	Pesos constantes	%
Agropecuario	1.133.427	7,5
Explotación Minas y Canteras	2.090.712	13,9
Industrias Manufactureras	2.299.756	15,3
Electricidad, Gas y Agua	330.485	2,2
Construcciones	313.490	2,1
Comercio, Restaurantes y Hoteles	3.708.791	24,7
Transporte y Comunicaciones	1.015.354	6,8
Establecimientos Financieros	1.705.871	11,4
Servicios Comunales, Sociales y Personales	2.416.760	16,1
Total	15.014.646	100

Fuente: elaboración propia en base a datos de DEIE, 2010.

Al considerar específicamente al sector agropecuario, se destaca claramente el papel de la viticultura. En ese sentido, vale destacar que, en el período 2009/2010, los ingresos por la producción de uva significaron alrededor del 78% del total del sector agrícola en la provincial, y en promedio en la última década aportaron el 64% de los ingresos del conjunto del sector agropecuario (DEIE, 2010).

Pero si se considera el conjunto de la cadena agroindustrial, el aporte de la vitivinicultura a la economía provincial se acentúa. En efecto, el inicio de la cadena vitivinícola, comienza con la producción de uva, que además de su consumo en fresco, se destina hacia dos destinos básicos: la elaboración de pasas y la elaboración de vino (Azpiazu y Basualdo, 2001). Este último constituyó en 2009, el destino del 96% de la uva producida en el país. En la etapa industrial, se distinguen dos subcadenas con diferente importancia. La principal es, como destacamos, la elaboración de vinos que representa una parte mayoritaria en la producción industrial (en 2009, el 80% según INV), y la complementaria es la producción de mosto (utilizado como materia prima para la elaboración de bebidas) o de jugo de uva (utilizado como endulzante o como corte para otros jugos de fruta) (Azpiazu y Basualdo, 2001). Cabe destacar así que, si desagregamos el sector de Industrias Manufactureras, en 2010 encontramos en segundo lugar la elaboración de vinos, con el casi 26% de generación de valor agregado del sector. En primer lugar se encuentra la refinación del petróleo, que genera el 39% del VAB del sector (DEIE, 2010).

La elección de Mendoza para analizar la burguesía vitivinícola se debe a que es la principal provincia vitivinícola del país. En efecto, la provincia concentra el casi 65% de los viñedos, el 70% de la superficie implantada con vid y de la elaboración de productos vitivinícolas (datos de 2009, INV). Asimismo, en Mendoza se localizan poco más del 70% de las bodegas elaboradoras. En segundo lugar, se encuentra la provincia de San Juan con poco más del 20% de superficie implantada con vid y de elaboración de productos vitivinícolas del total de Argentina.

Cuadro 2.2. Distribución de viñedos, superficie, elaboración de productos vitivinícolas y bodegas elaboradoras según provincia. Argentina. 2009.

Provincia	Viñedos		Superficie		Elaboración de vino y otros productos vitivinícolas		Bodegas elaboradoras	
	Cant.	%	Has	%	HI	%	Cant.	%
Mendoza	16.983	64,9	160.704,3	70,3	11.046.830	69,1	703	71,4
San Juan	5.524	21,1	49.492,2	21,7	3.903.191	24,4	159	16,2
La Rioja	1.403	5,4	8.518,8	3,7	597.572	3,7	24	2,4
Río Negro	415	1,6	2.636,0	1,2	65.303	0,4	27	2,7
Catamarca	1.237	4,7	2.583,6	1,1	127.228	0,8	16	1,6
Salta	289	1,1	2.296,3	1,0	160.254	1,0	28	2,8
Neuquén	66	0,3	1631,7	0,7	79.184	0,5	9	0,9
Córdoba	183	0,7	314,0	0,1	10.529	0,1		
La Pampa	14	0,1	216,9	0,1	4.650	0,0		
Otras prov.*	61	0,2	181,0	0,1	1.816	0,0	18**	1,8
Total	26.175	100	228.574,7	100	15.996.557	100	984	100

* Incluye Buenos Aires, Tucumán, San Luis, Chubut, Entre Ríos, Santiago del Estero, Misiones y Jujuy.

** Incluye, además de las provincias nombradas en "otras provincias": Córdoba y La Pampa.

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

2.2. Sobre el origen y desarrollo de la burguesía vitivinícola mendocina

Las etapas principales que se abordan son dos: 1880-1930 y 1930-1980. A fines del siglo XIX se produce un cambio de actividad principal de la provincia, la cual pasó de tener una economía ganadera y agrícola, a concentrarse en la producción vitivinícola. En la década de 1930, se constituyen las bases de un modelo productivo que perduró varias décadas, donde primaba la producción de vino común y la orientación al mercado interno, a diferencia de los primeros años de desarrollo de la vitivinicultura, cuando se pretendía desarrollar algunas variedades de uvas y vinos de la calidad.

2.2.1. Primera etapa (1880-1930)

El desarrollo de la vitivinicultura en Mendoza tiene su origen hacia fines del siglo XIX, cuando grandes extensiones de tierras fueron convertidas en viñedos y se construyeron una gran cantidad de bodegas, lo que implicó que se relegara la actividad agroganadera. Aunque vale aclarar, que ya desde la colonia se producía uva y elaboraba vino en esta provincia especialmente en bodegas artesanales.

Según Richard-Jorba (2010) entre 1850 y 1880 la economía mendocina estaba organizada en torno al modelo económico de la *ganadería comercial con agricultura subordinada*, basada en el engorde y exportación de ganado a Chile y en la producción de cereales y harinas destinadas a los mercados de provincias orientales. La elite oligárquica¹⁵, además, de concentrar el poder político, concentraba el económico, dedicándose a estas actividades dominantes.

Alrededor de 1870, la oligarquía mendocina debió comenzar a planificar otro modelo económico que fuera complementario al nacional, el cual “bajo la dirección de la denominada generación del '80, busca transformar las bases materiales del país, que permitan integrarlo a la economía mundial a través del mejoramiento y la consolidación de la explotación agropecuaria, es decir, convertirlo en exportador de carne y cereales” (Martin, 1992: 29). Como es sabido, la región pampeana ocupó un lugar dominante en ese esquema, con lo que las economías regionales (y los actores más relevantes) se enfrentaron a la necesidad de reestructurar sus sistemas productivos para integrarse también al naciente mercado interno nacional. Esto se produce en el marco de las complejas alianzas políticas que se cristalizaron con la constitución de 1853, la cual sentó las bases jurídicas y políticas de ordenamiento de la nación.

Las primeras políticas de promoción vitivinícola fueron materializadas en las administraciones de Francisco Civit (1873-1876), Elías Villanueva (1878-1881) y Tiburcio Benegas (1887-1889). Entre ellas encontramos medidas de exención impositiva, políticas de promoción de la inmigración y expansión del crédito (Richard-Jorba, 2008b).

En este proceso de cambio de la estructura productiva incidió la llegada del ferrocarril. Éste llegó a Mendoza en 1895 lo que posibilitó el arribo de la mano de obra para la

¹⁵ Los autores se refieren al grupo de familias que había retenido el poder desde la colonia y que ocupaba los principales cargos en el estado provincial como “oligarquía” mendocina (Mateu, 2004), oligarquía o elite criolla (Richard-Jorba, 2010), elite oligárquica (Martin, 1992).

incipiente producción vitivinícola, facilitando el transporte de los inmigrantes que llegaban al puerto de Buenos Aires. Además, permitió el traslado de la producción local al litoral atlántico (Mateu y Gascón, 1990), la ampliación de los mercados consumidores en el país (Martín, 1992) y facilitó el ingreso de manufacturas y equipamiento para bodegas y fincas vitícolas (Richard-Jorba, 2008b). Simultáneamente a esas ventajas para el desarrollo vitivinícola en la provincia, el ferrocarril también implicó una pérdida para los empresarios que centraban sus prácticas económicas en el negocio ganadero (Richard-Jorba, 2010), ya que no tenía sentido realizar el engorde en Mendoza cuando se lo podía hacer en sus regiones de origen (Mateu y Gascón, 1990).

Entre 1895 y 1913, hubo un proceso migratorio muy importante, proveniente en especial de España e Italia, países tradicionalmente vitivinícolas en un contexto europeo de crisis debido a la plaga filoxera desatada a partir de 1860, “que había provocado la destrucción de los viñedos, el descenso de la producción, y un sobrante de mano de obra entrenada” (Mateu, 2007a: 20). Con la política que se implementó para atraer inmigrantes europeos, se buscaba que fueran especializados en la vitivinicultura, objetivo que no siempre fue cumplido. Como señala Mateu, “entre 1886 y 1890 la inmigración creció casi un 27%” (2007a: 23).

También fue central para el desarrollo de la actividad vitivinícola, la ley de 1881, que eximió de impuestos hasta 1891 a las nuevas plantaciones de viñedos, olivos y nogales. Así, el 63,5% de las hectáreas plantadas con vid entre 1882 y 1992 recibieron este beneficio (Mateu, 2004). Otro factor importante fue “la administración de un elemento vital en la provincia desértica: el agua para el riego” (Mateu y Gascón, 1990: 126). En 1884 se promulgó una ley por la cual se organizaba el Departamento General del Agua, con el objetivo de centralizar la autoridad que controlara la distribución y el uso del agua (Mateu y Gascón, 1990), aunque “la expansión en las concesiones de riego iba unida a su utilización como recompensa política” (Mateu, 2004: 251). Cabe destacar el alto grado de concentración de la tierra en la época, consecuencia de las formas en que se habían distribuido las tierras usurpadas a los nativos a través de la llamada “Campaña del Desierto” (Cernadas y Forcinito, 2004).

Por otra parte, el Estado provincial cumplió un rol destacado en promover mejoras técnicas en los cultivos y en la elaboración de vinos, lo cual se concretó con la creación de dependencias vinculadas con el desarrollo agrícola: el Departamento Topográfico, la Oficina Química Provincial y la Escuela Nacional de Agricultura (Mateu, 2007a). Además, el Estado provincial gestionó préstamos para obras de riego así como para la

creación en 1888 del Banco Provincia. Si bien esta institución mixta se propuso fomentar la plantación de viñedos a través del otorgamiento de créditos hipotecarios, en la práctica sus beneficiarios fueron mayoritariamente, familiares, amigos o allegados de los miembros del directorio o del gobierno de turno (Mateu y Gascón, 1990 y Mateu, 2007a).

Dentro del proyecto de desarrollo de la vitivinicultura, de la tradicional sociedad mendocina surgieron los primeros empresarios preocupados por avanzar en la producción a gran escala, basada en la tecnificación y la producción de vinos finos. Entre ellos se encontraban Emilio Civit, Eusebio Blanco y el francés Hilaire Lasmartres (Richard-Jorba, 2010). Sin embargo, estas iniciativas perdieron fuerza con el rumbo que tomó el desarrollo vitivinícola, que tendió a ampliar los viñedos para aumentar la oferta de uvas, elaborar la mayor cantidad de vino posible y venderlo lo antes posible (Richard-Jorba, 2010). Richard-Jorba explica el “fracaso” del proyecto de aquellos primeros empresarios del siguiente modo: “La transformación tecnológica y cultural que suponía este proyecto era de imposible realización en la Mendoza de 1870. Por una parte, no había una demanda de vinos mendocinos que justificara extender los cultivos y reorientar las elaboraciones tradicionales hacia caldos de alta calidad¹⁶; por la otra, el primitivismo técnico de las bodegas tornaba ilusorio un cambio cualitativo como el que planteaba Blanco” (Richard-Jorba, 2010: 90). Sumado a ello, la falta de capitales para invertir en tecnologías avanzadas, hacía que muy pocas bodegas pudieran elaborar y estacionar sus vinos durante dos o más años para obtener vinos de buena calidad. También había muchas dificultades de accesibilidad a los mercados, ya que no se habían desarrollado redes de distribución y comercialización adecuadas (Richard-Jorba, 2010). Así, “la acelerada modernización fue cuantitativa, tanto en la fase agrícola como en la industrial, y modeló un sistema productivo de masa. Cepas diferenciadas sólo genéricamente entre *francesas* (todas las variedades tintas o blancas extranjeras) y *criollas* (provenientes de la época colonial); y vinos de baja calidad, sin tipos definidos (sólo se producían tintos, blancos y criollos o *carlón*)” (Richard-Jorba, 2010: 104).

En pocas palabras, la vitivinicultura, en sus inicios, fue una actividad protegida por el Estado, hasta 1890 cuando comenzaron las dificultades financieras y la vitivinicultura se convirtió en una fuente de recursos para las crisis y deudas provinciales. Más aún, “de allí en adelante la industria, en forma creciente, financiaría la provincia” (Mateu, 2004:

¹⁶ Ya que la demanda se originaba, mayoritariamente, en los sectores populares preocupados más por el precio que por la calidad (Richard-Jorba, 2010).

253). En esos años, la vitivinicultura registró un crecimiento exponencial, convirtiéndose en la principal actividad de la provincia: en 1914 llegó a aportar el 76% del PBI industrial provincial, consolidándose el proceso de sustitución de vinos. (Mateu, 2004 y Martín, 1992). “El número de bodegas pasó de 334 en 1884 a 1398 en 1914. Entre 1900 y 1915 se habían plantado un 98% de hectáreas nuevas de viña [...] En directa relación con el desarrollo vitivinícola, se produjo un vertiginoso aumento de las propiedades rurales. Desde 1869 a 1901 el crecimiento había sido del 28,6%, y entre 1901 y 1915 aumentó en un 167%, a ritmo mayor que la pampa húmeda” (Mateu, 2004: 260). En cuanto a los equipos básicos para la elaboración de vino, fueron importados masivamente a partir de la década de 1890, desde los países con tradición vitivinícola (Italia, Francia, Alemania) así como también desde Estados Unidos e Inglaterra. A partir de 1910, comenzó a reforzarse la fabricación nacional de equipos para bodegas, ya fuera con licencias extranjeras o mediante adaptaciones técnicas locales (Cernadas y Forcinito, 2004).

La burguesía vitivinícola¹⁷ que se constituyó en este primer período estaba conformada tanto por inmigrantes¹⁸ que fundaron grandes establecimientos vitivinícolas como por miembros del antiguo grupo de comerciantes-ganaderos, que reorientaron su capital hacia el nuevo motor económico de la provincia.

Es interesante, en este punto, detenernos en los aportes de Mateu y Gascón (1990) en relación a la composición de la burguesía vitivinícola en sus inicios. En efecto, las autoras plantean que existe una suerte de “mistificación” en la historiografía en torno de la figura de los extranjeros, a la cual los diversos estudiosos sobre el tema han prestado exclusiva atención, en desmedro de los empresarios locales. Para las autoras, la historiografía ha contribuido a fundar el relato de una vitivinicultura obra de inmigrantes esforzados que podían convertirse en bodegueros acaudalados; no así los miembros del grupo políticamente dominante que eran incapaces de adaptarse al nuevo modelo. Esto es interesante para la perspectiva de análisis que proponemos en nuestra tesis respecto a la articulación en la actualidad de los sujetos que ya estaban en la

¹⁷ Vale destacar que algunos autores hablan de elite y otros de burguesía y a veces los usan como términos equiparables.

¹⁸ Según Mateu (2002), en 1895 el 80% del grupo minoritario eran inmigrantes. A su vez, Richard-Jorba destaca la presencia dominante de los inmigrantes entre los bodegueros con grandes establecimientos tecnificados: “las bodegas elaboradoras de más de 10.000 hl, que eran siete en 1895 (5 de inmigrantes y 2 de argentinos), en 1899 sumaban dieciocho (11 y 7) y, en 1910 llegaban a 64 (49 y 15)” (Richard-Jorba, 2010: 93).

actividad antes de la reconversión vitivinícola de fines del siglo XX y los nuevos que entraron con ese proceso.

Según Mateu (2002 y 2004) la burguesía vitivinícola de principios del siglo XX estaba conformada por no más de veinte familias, que elaboraban más de 50.000 hl, o aunque produjesen menos, ocupaban posiciones destacadas en el aparato del Estado, en los organismos crediticios y/o desempeñaban un papel activo en las entidades sectoriales¹⁹. Como se destacó anteriormente, esta burguesía tenía dos procedencias. Por un lado, las familias del sector comerciante-ganadero que se incorporaron exitosamente a la nueva actividad industrial²⁰. Estas familias formaban parte, asimismo, de la elite política gobernante; esta conexión con el aparato estatal provincial –por ejemplo dentro de la administración de crédito- les ofreció condiciones de privilegio para desarrollar la nueva actividad (Mateu y Gascón, 1990).

Por otro lado, las familias inmigrantes, algunas de las cuales siguieron trayectorias de expansión y pronto se conformaron como miembros prestigiosos de la emergente burguesía vitivinícola. Casos ilustrativos en este sentido son los de la familia Arizu o los hermanos Tomba, quienes provenían de España e Italia, respectivamente. Entre las condiciones que facilitaron su inserción en la actividad, cabe mencionar, la ayuda de redes familiares o de connacionales, y especialmente los casamientos con mujeres de familias “criollas dedicadas al comercio”. Cabe destacar que estas familias que pronto se integraron a los círculos económicos influyentes de la provincia, en algunos casos, traían capital desde sus países de origen. De este acceso a la elite provincial da cuenta por ejemplo la trayectoria empresarial de Arizu, quien cuando ya estaba instalado en la actividad, fue nombrado director del banco de la provincia (Mateu y Gascón, 1990). Vale destacar que las relaciones que estos empresarios extranjeros fueron construyendo con el poder político, les permitió ocupar posiciones que el ordenamiento legal vigente les habilitaba, ya que estaban imposibilitados de participar formalmente en las cuestiones políticas y en el manejo del Estado. En cambio sus hijos, primera generación de argentinos, sí llegaron a las más altas jerarquías del poder público (Richard-Jorba, 2010 y Martin, 1992).

Richard-Jorba (2008b y 2010) destaca que durante esta primera etapa, la conformación del modelo vitivinícola se caracterizaba por grados relativamente bajos de integración

¹⁹ Por la forma de definición pareciera que más que de burguesía, esta autora, está haciendo referencia a la elite vitivinícola.

²⁰ Martin (1992) llama a este sector de la burguesía vitivinícola: oligarquía burguesa.

vertical, lo que dio lugar a la conformación de diferentes agentes productivos, vinculados por relaciones asimétricas. El autor distingue los siguientes agentes: el *viñatero* (propietario o arrendatario), en general, con fincas menores a 5 has, que vendía la uva al elaborador de vinos; el *productor agroindustrial* que tenía viñedos, elaboraba vino en establecimientos predominantemente pequeños y vendía su producción en el mercado local, en ocasiones a otras provincias y también a grandes bodegas; el *industrial bodeguero* que poseía o arrendaba bodegas y no producía la materia prima; los *comerciantes extrarregionales*, que operaban en el mercado de traslado, distribuyendo en otras provincias los vinos locales o los compraban a granel para fraccionarlos con sus propias marcas; y el *contratista de plantación*, los cuales en su mayoría eran inmigrantes, y combinaban la relación de trabajador dependiente con la de productor al asumir riesgos en cuanto a sus ingresos depender de lo producido. Por último, Richard-Jorba distingue a los grandes empresarios, *bodegueros integrados*, que conformaban un grupo reducido, con un fuerte poder económico y presencia en la política provincial, que controlaban el conjunto de las etapas productivas (tenían viñedos, elaboraban y comercializaban el vino), situación que los colocaba en una posición de poder para controlar la industria e intervenir en la fijación de precios. Sin embargo, estos bodegueros integrados, que parecen asimilables a aquellos que Mateu y Gascón (1990) identifican como la burguesía vitivinícola de la época, “perdieron importancia en las dos primeras décadas del siglo XX, pero incidieron en la orientación masiva que tomó el modelo porque demandaban vinos *gruesos*, posibles de ser estirados con agua” (Richard-Jorba, 2010: 92).

Los conflictos y enfrentamientos inter e intrasectoriales llevaron a estos diferentes grupos a organizarse en asociaciones gremiales. Algunas de las entidades surgidas en estos años y que expresaban los intereses de los bodegueros eran las siguientes: a) el Centro Vitivinícola, fundado en 1902 con el objetivo principal de establecer acuerdos de precios para el vino; b) el Centro de Bodegueros Unidos de Mendoza, surgido también en 1902 para acordar precios para el vino y estimular el perfeccionamiento en la elaboración de los vinos y selección de los viñedos; c) la Comisión de Defensa, creada en 1904, con el objetivo prioritario de inspeccionar los vinos en los mercados consumidores para perseguir la falsificación. En 1905 se nuclearon en una sola entidad las tres sociedades vitivinícolas existentes en Buenos Aires, Mendoza y San Juan bajo el nombre de Centro Vitivinícola Nacional con sede principal en Buenos Aires. En 1908, durante la gobernación de Emilio Civit se constituyó la Bolsa Vitivinícola, que

servía como instrumento para manejar el precio de la uva (Mateu, 2007b). Hubo además asociaciones que integraban a viñateros y bodegueros como la Sociedad de Vitivinicultores de Mendoza (1903), el Sindicato de la Defensa (1903), Centro de Defensa Vitivinícola de Mendoza (1904), la Comisión de Defensa y Fomento Industrial (1914). Dentro de esta diversa trama institucional, los menos organizados eran los viñateros, “recién en enero de 1913 los viñateros realizaron un movimiento de resistencia para neutralizar las consecuencias de la baja del precio de la uva, unida a la depreciación de las propiedades, la baja de los salarios y la restricción de capitales” (Mateu, 2007b: 13).

Hacia 1914 la industria entró en una etapa de consolidación, con características que perduraron setenta años más, signadas por la orientación de la producción al mercado interno (basada sobre la cantidad y no la calidad); las recurrentes crisis de sobreproducción; una estructura oligopólica; los conflictos intrasectoriales por temas como el precio de la uva y su fijación unilateral por parte de los bodegueros; un escaso desarrollo del cooperativismo; la escasa difusión de tecnología; y trabajadores mal pagos y poco calificados, frente al apoyo del Estado a los grandes productores o bodegueros (Mateu, 2007a).

En 1914 el crecimiento sostenido de la producción motivó la acumulación de un stock de vino que superaba la cifra de años anteriores, sumado a una leve retracción en el consumo y la caída de los precios, panorama agravado por las repercusiones de la Primera Guerra Mundial. Ante esta situación, se implementaron medidas que serían reiteradas a lo largo de casi toda la historia de la agroindustria, como la creación, por medio de una ley provincial, de la Comisión de Defensa y Fomento Industrial (1914), integrada por tres viñateros y tres bodegueros designados por el Poder Ejecutivo y presidida por el Ministro de Industrias y Obras Públicas. Esta Comisión establecía el prorrateo para la venta del vino al mercado por parte de los pequeños productores, buscando impedir que éstos siguieran ofreciendo sus productos a bajos precios. También destruyó gran número de hectáreas y derramó caldos vínicos. Como es de esperar, “esta alianza del Estado con los industriales, basada en la eliminación de viñedos y vinos, repercutió muy desfavorablemente en los otros sectores vitivinícolas” (Mateu, 2007a: 29). Debido a que estas medidas no lograron los resultados esperados, el gobierno, en alianza con los grandes bodegueros, implementó la formación de una entidad regulatoria –la Compañía Vitivinícola de Mendoza (1916)-. Esta entidad era una cooperativa con características monopólicas y coercitivas, que también se concentró en

la fijación de precios, en el establecimiento de impuestos para quienes no ingresara en ésta y en la eliminación de uvas y vinos. Evaluando el alcance de esta intervención, Mateu afirma que “bajo el disfraz de una sociedad cooperativa, agudizó el conflicto, profundizó los desequilibrios y terminó siendo declarada inconstitucional” (2007a: 29). Según esta autora, la crisis de sobreproducción se mostró fuertemente entre 1920 y 1930. A pesar de los esfuerzos por controlar el aumento de la producción de uva y vino, aumentaron significativamente las hectáreas cultivadas y los volúmenes elaborados mientras descendía el consumo, sumado a oscilaciones importantes del precio de la uva y el vino. Paralelamente a los intentos regulatorios, el Estado gravaba continuamente la productividad “lo cual constituye una elocuente demostración de que el Estado se perfilaba como el mayor beneficiario del modelo productivista” (Mateu, 2007a: 30). Así si bien desde Estado se intentaba limitar la producción para controlar las crisis de sobreproducción, también obtenía buena parte de sus recursos sobre la base de los impuestos a la producción. Por ello, le resultaba beneficiosa la alta productividad. En síntesis, conformados los fundamentos de la actividad vitivinícola hacia fines del siglo XIX, y desplazadas otras actividades como dínamos de la economía provincial, la consolidación de la vitivinicultura estuvo signada durante las primeras décadas del siguiente siglo por crisis de sobreproducción (en los años 1901, 1914 y 1929); en cada uno de esos momentos el Estado implementó diferentes medidas e instituciones –cuya lógica reflejaba las relaciones de fuerza entre los distintos grupos– para enfrentar los límites de expansión del modelo. Así, las crisis de sobreproducción “fueron combatidas con diversas medidas de regulación que culminaron en el derramamiento de vinos y la eliminación de un volumen importante de uva, persistiendo sin embargo el exceso de viñedos sobre el final de la fase de gestación del complejo” (Cernadas y Forcinito, 2004: 10).

2.2.2. Segunda etapa (1930-1980)

Cernadas y Forcinito (2004) se refieren a esta etapa (1930-1980) como al período de maduración del complejo vitivinícola. En efecto, durante esos años, la vitivinicultura creció asociada al aumento del consumo interno de vino durante la segunda posguerra, y fundamentalmente por el amparo de las políticas proteccionistas del Estado, que en esta etapa se desplegaron a través de mecanismos de intervención directos.

Una de las principales medidas que se tomó ante la crisis de los '30, desde el Ejecutivo Nacional -y tal como lo hizo con otras producciones regionales- fue la creación de la

Junta Reguladora Nacional de Vinos a fines de 1934. Este organismo tenía como objetivo regular la producción y el consumo a través de medidas como: la supresión o la sustitución de la vid vinífera, la compra de uva con destino distinto a la elaboración de vino, la adquisición de excedentes de vino y la promoción de la agrupación de los productores de uva sin bodega en entidades cooperativas para la industrialización y comercialización de sus cosechas (Mateu, 2007a). En síntesis, la acción de la Junta “consistió en la extirpación de viñas, el derrame de vinos y la prohibición de reemplazar, en las hectáreas despobladas, los antiguos cultivos por nuevas plantaciones de cepas. Aunque aplaudidas oficialmente por los dirigentes políticos locales, estas medidas fueron resistidas y criticadas por productores pequeños y viticultores sin bodega, los sectores más perjudicados por estos procedimientos” (Ospital, 2009). En esa línea, Mateu (2007a) plantea que desde las grandes empresas, que siempre habían sostenido públicamente posturas de libre mercado, ante los problemas de sobreproducción de vinos de baja calidad, bajos precios, caída del consumo por la recesión económica, endeudamiento bancario, justificaban “una intervención transitoria” del Estado para corregir los desajustes del mercado. Esos “desajustes”, una vez saldados, terminaban en la práctica reduciendo el tamaño de la agroindustria y consolidando el peso de las más grandes e importantes empresas.

En junio de 1943 (a quince días del golpe de estado de ese año), la Junta Reguladora fue disuelta, con el argumento de que estaba dominada por los intereses de los bodegueros. Sin embargo, más allá de ello, la Junta no cumplió los objetivos de regular la producción ni de mantener un nivel adecuado de precios (Mateu, 2005). Sí fue valiosa la cantidad de estudios sobre la realidad vitivinícola que alentó, aunque desperdiciados por la conformación de continuas Comisiones, las cuales no alcanzaron ningún objetivo a partir de estos estudios (Mateu, 2005).

Así, en el contexto de la grave crisis de la actividad vitivinícola de esos años, el modelo económico de Mendoza de la oligarquía de fines de siglo comenzó a desestructurarse. Las crisis de sobreproducción habían manifestado el peligro de la consolidación de la monoproducción y, fundamentalmente la incapacidad de los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola para hacer frente a los problemas de la actividad, necesitando siempre de la intervención del Estado para defender sus intereses (Martin, 1992).

Desde ese momento, con el impulso a la sustitución de importaciones a nivel nacional (etapa del llamado modelo ISI), comenzó en Mendoza un proceso de diversificación industrial (Martin, 1992). La participación de la viticultura en el PBI Industrial

descendió al 29% en 1935 por efecto de la crisis, recuperándose al 52% en 1946. A partir de la década de 1950 y hasta 1974, se mantuvo en alrededor del 40% del PBI Industrial (Martín, 1992), lejos del 77% que representaba en 1914.

Así, entre 1937 y 1960 la vitivinicultura siguió siendo una actividad importante en la provincia. Sin embargo, aparecieron otras agroindustrias e industrias que diversificaron la base económica provincial y originaron un verdadero complejo agroindustrial de base regional. Se expandieron los cultivos frutícolas, hortícolas y especialmente olivícolas y se desarrollaron las industrias relacionadas y conexas. Aparecieron otras actividades como la minero-industrial representada en el cemento y el petróleo. Las mismas estuvieron acompañadas por la política económica del Estado provincial y nacional, por la utilización creciente de tecnología y por un importante flujo de capitales de empresas nacionales, no locales²¹.

Luego de la desaparición de la Junta Reguladora, a partir del gobierno de facto de Edelmiro Farrell y durante el primer y segundo gobierno peronista, la forma de intervenir del Estado en la economía cambió. Se pasó de una regulación directa de la producción a una regulación a través del control de precios: especialmente de productos de primera necesidad, intentando amortiguar el efecto de la inflación (Mateu, 2007a). Desde las grandes bodegas volvieron a clamar por la libertad económica. Sin embargo, como la inflación siguió aumentado, la intervención sobre los precios fue avanzando, y hacia fines de 1948 los controles llegaban a los bodegueros trasladistas y los viñateros (Mateu, 2007a).

También es importante agregar que entre 1945 y 1951, el consumo *per cápita* había ido en crecimiento (a excepción de 1950 cuando bajó) vinculado al aumento de los salarios reales. Paradójicamente, en 1951 “las existencias de vino y de uva no alcanzaban para lograr el abastecimiento de la población, lo que se convirtió en el principal reclamo de los productores, aunque continuaron las quejas por el aumento de los costos. Fue por ello que se debió permitir que el vino fino y el reserva suplieran el faltante de vino común en los centros de consumo” (Mateu, 2007a: 34).

²¹ Vale destacar que la etapa posterior que comprende entre 1960 y 1980 fue ligada al desarrollo energético de la provincia que permitió impulsar la industria semipesada (ferroaleaciones y de carburo de calcio). La producción de cemento también detectó una situación favorable, la producción de petróleo creció velozmente y apareció en el escenario provincial también, la producción de uranio. El desarrollo de la energía (electricidad), el petróleo y el uranio fue posible por la acción intervencionista del Estado, como agente productor. Por su parte, las actividades agrícolas mostraron un fenómeno de expansión sostenida que duró hasta el final de esta etapa.

En 1954, poco antes del derrocamiento del segundo gobierno peronista, y desde el Estado provincial, se ponen en marcha nuevos mecanismos, que delinearon un nuevo modelo de intervención estatal. En efecto, en ese año, el Estado provincial adquirió el 51% del paquete accionario de Bodegas y Viñedos Giol Sociedad Anónima, Industrial y Comercial (SAIC), que hasta ese momento estaba en manos del Banco Español del Río de la Plata²². En 1964, el Estado provincial compró el 49% restante de las acciones, transformándose así Giol en una empresa del Estado (Fabre, 2005). El objetivo que guió inicialmente al Estado provincial había sido el de proteger a los viñateros sin bodega y a los bodegueros trasladistas²³ mediante la compra de uva y de vino para así lograr una más efectiva regulación de los precios (Mateu, 2007a).

En 1959 se sancionó la Ley Nacional de Vinos 14.878, que aún está en vigencia, a través de la cual se creó el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), cuyas funciones principales tenían que ver con “la fiscalización, la promoción, el desarrollo y el control técnico de la producción, industria y comercio vitivinícola” (Mateu, 2007a: 38). Además, se le confería un papel activo como organismo rector y autoridad de aplicación (y en algunos casos de formulación) de las políticas públicas hacia el sector (Azpiazu y Basualdo, 2001).

Desde fines de los '60 y hasta mediados de los '70, se produjeron importantes cambios en el sector industrial integrado, ya que un conjunto de bodegueros desplazaron a “tradicionales bodegueros mendocinos” (Mateu, 2007a), los cuales se habían consolidado en la actividad hacia las décadas de los '40 y '50: los grupos Greco, Sasetru, Catena, Peñaflor, Furlotti y Toso desplazaron a firmas como Crespi, Gargantini, Gabrielli, Baldini, Filippini, Arizu, y El Globo, las cuales desaparecieron o fueron absorbidas por las primeras. Este desplazamiento fue resultado, entre otros factores, de políticas desarrolladas durante el gobierno militar de Lanusse (1971-1973), como la desgravación impositiva para implantar nuevos viñedos (terminando con el rígido control preexistente), el establecimiento de créditos para radicar nuevas plantaciones, ampliar las existentes y construir vasijas vinarias (Mateu, 2007a; Cernadas y Forcinito, 2004; Cortese, 1992). Así estas medidas contribuyeron a las estrategias de

²² Este banco era el propietario de Bodegas Giol desde 1911 cuando Juan Giol decidió volver con su familia a Italia.

²³ Alrededor de 1950 “se conformó el mercado de vinos de traslado, a partir de la generalización del sistema de maquila o elaboración por cuenta de terceros por el cual los viticultores elaboraban el vino en establecimientos bodegueros trasladistas pagando un precio por la elaboración y por el alquiler de la vasija vinaria hasta tanto el vino se vendiera. Los bodegueros trasladistas vinificaban sus propias uvas, a cuenta de terceros (cobrando el servicio) o por maquila es decir tomando parte del vino elaborado como forma de pago. El fraccionamiento era llevado a cabo por empresas que simplemente fraccionaban el vino a granel de los trasladistas y/o también el propio” (Mateu, 2007a: 38).

integración vertical y concentración de las grandes bodegas porque el requisito para acceder a los beneficios era contar con altos niveles de producción de uva y capacidad de elaboración y fraccionamiento de vinos. Estos incentivos tuvieron como consecuencia que las grandes bodegas plantaran en pocos años 60.000 hectáreas (casi el 40% de la superficie implantada), de vides de alto rendimiento y baja calidad enológica, lo cual contribuyó a profundizar el exceso de oferta, generando no sólo perjuicios económicos a los pequeños y medianos agricultores y bodegueros a través del deterioro de los precios del vino de traslado y del precio de la uva, sino también la quiebra de antiguas bodegas que tuvieron que ser vendidas a grandes grupos económicos nacionales integrados y diversificados en múltiples actividades (Cernadas y Forcinito, 2004 y Cortese, 1992).

A partir de 1973, con la asunción del tercer gobierno peronista, la intervención estatal en la actividad se intensificó. Se implementó una política de precios máximos al consumidor hasta el año 1975 y se comenzó a planificar, desde la empresa estatal Giol, el aumento de vasijas vinarias, con las cuales se podría controlar el 40% del mercado mendocino (Cernadas y Forcinito, 2004). Con el golpe de estado de 1976 este proyecto quedó inconcluso.

A fines de los '70 sucedió otro hecho importante en la historia de la vitivinicultura mendocina: el auge y la caída del Grupo Greco. El crecimiento de esta empresa estuvo asociado a la implementación de la Ley de Reforma Financiera (1977), ya que este grupo compró la mayoría de las acciones del Banco de los Andes. Entre 1977 y 1980, el grupo Greco, a través de auto préstamos bancarios, adquirió 44 empresas, vinculadas principalmente con la vitivinicultura y adquirió un papel muy importante en el comercio del vino de traslado, con compra de vino a precios superiores que el resto. En 1980, se produjo una corrida financiera a la cual el Banco de los Andes no pudo hacer frente porque “había volcado el dinero líquido de los depósitos para la compra de las existencias de vino de traslado” (Mellado, 2008: 358). El Estado nacional (en ese momento en manos de la Junta Militar) intervino las empresas del grupo; unas de los primeros efectos fue la cesación de pagos de las mismas, lo cual afectó a los pequeños y medianos productores vitivinícolas y a los bodegueros trasladistas (Mellado, 2008).

“Como corolario al comenzar los '80, la vitivinicultura estaba signada por el estancamiento y el retroceso productivo, la concentración económica y la desigualdad distributiva” (Mateu, 2007a: 39). Así esa década dejó como resultado la erradicación y/o abandono de más de 100 mil hectáreas implantadas con vid y el cierre de numerosas

bodegas (Bocco *et al.*, 2007). De esta forma la vitivinicultura en Mendoza, pasó de representar 16% del PBG provincial en 1974 a sólo el 10% en 1989 (Olguín y Mellado, 2010).

El modelo que permaneció hasta los '80, se basó en la producción de vino común y en la venta al mercado interno, articulada mayoritariamente por capitales locales, si bien, algunas empresas habían empezado a exportar en baja escala y como se destacó hacia la década de 1970, comenzaba a destacarse el ingreso de grupos económicos nacionales. La bibliografía especializada se refiere a este modelo como “centenario” (Mateu, 2007), “tradicional” o “productivista” (Bocco *et al.*, 2007; Bocco y Dubbini, 2007).

La crisis de la actividad hacia fines de los '80, dada no sólo por la sobreproducción sino también por la disminución de la demanda de vino para el mercado interno, constituyó un hito. A diferencia de situaciones críticas anteriores, las respuestas de la burguesía y del propio Estado (nacional y provincial) serían diferentes. En efecto, enmarcadas ahora en un nuevo régimen social de acumulación, las economías regionales (entre ellas la vitivinicultura, pero también el arroz, el tabaco, el té o las frutas) comienzan a reorientarse hacia el mercado externo. En el caso de la vitivinicultura, dicha reorientación trajo aparejada la necesidad de producir vinos finos²⁴. Este cambio de perfil en la actividad se consolidaría recién con las políticas económicas de los '90: a partir de esos años, la actividad sufrió cambios cualitativos, signados por un intenso proceso de reestructuración productiva, internacionalización de la producción y el posicionamiento en el mercado externo (Bocco *et al.*, 2007).

En referencia a estos procesos, Richard- Jorba sostiene que ellos fueron el resultado de un largo proceso de aprendizaje y maduración más que una *revolución*: “el *nuevo modelo*, en realidad, tiene más continuidades que rupturas con el pasado, tanto si nos detenemos a observar la estructura social de la vitivinicultura, como la operatoria de algunos mercados, sea el de uva o el de *traslado*” (Richard-Jorba, 2008b). El autor destaca asimismo, que las transformaciones de las últimas décadas fueron posibles por la disponibilidad en la provincia de recursos humanos con formación científico-técnica de alto nivel y, una vez más, por la articulación con el Estado (Richard-Jorba, 2008b).

Como destaca Mateu (2007a), la industria vitivinícola en Mendoza transitó durante más de cien años a los tumbos, entre variaciones de consumo, de precios, alternando

²⁴ Se sancionaron leyes como la de Reconversión Vitivinícola (1982), la de Fraccionamiento en Origen (1984) para terminar con el estiramiento de vinos en los centros de consumo y se privatizó las etapas de fraccionamiento y comercialización de Giol, en manos de la Federación de Cooperativas Vitivinícolas (FECOVITA). En el capítulo 7 desarrollamos el contexto de estas medidas y sus implicancias.

contextos de superproducción y de faltante de existencias cuando las condiciones de los sectores populares mejoraron. De esta manera, las crisis recurrentes no pudieron ser superadas ni evitadas a pesar de las diferentes experiencias reguladoras que se intentaron a lo largo del tiempo (Azpiazu y Basualdo, 2001). Pero, un punto importante a retener, es que más allá del modo en que fueron enfrentadas desde el poder público, todas las crisis reforzaron procesos de centralización del capital, y de expulsión de las franjas pequeñas y medianas de la burguesía. Sin embargo, dicha expulsión no ha implicado necesariamente la desaparición de ese sector, ya que paralelamente se producía el ingreso de nuevos sujetos (Martin, 1992).

2.3. Principales cambios en la vitivinicultura en las últimas décadas: la llamada reconversión vitivinícola

A partir de las profundas transformaciones que se han operado en el país como consecuencia del modelo de apertura externa y desregulación de actividades económicas, sumado al proceso de globalización y los cambios a nivel de la producción y el mercado mundial de vinos, la actividad vitivinícola también sufrió cambios. Entre ellos se destacan la inserción en los mercados mundiales; el aumento de las exportaciones y las inversiones extranjeras; la innovación tecnológica con cambios varietales y nuevas formas de manejo de los cultivos; la disminución del consumo del mercado interno, especialmente de vinos comunes y la expansión del consumo de vinos finos; la profundización de la integración horizontal y vertical; y el surgimiento de actividades asociadas, como el turismo o la gastronomía (Bocco, 2007; Azpiazu y Basualdo, 2001; Richard-Jorba, 2008a). Asimismo, cabe subrayar la creciente diferenciación de productos y de gamas a partir de nuevos criterios de calidad, con lo cual se establecen tres grandes tipos de productos: los vinos de mesa, los vinos de calidad o finos (selección, varietales, y *Premium* y *Superpremium*) y los mostos (Bocco *et al.* 2007: 48).

En el apartado que sigue, abordaremos brevemente los cambios de la producción y el mercado mundial, para poder contextualizar las transformaciones en la actividad vitivinícola de Argentina y especialmente, de Mendoza que desarrollaremos en la segunda parte.

2.3.1. La emergencia de un “Nuevo Mundo Vitivinícola”

Esta primera sección tiene como objetivo contextualizar las transformaciones y el lugar que ocupa la producción vitivinícola argentina a nivel mundial, lo que es relevante para entender también el crecimiento de las exportaciones en el país y el ingreso de capitales transnacionales y/o extranjeros.

A fines de los '70, los *nuevos países vitivinícolas* o *países del nuevo mundo vitivinícola* (Estados Unidos, Argentina, Australia, Chile, Nueva Zelanda y Sudáfrica) comenzaron a tener peso en el mercado mundial. Países bastante heterogéneos entre sí y aunque algunos tenían historia en la vitivinicultura, comenzaron a ser vistos como lugares con potencialidad para la producción de uva y elaboración de vinos de calidad y características adecuadas para el mercado internacional. Comenzaron a disminuir las ventas de los productos de los *países tradicionales vitivinícolas* o *viejo mundo vitivinícola* (Francia, Italia, España y en menor medida, Portugal y Alemania) y a aumentar las de los países del nuevo mundo vitivinícola, los cuales muchas veces en el mercado global competirían entre sí.

Junto con este cambio en el eje productivo mundial, se produjeron dos fenómenos que están relacionados y que son las dos caras de un mismo proceso. El primero refiere a la diferenciación de productos, con el aumento de las preferencias de vinos de mayor calidad, una diferenciación de variedades de uva, de países de origen y de regiones dentro de estos países, y una segmentación de los mercados cada vez mayor. Sin embargo, al tratarse de una diferenciación de características y calidades de los productos, estos pueden encontrarse en muchos países y es por ello que -pese a las diferencias que los nuevos países puedan tener en cuanto a condiciones ecológicas o climáticas- estos productos se parecen entre sí. Allí es cuando se registra un segundo fenómeno que es la difusión de una cierta homogeneización del gusto en los productos vitivinícolas a nivel mundial, en cuanto a que los criterios de lo que se considera un vino de calidad se generalizan entre los países.

El investigador australiano Anderson (2003) señala como uno de los elementos más importantes para el crecimiento en la demanda de vinos del nuevo mundo vitivinícola, el cambio en las leyes británicas en los '70 que permitieron a los supermercados la venta de vino al por menor. Por los lazos históricos de Australia con el Reino Unido, las empresas australianas respondieron rápidamente a las oportunidades de mercado que se abrían, lo que a su vez fue ayudado por una fuerte devaluación del dólar australiano en 1986. Las alertas sobre la seguridad alimentaria -por ejemplo, el contexto del desastre de Chernobyl (abril 1986) y la difusión sobre el agregado de aditivos en los vinos

austriacos e italianos-, también aceleraron el cambio fuera del viejo mundo vitivinícola (Anderson, 2003).

Otro proceso que se desarrolló en esos años (a fines de los '60, principios de los '70) fue el aumento del consumo en Estados Unidos y el cambio radical de su industria vitivinícola, especialmente en California, que involucró privilegiar el proceso y la variedad del vino por sobre el terreno o la región donde era producido. Esto presentó una oportunidad para que otros países, aparte de los europeos tradicionalmente vitivinícolas, se introdujeran en el mercado del vino (Vergara, 2001).

Podemos diferenciar las estrategias productivas de los países tradicionales (sobre todo europeos) y los emergentes. En los primeros predomina una oferta basada en productos con apelación o denominación de origen controlada, por la cual se identifica la producción de un cepaje con una región o un territorio determinado y con una reglamentación estricta sobre sus formas de producción. En cambio, en el caso de los segundos, los vinos se caracterizan básicamente por la variedad del viñedo, sin importar el lugar donde es producido (Neiman y Bocco, 2005).

Pero la competencia de otros productores del nuevo mundo con los vinos australianos fue lenta. Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos las exportaciones no emergieron tan rápidamente, debido al precio de las tierras y a la moneda fuerte, sumado a que su mercado interno creció más rápido que la oferta doméstica (Anderson, 2003). En el caso de Argentina y Chile, estos países se retrasaron por las características de su industria vitivinícola, en cuanto al escaso fomento de las exportaciones por parte de las políticas nacionales y comerciales, además de que el tipo de vino argentino no era atractivo para los países del Hemisferio Norte (Anderson, 2003).

Ante el crecimiento del consumo de vino de los Estados Unidos y del Reino Unido, los proveedores europeos no pudieron satisfacer esos mercados debido a las numerosas regulaciones estatales existentes (como restricciones sobre cuál variedad de uva puede ser usada en cada apelación, rendimientos máximos y contenido alcohólico, densidad del vino y sistemas de producción de vid) (Anderson, 2003). El rápido crecimiento de los mercados requirió grandes volúmenes de vino *Premium* constante, precios bajos, fácilmente accesible y comercialización a gran escala (Anderson, 2003). Ese contexto fue un incentivo para las empresas de vinos para generar economías de escala que permitieran la inversión en el desarrollo de mercados masivos en el extranjero. Por tanto, se produjo un gran número de fusiones y adquisiciones australianas y también de empresas europeas (Anderson, 2003).

El cuadro 2.3 refleja este desplazamiento de zonas productoras: allí se observa que la participación de los países del nuevo mundo, consideradas en conjunto, aumentó del 18 al 26% entre 1980-84 y 2009; por el contrario el viejo mundo pasó de representar el 58% en 1980-84 a representar el 53% en 2009, aunque sigue siendo la región más importante. Entre los países vitivinícolas del nuevo mundo se destaca, en 2011, la producción de vino de Estados Unidos y Argentina (cuadro 2.4.).

Asimismo, otra variable que merece subrayarse es la evolución de la participación de los distintos países en las exportaciones mundiales de vino. Lo más destacable es el aumento de la región del nuevo mundo vitivinícola que pasó de constituir el 2% de las exportaciones mundiales en 1980-84 a representar el 31% en 2009 (cuadro 2.3), destacándose dentro de esta región, Australia y Chile (cuadro 2.4.). Vale aclarar, que en el caso de Chile sus exportaciones son facilitadas por la serie de tratados de libre comercio firmados en los últimos años con Estados Unidos, la Unión Europea, Corea del Sur, Canadá, México y otros países de Centro y Sudamérica (Müller 2004). Esto es una posición muy ventajosa respecto a Argentina, que no puede negociar tratados bilaterales: todos los acuerdos los debe realizar a través del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

Cuadro 2.3. Participación porcentual en el volumen de la producción mundial de vino y de exportación mundial de vino según regiones vitivinícolas. 1980-84 y 2009.

Regiones Vitivinícolas	Participación en el volumen de la producción mundial de vino (%)		Participación en el volumen de exportación mundial de vino (%)	
	1980-84	2009	1980-84	2009
Viejo mundo*	58	53	76	60
Nuevo mundo**	18	26	2	31
Resto del mundo***	34	21	22	9
Total del mundo	100	100	100	100
(Total mundial, mhl)	334	266	48	86

*Francia, Italia, España, Portugal y Alemania.

**Estados Unidos, Argentina, Australia, Chile, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

***Se refiere al resto de los países que no están incluidos en ninguna de las categorías anteriores.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Anderson (2010).

Cuadro 2.4. Producción de vino, exportación de vino y participación porcentual según países del nuevo mundo vitivinícola. 2011.

Nuevo mundo vitivinícola	2011			
	Producción de vino		Exportación de vino	
	mil. hl	%	mil. hl	%
Estados Unidos	18.740	27,8	4.210	16,6
Argentina	15.473	22,9	3.112	12,2
Australia	11.090	16,4	7.012	27,6
Chile	10.463	15,5	6.623	26,1
Nueva Zelanda*	2.052	3,0	886	3,5
Sudáfrica	9.665	14,3	3.576	14,1
Total países del nuevo mundo vitivinícola	67.483	100	25.419	100

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), 2011.

En cuanto al consumo mundial de vino, la participación del viejo mundo vitivinícola pasó de constituir el 53% en 1980-84 al 38% en 2009. Por el contrario, en los países del nuevo mundo vitivinícola, el consumo registra un leve aumento pasando del 18 al 21% en ese período, mientras que en el resto del mundo, el incremento es mayor (del 28% al 41%) (Anderson, 2010). Por tanto, el nuevo mundo vitivinícola ha aumentado más en producción que en consumo.

Por último, vale destacar la proporción entre consumo interno y producción, donde Argentina se ubica en una posición intermedia porque su nivel de consumo interno representó, por ejemplo en 2008, el 73% del total de la producción. Países como Alemania, Estados Unidos y China tienen un consumo interno que supera holgadamente su producción de vino (208%; 144% y 131%²⁵, respectivamente). Por el otro lado, se encuentran los países como Chile (27%), Sudáfrica (35%), España (33%) y Australia (39%), en los cuales el mercado interno no alcanza a demandar ni la mitad del vino que elaboran, y se destacan por una gran proporción de envíos para exportación (OIV, 2008).

2.3.2. La reestructuración vitivinícola en la Argentina

²⁵ Los dos primeros datos corresponden a 2008 y el dato de China a 2011, ya que no se disponía de los datos de todos los países para el mismo año.

Como ya hemos señalado, las transformaciones que tuvieron lugar en la vitivinicultura se produjeron en el contexto de las políticas desreguladoras que se implementaron en Argentina en los '90. En el caso de esta actividad, las mismas se tradujeron en la liberalización de la implantación y/o modificación de viñedos, y de la producción y comercialización de vinos y en la eliminación de toda modalidad de cupificación y bloqueo. Se limitaron las facultades del INV a la fiscalización de la genuinidad de los productos vitivinícolas y se dejó sin efecto la desgravación impositiva de tierras de baja productividad²⁶.

A continuación enunciaremos en forma esquemática las transformaciones ocurridas en esta agroindustria en las últimas décadas con el objetivo de visualizar y analizar el alcance de estos procesos de cambio en relación a las características propias de la vitivinicultura “tradicional”. Vale destacar que estos procesos se analizan de manera separada sólo a los fines analíticos; pero están totalmente interrelacionados, difícilmente se pueda ver un cambio en la vitivinicultura en forma aislada, ya que todos se encuentran en estrecha interdependencia.

2.3.2.1. Diversificación de productos y segmentación del consumo

Uno de esos procesos es el cambio en el consumo de vinos: disminución del consumo de vino común, aumento en el consumo de bebidas sustitutas (como la cerveza e incluso gaseosas y aguas minerales) y crecimiento del mercado de vinos finos especialmente en el sector de la población de mayores ingresos y en el mercado externo. Así es como para Azpiazu y Basualdo, el segmento de mercado de vinos finos, “deviene como el núcleo central del nuevo enfoque propuesto para el desarrollo de la vitivinicultura y de los cambios tecno-productivos que lo sustentan” (2001:193).

Siguiendo a estos autores, se pueden clasificar los vinos en los siguientes segmentos. El primero es el de los vinos comunes o de mesa, los cuales no tienen carácter definido y por ello también se los denomina genéricos. El segundo segmento es el de los vinos “selección” o finitos, que se trata del primer segmento de vinos finos, también se los denomina en términos comerciales Chablis o Borgoña. El tercer segmento, en donde se encuentran los varietales, está compuesto por los vinos finos propiamente dichos en los cuales el nombre de la bodega y las variedades utilizadas en su elaboración constituyen

²⁶ En el capítulo 7 desarrollaremos con más detalle las políticas nacionales y provinciales que tuvieron mayor relevancia en los cambios producidos en la actividad vitivinícola.

elementos importantes para garantizar su inserción en el mercado. Las principales variedades utilizadas son Chardonnay, Sauvignon Blanc, Syrah, Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noire, Sangiovese, etc. (Azpiazu y Basualdo, 2001: 152). Dentro de este segmento pueden distinguirse dos grandes categorías: los varietales, que son los vinos de menor precio relativo, y los *Premium* y *Ultrapremium* o *Superpremium*, que constituyen los vinos de mayor precio. En todos los casos, se trata de vinos en los que se aplican sistemas de control de calidad en la producción de la uva y en la elaboración del producto, pero tienen diferencias en lo relacionado a la forma de producción y de comercialización. Así, por ejemplo, los vinos *Premium* y *Ultrapremium*, a diferencia de los varietales, además, de elaborarse con variedades nobles de la mayor calidad, son sometidos a técnicas especiales como el añejamiento en roble y en botella en los vinos tintos, la fermentación en roble en los blancos, y el método *champenoise* en los espumantes. Asimismo, en estos vinos de alta gama, la zona de producción de la uva es un elemento importante, lo que ha impulsado el desarrollo incipiente de las Denominaciones de Origen Controladas (D.O.C.) como medio para institucionalizarla (Azpiazu y Basualdo, 2001).

Así en Argentina, al igual que en otros países europeos como Francia, Italia y España, se ha desarrollado las D.O.C. como sistemas que regulan la certificación de los lugares de origen de las cepas empleadas y por tanto, se asegura la alta calidad enológica de los vinos elaborados. Las D.O.C. que se han desarrollado en Mendoza son las zonas de Luján de Cuyo (desde 2005) y San Rafael (2007).

Las características diferenciales de los vinos también pueden ser captadas a partir del envase en que son comercializados: a granel son considerados como *commodities*, es decir con poco valor agregado y cuyos productores son tomadores de precios; en envases de cartón (tetra-brik), sachet y damajuana, son productos (principalmente de vino común) de mediana especialización y los envasados en botella, se los considera productos “especializados” que tienen un mayor valor agregado y existe cierta capacidad en la fijación de precios por parte de los productores. Dentro de esta categoría se encuentran los vinos finos, los espumantes, selección, regionales, una pequeña porción de los vinos comunes, etc. (Azpiazu y Basualdo, 2001).

En el cuadro 2.5 se puede observar por un lado, cómo se retrae el consumo de vino en el mercado interno, llegando en 2010, a 25 litros *per cápita*, menos de la mitad del consumo de 1990. Por otro lado, si bien se puede apreciar el aumento del consumo de vino fino, no debemos olvidar que en 2003 todavía el mayor consumo era de vinos

comunes. De cualquier manera, este incremento del consumo de vinos finos no alcanzaba a contrarrestar el descenso en el consumo de vinos de mesa, por lo que el consumo total continúa decreciendo. Asimismo, en 2010 el consumo de vinos sin mención de varietal superaba a los varietales, si bien estos, año a año han ido creciendo.

Cuadro 2.5. Consumo de vinos por habitante. Total país por tipo de vino. Serie años 1990-2010. En litros.

Años	Mesa	Fino	Otros**	TOTAL
1990	46,0	7,6	0,6	54,2
1991	43,3	8,3	0,8	52,4
1992	40,2	8,7	0,6	49,5
1993	34,5	9,3	0,6	44,4
1994	33,4	9,2	0,6	43,2
1995	32,7	7,9	0,5	41,1
1996	31,5	9,0	0,6	41,1
1997	29,9	9,7	0,7	40,3
1998	28,1	10,0	0,8	38,8
1999	27,6	10,2	0,9	38,7
2000	26,9	10,2	0,7	37,7
2001	26,3	9,4	0,6	36,3
2002	23,9	8,6	0,5	32,9
2003	22,8	10,2	0,7	33,7
Años	Sin determinar variedad	Varietales	Otros**	Total
2004	26,6	2,5	0,8	29,9
2005	22,4	5,7	1,1	29,2
2006	23,5	4,7	1,0	29,2
2007	22,9	5,1	1,1	29,1
2008	21,4	5,3	1,1	27,8
2009	20,5	5,2	1,0	26,7
2010	18,8	5,0	1,1	24,9

*A partir de la Liberación de los vinos nuevos, (Res. INV N° 12 /04) se pone en marcha el proceso de DESCATEGORIZACIÓN DE LOS VINOS, debiéndose indicar solamente con la palabra VINO.

**Incluye los vinos espumante, regional, vino para cocinar, ritual, compuestos y vinos destinados a fábricas.

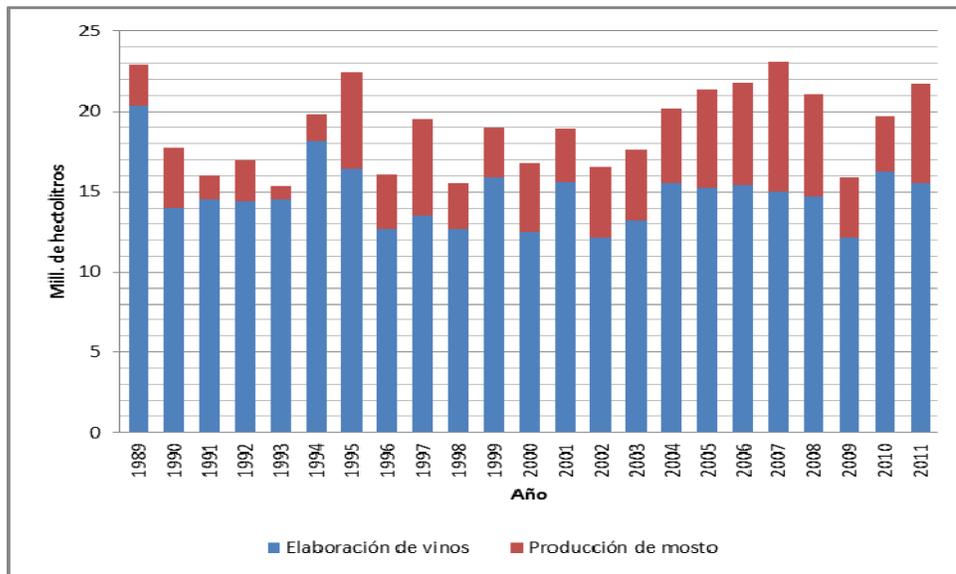
Fuente: INV

También es importante destacar que en la década de 1990 se produce un crecimiento importante del mosto²⁷. Para visualizar el crecimiento del mosto, presentamos el siguiente gráfico. La cantidad de mosto elaborado pasó de representar el 11% del total

²⁷ En el capítulo 7 explicaremos cómo el crecimiento del mosto fue impulsado por el Acuerdo que firman las provincias de Mendoza y San Juan con el objetivo de diversificar la producción.

de hectolitros vinificados (vino más mosto) en 1989 a representar el 35% en 2007 (año en que Argentina llegó a ser el principal exportador de mosto a nivel mundial) y el 28,5% en 2011 (según datos del INV).

Gráfico 2.1: Elaboración de vino y producción de mosto de Argentina (en millones de hectolitros) según año (1989-2011).



Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Ahora bien, la evolución de los ingresos generados por cada tipo de producto y su participación en el total de ingresos del complejo vitivinícola entre 1991- 2003 muestra cómo a medida que pasan los años decrece la participación del vino común, aumentando el de vino fino. De todas formas, todavía en 2003 los ingresos por los *commodities* (vino común y mosto) representan casi el 50%.

Cuadro 2.6. Ingresos del sector vinícola (vinos más mostos) en millones de pesos y porcentajes de productos según año. Mendoza. Años 1991-2003.

Año	Millones de pesos	Vino de mesa	Vino fino	Mosto	Total
		%			
1991	164,7	86,8	5,4	7,8	100,0
1992	197,8	89,2	4,8	6,0	100,0
1993	206,5	93,6	5,4	1,0	100,0
1994	132,3	86,7	9,1	4,2	100,0
1995	122,0	59,2	13,3	27,4	100,0
1996	208,6	56,8	14,9	28,3	100,0
1997	279,6	52,5	24,2	23,3	100,0
1998	330,5	59,4	29,2	11,3	100,0
1999	294,7	55,1	27,3	17,5	100,0
2000	265,9	53,0	32,5	14,5	100,0
2001	248,4	39,9	44,3	15,9	100,0
2002	478,7	31,5	51,6	17,0	100,0
2003	730,7	33,3	53,3	13,4	100,0

Fuente: DEIE en base a datos del INV.

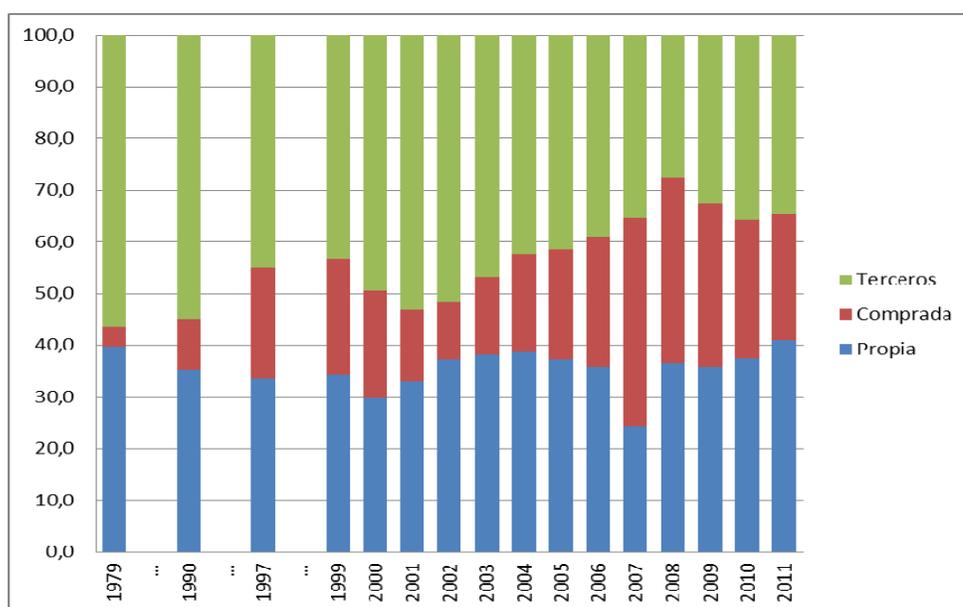
2.3.2.2. Disminución de establecimientos y aumento de la integración vertical

Un segundo proceso a considerar es la disminución en el número total de establecimientos vitivinícolas en las décadas de 1980 y 1990. Si bien a partir de 2001, esa tendencia se revierte, la cantidad de bodegas existentes en 2010 está por debajo de los valores de las décadas anteriores. Según datos del INV, en 1980 las bodegas inscriptas en Mendoza eran 1320, pasando a 1248 en 1990. En 2001, el INV registra apenas 824 que aumentan a 927 en 2010 (último dato disponible).

Además de la disminución de establecimientos, en las últimas décadas se registra una creciente integración vertical desde el sector industrial, hacia atrás con la adquisición y reconversión de viñedos, y hacia adelante con el avance sobre el fraccionamiento y comercialización. Algunas empresas introdujeron un *management* profesionalizado en las distintas etapas: en la supervisión de la producción, en la industrialización, en el control de calidad y en el gerenciamiento.

A lo largo de la serie de años que se presentan en el gráfico 2.2, observamos cómo ha ido disminuyendo la elaboración por cuenta de terceros²⁸ que pasó de constituir el 55% de la producción en 1990 a representar el 35% en 2011. A su vez, han crecido las modalidades de ingreso de uva para vinificar a bodegas: propia y comprada. De todas formas, obviamente esta variable no alcanza para analizar la integración vertical del sector vitivinícola y las formas de control de la industria sobre los productores independientes de uva.

Gráfico 2.2. Porcentaje de ingreso de uva a bodega por modalidad de ingreso según año. Mendoza. Años 1979, 1990, 1997 y 1999-2011.



Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

En el caso de los agricultores independientes (aquellos que se dedican sólo a la producción de uva), la producción de uva fina presupone una fuerte articulación del sistema productivo y la organización de las labores a las exigencias formuladas por la industria: ésta es la que estipula condiciones de entrega, calidades y en tal sentido, influye en cómo el agricultor lleva a cabo su producción. Las bodegas se abastecen tanto con uvas de producción propia (alrededor del 50%) como de la compra a productores, con quienes, en general, no establecen contratos formales pero sí

²⁸ La elaboración por cuenta de terceros es la elaboración de vino que realizan las bodegas a cuenta de, generalmente, productores, que prefieren elaborar vino a vender la uva directamente. El costo de este servicio de elaboración es abonado por los productores con un porcentaje del vino elaborado.

supervisan a través de sus ingenieros agrónomos, el manejo de los viñedos, el momento y la forma en que se realizan las distintas labores culturales, etc. Esta supervisión les permite transferir al productor riesgos por inclemencias climáticas (como granizo, helada, etc.).

Existe una diversidad de productores de uva que varía según la estrategia socio-productiva y la posición que ocupan en el complejo vitivinícola. Los tipos de productores abarcan desde aquellos que sólo producen uva para vino común o mosto, poseen pocas hectáreas y no mantienen relaciones estables con ningún establecimiento industrial hasta aquellos que se encuentran totalmente integrados a alguna bodega y se dedican a la producción de uva de alta calidad enológica. Finalmente, por aquellos que además de producir uva también elaboran vino, ya sea a través del sistema por cuenta de terceros o a través de cooperativas. Aunque el productor es siempre el eslabón más débil de este complejo, la cantidad y la calidad de la uva, la zona vitivinícola donde se localizan, la tecnología que aplican, y la diversificación de calidad y de producto son variables que van a influir en el mayor o menor poder de negociación de estos sujetos.

2.3.2.3. Reestructuración de la etapa de producción primaria

En el ámbito agrario se produjo un proceso de erradicación y abandono de antiguas plantaciones, reconversión de viñedos para vino común a variedades finos (principalmente, Malbec, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir y Syrah y blancas como Chardonnay, Sauvignon Blanc) y la implantación de nuevos viñedos. La reorientación del cultivo hacia cepajes finos ha transformado al mercado de tierras volviéndolo altamente selectivo, tanto en la compra de viñedos existentes como en la adquisición de tierras no utilizadas, incorporadas a la producción en base a tecnologías de riego de avanzada²⁹. Si bien globalmente, durante los años '80 y en menor medida los '90, la superficie implantada con vid y la cantidad de viñedos disminuyeron significativamente, a partir de 2000, ambas experimentan un incremento de 9,3% y de 2,1% respectivamente (cuadro 2.7).

²⁹ Basado en el riego presurizado (sistemas de riego por goteo y micro-aspersión), el cual, elimina la acequia, reduciendo el uso del agua a la necesaria para la planta, evitando el lavado o la salinización de los suelos (Richard-Jorba 2008a: 103).

Cuadro 2.7. Evolución de la superficie con viñedos en has. Mendoza. Años 1979, 1990, 2000 y 2011.

Año	Sup. con viñedos (en has)	Cantidad de viñedos	Producción de uva (en quintales métricos)
1979	230.925	29.391	20.817.000 (1980)
1990	146.709	20.118	15.142.197
2000	141.081	16.014	21.165.855
2011	154.215	16.361	19.063.035

Fuente: elaboración propia en base a datos del Informe “Operativo de Actualización del Registro Nacional de Viñedos 2010/2011”, INV y estadísticas de la página web del INV.

Hay que destacar que la disminución de viñedos no alcanzó del mismo modo a todas las explotaciones. Como se observa en el cuadro 2.8, en Mendoza entre 1990 y 2002, los estratos de hasta 5 hectáreas con vid son los que registran una merma tanto en términos de la cantidad de viñedos como la superficie ocupada, mientras que en el otro extremo, las explotaciones con más de 25 hectáreas aumentan levemente pero alcanzan a controlar hacia 2002 poco más del 40% de la superficie con vid en la provincia. En tal sentido, se registra un proceso de concentración también en la etapa de producción primaria, si bien es importante retener el peso que mantiene la pequeña escala, que en 2002 todavía representaba el 77% de las explotaciones vitivinícolas.

Cuadro 2.8. Porcentaje de viñedos y superficie según estratos de tamaño. Mendoza. Años 1990, 2002 y 2009.

Escala Superficie (has.)	Viñedos (%)			Superficie de viñedos (%)		
	1990	2002	2009	1990	2002	2009
De 0 hasta 5	64,2	58,3	56,6	19,8	16,2	14,7
> 5 hasta 10	19,1	20,4	20,6	18,9	16,8	15,9
> 10 hasta 25	12,2	14,7	15,5	26,0	26,2	26,0
> 25	4,6	6,5	7,2	35,3	40,7	43,3
Total %	100	100	100	100	100	100
Total N	20.118	16.394	16.983	146.707	144.954	160.703

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Del total de la superficie implantada con vid para vinificar (cuadro 2.9.), las variedades de alta calidad enológica representaban en 1990 el 42%, aumentando en 2009 al 66% (INV). Ello no significa, sin embargo, que la producción del tipo de uva para vino común sea menor, ya que los viñedos de uva común se destacan justamente por su alta

productividad. Las variedades finas, para expresar su potencial, por lo general precisan ser complementadas con sistemas de protección y manejos culturales particulares. En tal sentido, la introducción de variedades finas implicó innovaciones tecnológicas, que requirieron no solo inversiones de capital (como sucede con los sistemas de protección contra granizo, o los sistemas de riego) sino también de la profesionalización en el manejo del cultivo (sistemas de conducción, manejo del follaje, modalidades más reguladas de riego según etapa del proceso productivo).

Cuadro 2.9. Superficie implantada con vid (en hectáreas) por año según calidad de la uva. Mendoza. Años 1990, 2000 y 2009.

Calidad de uva	Superficie implantada con vid (has)		
	Año		
	1990	2000	2009
Variedades alta calidad enológica	60.608	80.216	105.218
Otras variedades para vinificar	83.801	58.987	53.315
Total	146.408	139.203	158.533

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

2.3.2.4. Expansión territorial de la vitivinicultura

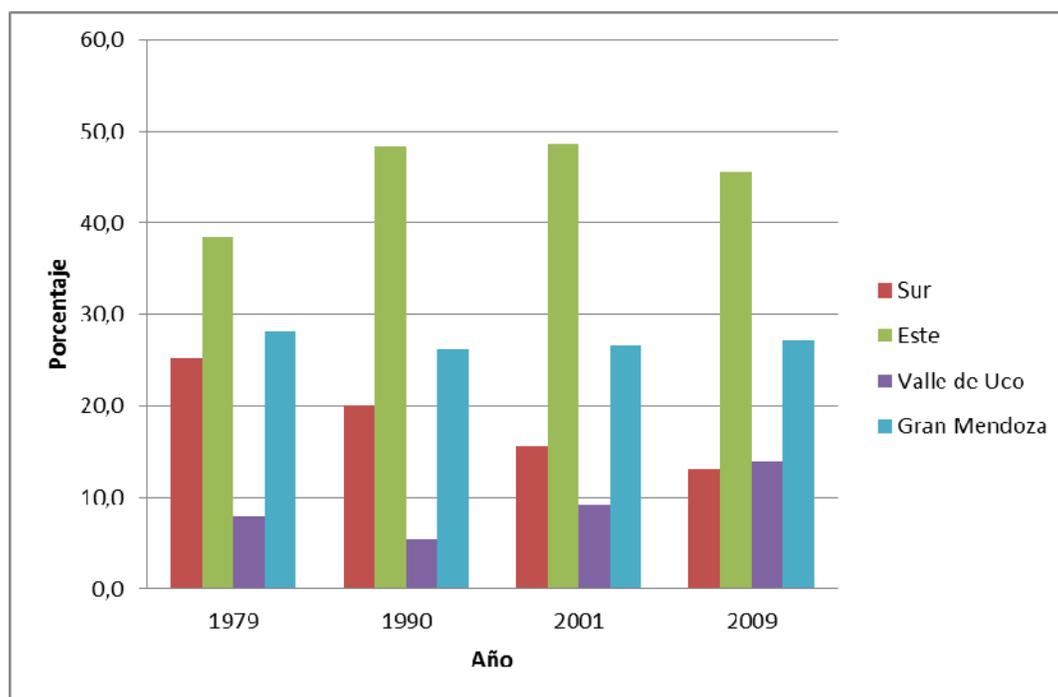
Otro proceso destacable en las últimas décadas ha sido la puesta en producción de nuevas zonas, que rápidamente se valorizaron por su aptitud para la producción de variedades finas. Estas variedades requieren de suelos y climas con características específicas³⁰. De tal modo, se produce una diferenciación de regiones que acompaña la diferenciación de productos, lo que alienta a la vez, las visiones que sostienen la coexistencia en la actualidad, de dos modelos productivos. “Mientras que la zona este de Mendoza, de fácil acceso y bajo precio, integraba el marco de la cantidad, el marco tecnológico de la calidad se vincula con zonas montañosas altas como el Valle de Uco” (Maclaine Pont y Thomas, 2009:83), región cuyas condiciones naturales son valoradas

³⁰ Si bien en los países vitivinícolas más tradicionales como Francia, fue donde más se desarrolló la idea de *terroir* (que intenta identificar vinos con regiones de características únicas y diferenciales), en las últimas décadas en los países del Nuevo Mundo Vitivinícola (que apoyaron su expansión moderna en los varietales) comenzaron a trabajar también esa dirección. Particularmente, en Argentina existe un manifiesto y reciente interés por entender las diferencias y caracterizar el *terroir* asociado a una variedad (Winesur, 2012).

para la producción de tipos de vinos especiales como son los llamados “vinos de altura” (Azpiazu y Basualdo, 2001:99).

Las características de la territorialización de los nuevos procesos pueden observarse claramente en el cuadro 2.10, en el que puede apreciarse que la única zona vitivinícola³¹ con una tasa de variación positiva respecto de la superficie cultivada con vid es el Valle de Uco, mientras que la mayor tasa de variación negativa se registra en la zona Sur. Vale destacar que aunque entre 1979 y 2009, la zona Este sufrió la disminución de superficie cultivada con vid, mantiene sin embargo su fuerte predominio histórico representando en el último año mencionado el 46% de la superficie cultivada con vid de la provincia (gráfico 2.3).

Gráfico 2.3. Porcentaje de superficie cultivada con vid por año según zona. Mendoza. Años 1979, 1990, 2001 y 2009.



Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Respecto a la cantidad de bodegas, podemos destacar que en el período que transcurre entre 1979 y 2001, en promedio, la zona de mayor variación negativa, nuevamente, fue el Sur. Por el contrario, se destaca por su crecimiento en el período 2001-2009 el Valle

³¹ Las zonas están formadas por los siguientes departamentos: sur (General Alvear y San Rafael), este (Junín, La Paz, Rivadavia, San Martín y Santa Rosa), Valle de Uco (San Carlos, Tunuyán, Tupungato) y Gran Mendoza (Godoy Cruz, Guaymallén, Luján de Cuyo, Maipú Las Heras y Lavalle).

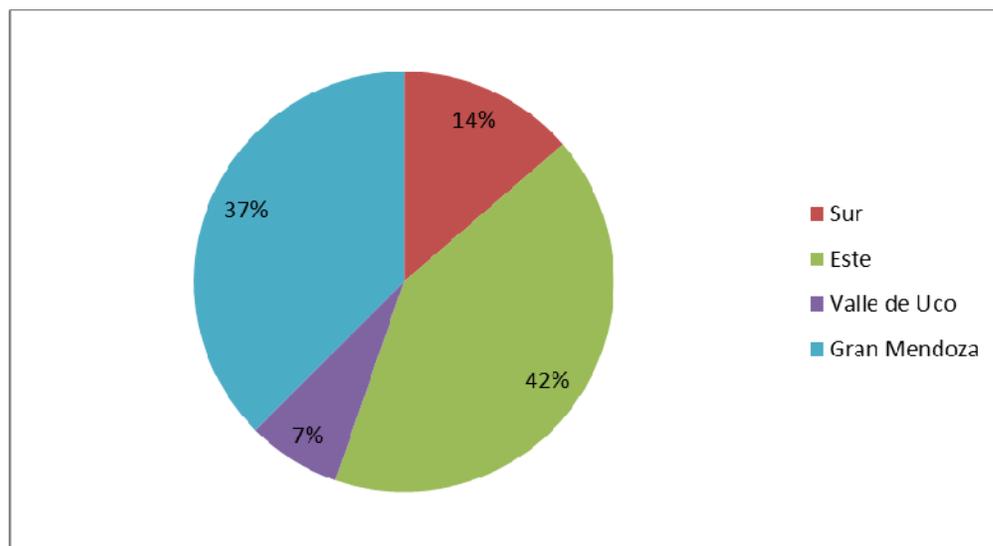
de Uco, y en segundo lugar, la zona del Gran Mendoza (cuadro 2.10). Esta última región incrementa su participación en el total de bodegas de la provincia desde 1979, aunque nuevamente el Este mantiene la mayor proporción de bodegas en relación al total de establecimientos de la provincia en el año 2009 (gráfico 2.4).

Cuadro 2.10. Cantidad de bodegas inscriptas por año según zona y tasas de variación media anual. Mendoza. Años 1979, 1990, 2001 y 2009.

Zona	Cantidad de bodegas				Tasa de variación anual	
	Año				2001-1979	2009-2001
	1979	1990	2001	2009	%	
Sur	291	261	112	127	-2,8	1,7
Este	513	513	377	387	-1,2	0,3
Valle de Uco	65	49	44	67	-1,5	6,5
Gran Mendoza	429	425	291	348	-1,5	2,4
Total	1.298	1.248	824	929	-1,7	1,6

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Gráfico 2.4. Porcentaje de bodegas según zona. Mendoza. Año 2009.



Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

En cuanto a la producción de vino por zona (cuadro 2.11), resalta en el período 1979-1997 la caída de la producción de la zona Sur y del Valle de Uco (con una tasa de variación anual de -3,2%); sin embargo, a partir de ese año y hasta 2009, el Valle de Uco registra un incremento significativo (con una tasa de variación anual de 4,8%) a diferencia de la zona Sur, cuya producción de vino siguió disminuyendo. La zona Este mantiene la primacía en el total de vino elaborado en la provincia (47% en 2009).

Cuadro 2.11. Elaboración de vino (en hectolitros) por año según zona y tasas de variación media anual. Mendoza. Años 1979, 1990, 1997 y 2009.

Zona	Elaboración de vino (en hectolitros)				Tasa de variación anual media	
	Año				1979-1997	2009-1997
	1979	1990	1997	2009	%	
Sur	2.609.309	1.384.324	1.096.491	836.934	-3,2	-2,0
Este	8.053.325	4.237.379	5.115.459	4.316.398	-2,0	-1,3
Valle de Uco	970.306	309.054	413.203	654.777	-3,2	4,8
Gran Mendoza	6.137.888	2.922.795	3.464.483	3.407.005	-2,4	-0,1
Total	17.770.828	8.853.552	10.089.636	9.215.114	-2,4	-0,7

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

2.3.2.5. La orientación exportadora

Otro proceso que caracteriza la dinámica de cambio de la actividad vitivinícola es el crecimiento de las exportaciones. La devaluación de la moneda en 2002 dio impulso a un proceso que ya había comenzado en la década del '90, asociado a la disminución del consumo interno.

La dinámica exportadora registra diferentes etapas: una primera etapa que va de 1990 a 1994 donde se da un crecimiento lento; un segundo período, de 1994 a 2002, donde se registra un mayor aumento de los valores y los volúmenes de vino exportado, aunque se producen unas pequeñas caídas en 1999 y 2002 y por último, una tercera etapa de consolidación (a partir de 2003) cuando crecen fuertemente los volúmenes y los valores exportados (Martín, 2009: 60).

En cuanto a los principales países de destino de los productos vitivinícolas de Mendoza se destacan por orden de importancia: Estados Unidos, Canadá, Brasil, Países Bajos y Reino Unido. En conjunto, estos cinco países representaron en 2010 el 63,5% del destino de las exportaciones totales del complejo vitivinícola (vinos y mostos), destacándose los primeros dos con el 46% (según datos de ProMendoza).

Si se considera específicamente las exportaciones de vino, se observa que las cantidades exportadas según calidad han ido variando a lo largo de los años, registrando entre 1993 y 1998 mayor proporción los vinos de mesa. Sin embargo, el valor total de las ventas de vinos finos a lo largo de estos años (a excepción de 1995) siempre ha sido superior al de vino común o de mesa, profundizándose la diferencia a partir de 1997 (según datos del INV).

Respecto a la modalidades de envío predomina el fraccionado, pero también varía según los años, ya que entre los años 2006 y 2008 la venta a granel al mercado internacional alcanzó a casi el 50% del volumen exportado (cuadro 2.12). Por el contrario, en términos de ingresos, el vino fraccionado ha representado más del 85% (cuadro 2.13).

Cuadro 2.12. Evolución de las exportaciones de vinos según modalidad de envío (en hectolitros y porcentaje). Argentina. Años 1999-2011.

Año	Granel		Fraccionado		Total	
	HI	%	HI	%	HI	%
1999	186.412	21,2	694.049	78,8	880.461	100
2000	160.689	19,1	682.334	80,9	843.023	100
2001	156.634	17,8	724.984	82,2	881.618	100
2002	681.011	55,2	553.397	44,8	1.234.408	100
2003	967.139	52,2	885.121	47,8	1.852.260	100
2004	422.692	27,2	1.130.699	72,8	1.553.391	100
2005	715.639	33,3	1.432.119	66,7	2.147.759	100
2006	1.315.618	44,8	1.618.631	55,2	2.934.248	100
2007	1.708.185	47,5	1.889.517	52,5	3.597.702	100
2008	2.033.143	49,1	2.107.405	50,9	4.140.548	100
2009	672.786	23,8	2.157.705	76,2	2.830.491	100
2010	462.711	16,9	2.281.600	83,1	2.744.311	100
2011	990.973	31,8	2.120.844	68,1	3.111.817	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Cuadro 2.13. Evolución de las exportaciones de vinos según modalidad de envío- (en miles de dólares y porcentaje). Argentina. Años 1999-2011.

Año	Granel		Fraccionado		TOTAL	
	Miles de dólares	%	Miles de dólares	%	Miles de dólares	%
1999	14.408	12,3	102.926	87,7	117.334	100
2000	11.740	9,4	113.137	90,6	124.877	100
2001	10.639	7,1	138.257	92,8	148.896	100
2002	17.646	13,7	110.757	86,3	128.403	100
2003	23.558	13,9	145.592	86,1	169.150	100
2004	19.306	8,3	212.175	91,7	231.481	100
2005	27.803	9,2	274.611	90,8	302.414	100
2006	41.030	10,8	338.367	89,2	379.397	100
2007	54.906	11,4	4 27.419	88,6	482.325	100
2008	78.661	12,6	5 43.329	87,3	621.991	100
2009	33.975	5,4	5 96.861	94,6	630.836	100
2010	37.583	5,1	696.295	94,9	733878	100
2011	88.879	10,6	745.283	89,3	834161	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

Si analizamos las exportaciones según modalidad de envío y tipo de vino en 2011 (cuadro 2.14), observamos que el 61% del envío a granel corresponde a vino sin mención de varietal. En cambio, para la modalidad de envío fraccionado el 81% es vino con alguna mención de varietal. De todas formas, tenemos que tener en cuenta que del total de exportaciones de vino, el 30% de la producción y el 12% de los ingresos corresponden a vinos sin mención de varietal, es decir, a vinos de menor calidad.

Cuadro 2.14. Exportaciones de vino por modalidad de envío según tipo de vino (en hectolitros y miles de dólares). Argentina. 2011.

Tipo de vino	En hectolitros					
	Granel	%	Fraccionado	%	Total	%
S/mención de varietal	605.581,6	61,1	343.616,1	16,2	949.197,7	30,5
Varietal	385.051,2	38,9	1.728.014,8	81,5	2.113.065,9	67,9
Otros Vinos**	340	0,03	49.213,6	2,3	49.553,6	1,6
Total	990.972,8	100	2.120.844,4	100	3.111.817,2	100
	En miles de dólares					
S/mención de varietal	42.429,2	47,7	59.867,3	8	102.296,5	12,3
Varietal	46.414,8	52,2	663.213,8	89	709.628,6	85,1
Otros Vinos**	34,6	0,04	22.201,5	3	22.236,2	2,7
Total	88.878,6	100	745.282,6	100	834.161,3	100

**incluye espumoso, especial, ritual, frisante, vermouth, gasificado, para cocinar y espumoso con pulpa
Fuente: elaboración propia en base a datos del INV.

El crecimiento de las exportaciones implicó un cambio en el patrón de acumulación de la actividad. En efecto, los datos existentes (del año 1998) muestran que en poco menos de una década, los ingresos por exportaciones alcanzaron a representar un tercio de los ingresos totales de la actividad, mientras que con anterioridad a la década de 1990, casi el total de ingresos provenían de las ventas en el mercado interno. Este patrón se profundiza en la década siguiente –fundamentalmente a partir de 2002, año de la devaluación del peso argentino-, y en 2010, las ventas por exportaciones llegaron a representar el 66% de los ingresos totales, invirtiendo así la proporción existente anteriormente. De todos modos, es importante destacar el aumento de los ingresos por la venta al mercado interno y la baja de las exportaciones luego de 2009, en el contexto de la crisis internacional (cuadro 2.15 y gráfico 2.5).

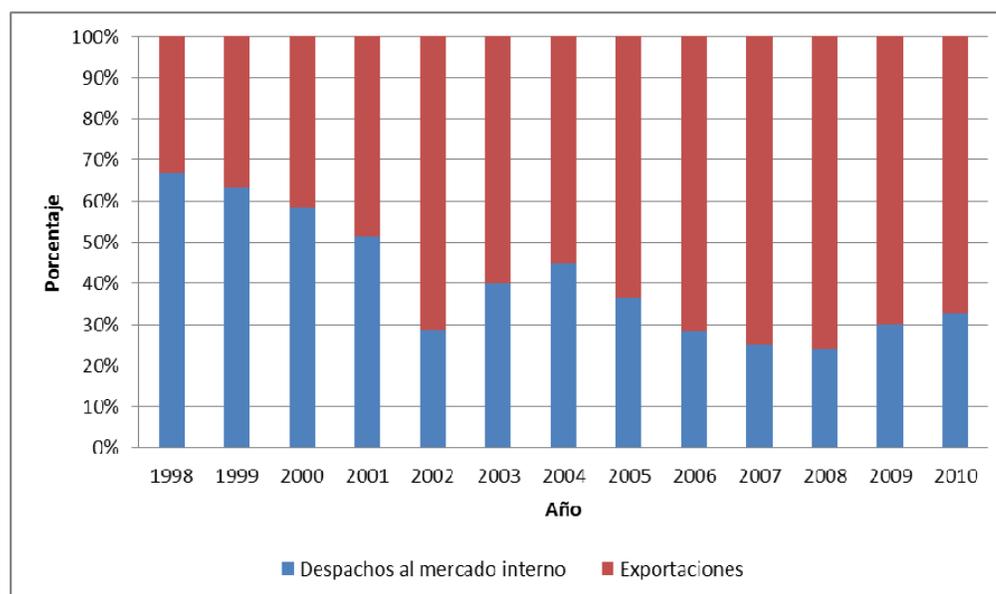
Cuadro 2.15. Ingresos del sector vinícola, en millones de pesos por participación de destino comercial según años. Mendoza. Años 1998-2010.

Año	Millones de pesos	Despachos al mercado interno	Exportaciones de vinos	Exportaciones de mostos
		%		
1998	486	65,9	25,4	7,7
1999	421,6	63,4	24,4	12,3
2000	353,3	58,3	31,1	10,6
2001	360,3	51,4	37,7	10,9
2002	713,7	28,4	55,5	16,1
2003	936	39,8	48,2	12,0
2004	1392,2	44,9	45,4	9,7
2005	1499,4	36,4	52,8	10,9
2006	1740,8	28,4	60,2	11,5
2007	2171,6	25,2	60,6	14,2
2008	2986,0	24,0	62,3	13,7
2009	3408,6	30,0	62,3	7,6
2010*	4255,2	32,9	61,5	5,6

*Dato provisorio

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DEIE en base a datos del INV y de la Bolsa de Comercio de Mendoza.

Gráfico 2.5. Porcentaje de los ingresos del sector vinícola según destino comercial. Mendoza. Años 1998-2010.



Fuente: elaboración propia en base a datos publicados por DEIE.

2.3.2.6. El ingreso de nuevos capitales

Un último proceso que destacamos es el ingreso de inversiones extranjeras y de nuevos inversores nacionales. Este tema lo desarrollaremos ampliamente en los próximos capítulos, aquí sólo queremos hacer una breve referencia a este proceso por su importancia en la reconversión vitivinícola. La entrada de capitales extranjeros se produce en el contexto de la total liberalización del mercado de capitales en el país, así como de la promoción y la facilitación del ingreso líquido de recursos externos.

En general, estos capitales extranjeros desplegaron sus estrategias de expansión combinando su *know how*, marcas y redes de comercialización con las oportunidades que ofrecía una industria desarrollada y la disponibilidad de tierras de calidad agroecológica para diversas variedades de vid. Sumado a la prohibición en Europa de implantar nuevas vides y en un contexto en el cual crecía la imagen de Argentina como país de vinos de calidad.

Para terminar este apartado, es importante aclarar, que más allá de los cambios mencionadas y considerando los datos y los análisis presentados, en la vitivinicultura actual los rasgos derivados del proceso de reconversión coexisten con la persistencia de orientaciones productivas tradicionales, como es la elaboración de vino de mesa o común, que continúa teniendo importancia, tanto para el conjunto de la agroindustria como para una proporción significativa de los productores y empresas vitivinícolas. De la misma forma, el mercado interno mantiene su importancia en la dinámica de la actividad: aunque la demanda interna haya disminuido en las últimas décadas, la producción destinada a ese mercado todavía representa una mayor proporción en relación a las exportaciones. De cualquier manera, como veremos más adelante, esta coexistencia no implica la caracterización de la vitivinicultura actual como compuesta de “dos modelos productivos”. Al contrario, la diversidad de situaciones, de tipos de bodegas y de formas de producción hacen difícil el intento de conceptualizar a la actividad en términos de un planteo dicotómico.

Por último, se desprende de la lectura de los datos, que es difícil ver a la reconversión vitivinícola como un proceso lineal.

2.3.3. Caracterización de los establecimientos vitivinícolas en la última década.

A continuación analizaremos las características de los establecimientos vitivinícolas de Mendoza, a partir de datos provistos por el INV para el año 2011³². Sobre la base de esta información, construimos una primera tipología de las bodegas mendocinas en la actualidad.

Para ello, consideramos tres variables. La primera refiere a las modalidades de comercialización, distinguiendo la venta a granel del fraccionamiento; categorizamos a las primeras como trasladistas y a las segundas como fraccionadoras (aunque en este caso, la bodega fraccione sólo parte de su producción). La segunda variable considera la orientación de mercado (interno o externo). La tercera variable sólo se analiza en el caso de las bodegas fraccionadoras, considerando la proporción de vino genérico o varietal sobre el total fraccionado³³.

Sobre el cruce de estas variables pudimos identificar dos tipos de bodegas de trasladistas:

1) las que venden exclusivamente al mercado interno. Este tipo de bodegas eran características del anterior modelo productivo y todavía subsisten en 2011. Las llamaremos TRADICIONALES.

2) las que venden aunque sea algún porcentaje al mercado externo. En estas bodegas se combinan elementos de los dos modelos: el tradicional y el que comienza a desarrollarse con la reestructuración de la actividad vitivinícola. Llamaremos a este tipo TRASLADISTAS-MERCADO EXTERNO.

Además, identificamos cinco tipos de bodegas fraccionadoras:

3) aquellas en las que se observa una predominancia de fraccionamiento de vinos genéricos y orientación mayoritaria al mercado interno. Este tipo está más cerca del anterior modelo vitivinícola. Las denominaremos FRACCIONADORAS TRADICIONALES.

4) aquellas en las que puede identificarse una predominancia de fraccionamiento de vinos genéricos y orientación mayoritaria al mercado externo. Este tipo podría ser una combinación del modelo tradicional y del que se empieza a desarrollar a partir de los '90. Las denominaremos FRACCIONADORAS DE GENÉRICOS Y MERCADO EXTERNO.

5) aquellas en las que se presenta una predominancia de fraccionamiento de varietales y orientación mayoritaria al mercado interno. Este tipo sería también una combinación del

³² Vale aclarar que la unidad de análisis son los establecimientos vitivinícolas, es decir, las bodegas elaboradoras y no las empresas. La diferencia es que una empresa puede ser propietaria de varias bodegas. De todas formas, estos datos nos darán una primera imagen de la estructura productiva vitivinícola de la provincia de Mendoza. Para más detalles acerca de la fuente, de la construcción de las variables y del procesamiento de los datos, ver el anexo I.

³³ No se disponía de los datos para hacerlo sobre el total elaborado, ni de las trasladistas ni de las fraccionadoras.

modelo tradicional y del que se empieza a desarrollar a partir de los '90, las llamaremos **FRACCIONADORAS DE VARIETALES Y MERCADO INTERNO**.

6) aquellas en las que predomina el fraccionamiento de variedades y la orientación mayoritaria al mercado externo. No incluye a las que se dedican exclusivamente a variedades. Este tipo de bodegas es un emergente del nuevo modelo vitivinícola. Las denominamos **FRACCIONADORAS DE PRED. VARIETALES Y MERCADO EXTERNO**.

7) aquellas en las que se hace fraccionamiento de vinos variedades exclusivamente y tienen orientación predominante al mercado externo. Este tipo de bodegas son las que más acabadamente asumen las nuevas lógicas productivas. Las nombraremos como **FRACCIONADORAS MODERNAS**.

Presentada la tipología de bodegas, nos interesa ahora ponderar sus pesos relativos (cuadro 2.16). Así en consonancia con lo que venimos desarrollando en este capítulo registramos que el primer tipo, el de las trasladistas tradicionales, constituyen entre el 40% y el 50% del total de bodegas, si bien hubo una tendencia a disminuir su importancia relativa entre 2004 y 2011. A su vez, han crecido las fraccionadoras de variedades. En particular las orientadas al mercado interno, que en 2011 representan el 23,5% de bodegas. Por su parte, los otros dos tipos, más cercanos al modelo que se desarrolla con la reconversión, en conjunto representan sólo el 8% en 2011, aunque han tenido un crecimiento importante desde 2004.

Cuadro 2.16. Tipo de establecimiento por cantidad y porcentaje. Mendoza. 2004 y 2011.

Tipo de establecimiento	Año			
	2004		2011	
	Cant.	%	Cant.	%
Trasladistas tradicionales	322	51,9	305	43,9
Trasladistas-mercado externo	16	2,6	34	4,9
Fraccionadoras tradicionales	162	26,1	116	16,7
Fraccionadoras de genéricos y mercado externo	12	1,9	20	2,9
Fraccionadoras de variedades y mercado interno	100	16,1	163	23,5
Fraccionadoras de pred. variedades y mercado externo	7	1,1	37	5,3
Fraccionadoras modernas	2	0,3	19	2,7
Total	621	100	694	100

Fuente: procesamiento propio en base a datos del INV.

Observamos asimismo que casi la mitad del vino producido en Mendoza es elaborado por bodegas trasladistas que venden toda su producción al mercado interno, por lo cual gran parte corresponde a vinos comunes. En segundo lugar, encontramos a aquellas que son fraccionadoras de vinos genéricos predominantemente y también orientadas al mercado interno. En conjunto, estos dos tipos de bodegas, que como destacamos tienen lógicas propias del modelo productivo “tradicional”, concentran casi el 70% de la producción de vinos (cuadro 2.17).

En cuanto a la productividad, se destacan las bodegas trasladistas orientadas al mercado externo, y las fraccionadoras tradicionales, con promedios anuales superiores a los 20.000 hectolitros. Hay que destacar que las bodegas fraccionadoras que elaboran predominantemente varietales y se orientan al mercado externo poseen una alta productividad, la elaboración media anual supera a los 25.000 hectolitros. Sin embargo, estos datos muestran que lejos de haber implicado el arrinconamiento de las bodegas tradicionales (trasladistas y en menor medida las fraccionadoras), este conjunto de establecimientos sigue explicando una parte importante del comportamiento de las principales variables de la actividad vitivinícola.

Cuadro 2.17. Tipo de establecimiento vitivinícola por elaboración promedio y cantidad total de elaboración de vino y mosto. Mendoza. 2011.

Tipo de establecimiento	Elaboración promedio	Total de elaboración	
	HI	HI	%
Trasladistas tradicionales	22.876,79	6.977.421,67	46,6
Trasladistas-mercado externo	46.128,76	1.568.377,95	10,5
Fraccionadoras tradicionales	25.827,50	2.995.990,49	20,0
Fraccionadoras de genéricos y mercado externo	14.676,51	293.530,10	2,0
Fraccionadoras de varietales y mercado interno	11.711,04	1.908.899,20	12,7
Fraccionadoras pred. varietales y mercado externo	28.861,80	10.67.886,46	7,1
Fraccionadoras modernas	8.625,90	163.892,17	1,1
Total	21.579,25	14.975.998	100

Fuente: procesamiento propio en base a datos del INV.

Otro aspecto que interesa conocer es el tamaño de las bodegas. Los límites para definir a una empresa en diferentes tamaños fueron construidos a partir de los utilizados por Bocco, Dubbini, Rotondo y Yoguel (2007) y de la consulta con especialistas. De esta

forma, denominamos a una bodega como “muy pequeña” si elabora menos de 500 mil litros, “pequeña” si elabora entre 500 mil y hasta 1 millón de litros de vino, “mediana-pequeña”, si produce entre 1 y 5 millones, “grande” si elabora entre 5 y 10 millones y “muy grande” si produce 10 millones de litros de vino o más.

Los dos tamaños que se destacan en el total son el muy pequeño y el mediano pequeño, que en conjunto representan más del 80% de los establecimientos vitivinícolas. Más allá de la existencia de procesos de concentración –que analizaremos en los capítulos siguientes– estos datos muestran que los mismos coexisten con una significativa heterogeneidad de la estructura productiva a la vez que hablan de la posibilidad que se da en la actual vitivinicultura de elaborar pequeñas cantidades. En ese sentido, las grandes y muy grandes representan, en conjunto, poco más del 11% del total de establecimientos. A su vez, el 83,8% de las bodegas grandes o muy grandes se concentran en las trasladistas (en sus dos tipos) y en las fraccionadores tradicionales y son en total 67 bodegas³⁴, lo que es consistente con su estrategia de producción a gran escala (cuadro 2.18).

Cuadro 2.18. Tipo de establecimiento vitivinícola por tamaño (en porcentaje). Mendoza. 2011.

Tipo de establecimiento	Tamaño del establecimiento					Total
	Muy peq.	Peq.	Mediano- peq.	Grande	Muy grande	
	%					
Trasladistas tradicionales	27,2	21,0	38,7	9,8	3,3	100
Trasladistas-mercado externo	44,1	11,8	14,7	14,7	14,7	100
Fraccionadoras tradicionales	38,8	9,5	37,1	9,5	5,2	100
Fraccionadoras de genéricos y mercado externo	55,0	20,0	15,0	5,0	5,0	100
Fraccionadoras de variedades y mercado interno	60,1	12,3	23,3	2,5	1,8	100
Fraccionadoras de pred. variedades y mercado externo	43,2	24,3	24,3	0,0	8,1	100
Fraccionadoras modernas	68,4	5,3	21,1	5,3	0,0	100
Total	40,5	16,3	31,7	7,5	4,0	100

Fuente: procesamiento propio en base a datos del INV.

Respecto a las zonas de Mendoza donde se encuentran localizadas las bodegas (cuadro 2.19), como ya mencionamos, el Este es la región más importante seguida por el Gran

³⁴ Estos datos surgen del análisis de las variables tamaño del establecimiento y tipo de establecimiento calculando los porcentajes por columna y no por fila como en el cuadro 2.17. Omitimos el cuadro a los efectos de aliviar la lectura.

Mendoza. La distribución de los diferentes tipos de bodegas según zonas muestra que el 68% de las trasladistas y el 40% de las fraccionadoras tradicionales se ubican en la zona Este, la región en que históricamente tuvo más peso la vitivinicultura. En cambio, las trasladistas que se orientan al mercado externo y las fraccionadoras de genéricos se localizan mayoritariamente en el Gran Mendoza, y en segundo lugar en el Valle de Uco.

Cuadro 2.19. Tipo de establecimiento vitivinícola por zona (en porcentaje). Mendoza. 2011.

Tipo de establecimiento	Zona				
	Sur	Este	Valle de Uco	Gran Mza.	Total
	%				
Trasladistas tradicionales	9,8	66,9	2,6	20,7	100
Trasladistas-mercado externo	0	35,3	20,6	44,1	100
Fraccionadoras tradicionales	21,6	39,7	3,4	35,3	100
Fraccionadoras de genéricos y mercado externo	5,0	5,0	20,0	70,0	100
Fraccionadoras de varietales y mercado interno	18,4	21,5	14,7	45,4	100
Fraccionadoras de pred. varietales y mercado externo	2,7	2,7	24,3	70,3	100
Fraccionadoras modernas	5,3	10,5	15,8	68,4	100
Total	12,7	43,4	8,5	35,4	100

Fuente: procesamiento propio en base a datos del INV.

En cuanto a la participación en las exportaciones (gráfico 2.6), se destacan las fraccionadoras que predominantemente se dedican a los vinos varietales, con casi el 40% de las ventas externas. En segundo lugar, casi con el 25% de las exportaciones se destacan las bodegas trasladistas con algún porcentaje de exportación.

Gráfico 2.6. Porcentaje exportado por tipo de establecimiento vitivinícola. Mendoza. 2011.



Fuente: procesamiento propio en base a datos del INV.

Ahora bien, si nos enfocamos en los tipos de productos que exportan los diferentes tipos de bodegas, encontramos que el principal producto de las trasladistas orientadas al mercado externo es un *commodity* como el mosto. En el resto de los tipos de bodegas se destacan las exportaciones de varietales, que superan en cada uno más del 67% del total de las exportaciones, lo cual es coherente con que casi el 75% del total de lo que se exportó en 2011 fue vino varietal. Así, en las bodegas que fraccionan varietales, este tipo de vino en exportaciones significa alrededor del 90%, llegando al 98% en las fraccionadoras modernas.

Cuadro 2.20. Tipo de establecimiento según producto exportado (en porcentaje). Mendoza. 2011.

Tipo de establecimiento	Exportaciones					
	Producto					
	Genérico	Varietal	Mosto	Espumante	Otros vinos	Total
	%					
Trasladistas-mercado externo	21,7	33,7	44,6	0	0,0019	100
Fraccionadoras tradicionales	19,9	67,7	12,2	0,08	0,0516	100
Fraccionadoras de genéricos y mercado externo	15,9	84,1	0	0,02	0	100
Fraccionadoras de varietales y mercado interno	10,2	88,2	1,5	0,06	0,0028	100
Fraccionadoras de pred. varietales y mercado externo	7	92,8	0	0,11	0,0700	100
Fraccionadoras modernas	1,5	98,3	0	0,25	0	100
Total	12,7	74,9	12,3	0,08	0,0340	100

Fuente: procesamiento propio en base a datos del INV.

En pocas palabras, en este apartado hemos querido destacar que si bien los cambios de las últimas décadas se reflejan en las formas productivas de los establecimientos vitivinícolas, todavía las características de la vitivinicultura “productivista” o “tradicional” siguen subsistiendo. Es más, es posible identificar situaciones en las cuales no predominan las características del modelo “productivista” o del modelo “moderno”, sino que combinan rasgos y elementos de ambos modelos. Una vez más, este hecho parece estar implicando las dificultades de comprender las transformaciones en la actividad vitivinícola sobre la base de un esquema dicotómico.

2.4. A modo de síntesis

Los trabajos sobre la reestructuración vitivinícola han puesto el foco en las transformaciones estructurales del complejo registradas en las diversas fases que configuran la cadena vitivinícola argentina (Azpiazu y Basualdo, 2001, 2003); en la internacionalización de su cadena productiva, en la reconversión vitícola (Bocco, 2007); en los cambios en la organización del trabajo en la etapa de producción primaria; en las diferentes formas organizativas de los sistemas tradicionales (producción de uvas para vinos comunes) y modernos (producción de uvas finas para vinos de calidad) (Neiman, Bocco y

Martín, 2001; Neiman y Bocco, 2001; Pizzolato y Goldfarb; 2010) e incluso en las transformaciones a nivel territorial (García de Martín y Gutiérrez de Manchón, 2003).

También se ha abordado, si bien en términos descriptivos, la identificación de los principales agentes de la trama vitivinícola y el surgimiento de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), entidad público–privada de fomento de la actividad (Bocco *et al.*, 2007). Por su parte, Richard-Jorba (2008a, 2008b) se ha ocupado sobre el empresariado vitivinícola en el largo plazo, entre los siglos XX y XXI y Heredia (2010) sobre las elites vitivinícolas de Mendoza en la actualidad.

Estos trabajos ofrecen miradas y conocimientos sobre diferentes aspectos del proceso de reconversión vitivinícola, especialmente para la década de 1990. Sin embargo, pocos han analizado con suficiente profundidad los efectos de estos cambios del modelo de producción en términos de la configuración de uno de los sectores que, de acuerdo a estos estudios, cobra centralidad en el curso de estos procesos: el empresariado, o más precisamente, la burguesía vitivinícola. Los trabajos que han abordado al sector empresarial han partido de una imagen o bien relativamente homogénea o bien haciendo énfasis en la enorme “complejidad” de dichas transformaciones, que implicaba (explícita o implícitamente) la imposibilidad de su comprensión. En cualquiera de las dos aproximaciones no parecen interrogarse sobre los procesos de recomposición al interior del sector empresarial, ni tampoco sobre sus formas de organización y acción política.

De la revisión bibliográfica existente, se desprende un énfasis (quizás excesivo) en la emergencia de nuevos actores, es decir, en aquellos sectores vinculados al desarrollo exportador y de actividades conexas englobadas en las nuevas formas del negocio agrícola (como el turismo), o en el ingreso y peso creciente de capitales extranjeros o transnacionales. Así las hipótesis más fuertes de estos trabajos tienen que ver primero, con la idea de extranjerización/transnacionalización de la estructura productiva vitivinícola argentina y en conexión con ello, con el desplazamiento de los antiguos integrantes y perfiles sociales asociados a la burguesía que dominó el anterior modelo productivo.

Desde nuestra perspectiva, hacer énfasis sólo en estas dimensiones implica el riesgo de una mirada sesgada (y parcial) sobre la reconfiguración de actores que acompañó las transformaciones del complejo, perdiendo de vista las formas en que los antiguos sujetos siguieron presentes en la actividad. Es decir, dejando de lado un problema sociológicamente relevante como es el de la persistencia y los modos en que lo viejo y lo nuevo coexisten y se imbrican.

En los próximos capítulos de esta tesis, nuestro análisis buscará discutir estos supuestos y comenzar a plantear una visión más totalizadora de las transformaciones y persistencias presentes en su burguesía.

CAPÍTULO 3. LAS EMPRESAS VITIVINÍCOLAS: RASGOS ACTUALES Y HETEROGENEIDADES INTERNAS

En el capítulo 2 analizamos las transformaciones que afectaron a la producción vitivinícola –el llamado proceso de reconversión vitivinícola– y sus efectos en términos de su configuración estructural. En este capítulo, profundizamos el análisis a partir de indagar sobre las consecuencias de la reconversión de la actividad, sobre la conformación de sus sectores empresariales o capitalistas; en definitiva, nos interesamos por la medida en que el proceso de reconversión de esta actividad (como destacamos en el capítulo anterior, vinculado a dimensiones productivas, tecnológicas, de mercados), implicó una recomposición de su burguesía. Para ello, abordaremos específicamente, dos aspectos o dimensiones analíticas, las que se orientan por interrogantes clásicos en este tipo de estudios:

- 1) la primera dimensión alude a la medida en que la actual burguesía vitivinícola sigue estando integrada por los mismos sujetos que la componían con anterioridad al proceso de reconversión de la actividad, o bien, está conformada por nuevos sujetos. En tal sentido, esta dimensión se refiere a los movimientos de entrada, salida y persistencia de las distintas empresas y de sus titulares.
- 2) la segunda dimensión alude a los rasgos actuales de esta burguesía (especialmente, las características socio-productivas de sus empresas) y la medida en que retiene rasgos preexistentes. De tal forma, esta dimensión indaga sobre los cambios y persistencias en las características de este grupo social, y tiene especialmente en cuenta el peso y la posición relativa en el conjunto de la burguesía vitivinícola, de los sectores vinculados a capitales extranjeros y a los nacionales (y dentro de los últimos, provinciales y extra-provinciales).

Comenzaremos analizando una serie de datos estadísticos con una mirada integral y agregada de las empresas -a través de la construcción de una tipología- que será útil para abordar algunas cuestiones generales. Obviamente, con esta aproximación tenemos la desventaja de no poder captar la heterogeneidad y las diferenciaciones al interior de los distintos tipos de empresas vitivinícolas, ni tampoco, ciertamente, dar cuenta de los diferentes modos de acceso, de salida o de permanencia en la actividad: es decir, de las trayectorias en la posición. Para resolver este problema, intentaremos abordar estas

cuestiones (ausentes en la aproximación cuantitativa de carácter agregado) a través de una estrategia de estudios de casos.

3.1. ¿Extranjerización de la burguesía vitivinícola? La globalización de la vitivinicultura

En este apartado nos enfocaremos en uno de los ejes controversiales en relación con el proceso de reconversión de vitivinicultura: la medida en que su creciente conexión al mercado global ha resultado en la extranjerización de la burguesía vitivinícola. En tanto, como veremos, los capitales extranjeros, en la vitivinicultura actual, son mayoritariamente de reciente ingreso (posteriores al proceso de reconversión), la hipótesis de la extranjerización tendría implícita la imagen no sólo de la pérdida de centralidad de las empresas de origen local/nacional sino también el desplazamiento de los antiguos y tradicionales integrantes de esta burguesía.

Para nuestro análisis, utilizaremos la base de datos del Censo Industrial Provincial (CIP) 2002/2003, realizado por la DEIE. De esta base, seleccionamos las empresas que se dedican a la elaboración de vinos y/o de mosto, quedando conformado un universo de 407 empresas, entre las cuales 399³⁵ tenían como actividad principal la elaboración de vinos y 8 se dedicaban, principalmente, a la concentración de mosto.

A partir de las variables que nos brinda este relevamiento, construimos una tipología que nos permitiera tener una visión integral del sector para un año bisagra, como es el 2002³⁶, cuando se devalúa el peso argentino y finaliza la etapa de la convertibilidad. Cabe señalar, sin embargo, que en tanto las exportaciones registran un alza significativa a partir de ese año, estos datos no reflejan acabadamente el *boom* exportador de la actividad. Si logran reflejar, en cambio, el proceso de ingreso de capitales extranjeros, el cual, como veremos en el capítulo siguiente, se concentra, especialmente, entre los años '90 y el 2003.

Para realizar la tipología, tuvimos en cuenta tres variables: el origen del capital, el año de inicio de la actividad y el mercado al que se orientan las empresas (interno y/o externo).

Como el interrogante general de nuestra tesis tiene que ver con la recomposición de la burguesía como consecuencia de la reconversión de la actividad, consideramos al año

³⁵ Se detectó una leve diferencia con la cantidad de empresas dedicadas a la elaboración de vinos en el Informe de Giménez *et al.* (2004) que presenta los resultados generales del CIP, en el cual se registran 388.

³⁶ La mayoría de las preguntas del Censo toma como período de referencia ese año.

de inicio de la empresa como una de las variables relevantes, que permite contar con un indicador “proxy”³⁷ de las empresas que permanecieron en la actividad y aquellas que ingresaron con posterioridad. Esta variable a su vez fue recodificada en dos categorías: “previo a la reconversión” donde se incluyen a todas las empresas presentes en la actividad con anterioridad a 1985³⁸ (inclusive) y “post-reconversión” que incluye a todas aquellas empresas que ingresan a partir de 1986 y hasta 2003.

Como ya hemos señalado, uno de los principales debates que se han dado sobre el proceso de reconversión vitivinícola tiene que ver con la extranjerización o no de la actividad, es por ello que seleccionamos la variable “origen del capital”. De esta forma, consideramos “nacionales” a las empresas que se encuentran constituidas íntegramente por capital nacional y “extranjeras” a todas aquellas empresas, que en cualquier porcentaje tengan alguna participación del capital extranjero.

Por último, seleccionamos el perfil del mercado al cual están orientadas las empresas³⁹ y construimos las siguientes tres categorías: 1) las empresas que venden sus productos sólo en el mercado interno (exclusivamente mercado interno), 2) aquellas que orientan más del 50% de sus productos al mercado interno (predominio del mercado interno) y 3) por último, aquellas empresas que destinan más del 50% de las ventas de sus productos al mercado externo (exportadoras).

El cruce de las tres variables resultó de la siguiente forma:

³⁷ Decimos “proxy” porque puede haber cambios de razón social, que se refiera a los mismos sujetos.

³⁸ Si bien se considera que las transformaciones en la actividad vitivinícola comienzan en la década de 1990, decidimos tomar como año de corte 1986, porque como todo proceso social y económico no tiene un comienzo delimitado, definitivo y total.

³⁹ La pregunta del cuestionario es “¿Qué porcentaje de sus productos vendió en el mercado externo durante el año 2002? (porcentaje sobre el total de ventas del año 2002)”.

Esquema 3.1. Construcción de tipología de empresas vitivinícolas

Año de inicio	Origen del capital	Orientación de mercado
Previo a la reconversión	Nacionales	Interno exclusivamente
		Exportan pero predomina el mercado interno
		Exportadoras
	Extranjeras	Interno exclusivamente
		Exportan pero predomina el mercado interno
		Exportadoras
Posterior a la reconversión	Nacionales	Interno exclusivamente
		Exportan pero predomina el mercado interno
		Exportadoras
	Extranjeras	Interno exclusivamente
		Exportan pero predomina el mercado interno
		Exportadoras

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, como no en todas las combinaciones encontramos casos, los tipos de empresas vitivinícolas (TEVs) que obtuvimos⁴⁰ son los que se enumeran a continuación. Cabe señalar que, dado que en algunos casos no se pudo acceder a la información relativa al año de inicio, el universo de análisis quedó finalmente conformado por 343 empresas:

- ✓ Empresas antiguas, nacionales y mercado internistas: aquellas que se encontraban en la actividad antes de la reconversión, de capitales nacionales y orientadas totalmente al mercado interno (113 empresas).
- ✓ Nuevas empresas, nacionales y mercado internistas: aquellas que ingresaron a la actividad a partir de la reconversión, de capitales nacionales y orientadas totalmente al mercado interno (151 empresas).

⁴⁰ Los TEVs que no encontramos casos son los siguientes: 1) empresas antiguas, extranjeras y exclusivamente mercado internistas, 2) empresas antiguas, extranjeras y predominantemente mercado internistas y 3) empresas antiguas, extranjeras y orientadas al mercado externo. La ausencia de casos en estos tipos se debe a que prácticamente no había ninguna empresa de capitales extranjeras en la base de datos que hubiera ingresado antes de la reconversión y subsistiera aún en la actividad en 2003. Éste sería el caso de Chandon la cual no está registrada. Además, excluimos del análisis a 64 empresas que no registraban el año de inicio, que significan el 15,6% del total de 407 empresas relevadas en el censo, dedicadas a la elaboración de vino y de mosto y representan en el total de ventas 1,8%; con lo cual es muy poca la incidencia que tienen en el sector. Si las categorizamos considerando las variables que sí poseemos, la distribución es la siguiente: 62 de capitales nacionales orientadas totalmente al mercado interno, 1 de capitales nacionales orientadas predominantemente al mercado interno y 1 de capitales nacionales orientada al mercado externo.

- ✓ Empresas antiguas, nacionales y predominantemente mercado internistas: aquellas que se encontraban en la actividad antes de la reconversión, de capitales nacionales y orientadas predominantemente al mercado interno (27 empresas).
- ✓ Nuevas empresas, nacionales y predominantemente mercado internistas: aquellas que ingresaron a la actividad a partir de la reconversión, de capitales nacionales y orientadas predominantemente al mercado interno (29 empresas).
- ✓ Empresas antiguas, nacionales y exportadoras: aquellas que se encontraban en la actividad antes de la reconversión, de capitales nacionales y orientadas predominantemente al mercado externo (2 empresas).
- ✓ Nuevas empresas, nacionales y exportadoras: aquellas que ingresaron a la actividad a partir de la reconversión, de capitales nacionales y orientadas predominantemente al mercado externo (5 empresas).
- ✓ Nuevas empresas, extranjeras y dominio del mercado interno: aquellas que ingresaron a la actividad a partir de la reconversión, de capitales extranjeros y orientadas predominantemente⁴¹ al mercado interno (11 empresas).
- ✓ Nuevas empresas, extranjeras y orientación exportadora: aquellas que ingresaron a la actividad a partir de la reconversión, extranjeras y orientadas predominantemente al mercado externo (5 empresas).

El cuadro 3.1 muestra la distribución de cada categoría. Tal como se observa allí, en 2002, el 44% de las empresas vitivinícolas eran empresas que habían ingresado a la actividad con posterioridad a la reconversión vitivinícola, de capitales nacionales y orientadas de manera exclusiva al mercado interno. Una primera lectura de estos datos sugeriría la existencia de un fenómeno de intensa recomposición (poco menos de la mitad de las empresas son ingresantes recientes) que estaría asociada no tanto a la presencia de sujetos extranjeros sino nacionales, y por otro lado, asentada en la producción para el mercado interno. Sin embargo, la consideración de su peso e importancia relativa en la actividad ofrece una imagen matizada de la significación de esta presencia. En efecto, al analizar su participación en el total de ventas de vinos y

⁴¹ Como había sólo una empresa de capitales extranjeros, que se incorporó a la actividad luego de la reconversión y que destina el 100% de sus productos al mercado interno y representaba en el total de ventas el 1%, decidimos construir un tipo de empresa vitivinícola que incluyera a las que tanto total como predominantemente orientaran sus productos al mercado interno, de manera de contar con un número de casos suficientes para el tratamiento de los datos.

mostos, observamos que la misma alcanzaba para este tipo de bodegas a solo el 9.4% en 2002.

En cambio, al considerar esta variable (participación en ventas), se destacan las empresas nacionales que ingresaron en el proceso de reconversión de la actividad, y que combinan la orientación al mercado interno y externo (aunque con predominio del primero): este tipo de bodegas participa con el 35.3% de las ventas, si bien representan el 8.5% del total de empresas que conforman nuestro universo de análisis. Tal como se observa en el cuadro 3.1, estas empresas son las que mayor participación tienen en las ventas en el conjunto de empresas, lo que parecería sugerir que logran una mejor posición de mercado, aquellas empresas que diversifican los destinos de sus productos. Ahora bien, si analizamos cuántas de las empresas “antiguas” siguen presentes en 2002, nos encontramos que representan el 41% del total de empresas y todas provienen de capitales nacionales. Prevalen aquellas que destinan el total de su producción al mercado interno (casi el 80% de las empresas de ese subgrupo) entre las cuales es muy probable que se encuentren las llamadas bodegas trasladistas que venden el vino sin fraccionar (a granel). Luego, aquellas que si bien se orientan predominantemente al mercado interno, también exportan (el 19% de este subgrupo) y es muy bajo (1% del subgrupo) lo que representan las empresas en las que predomina la orientación al mercado externo. Si analizamos lo que significan en el total de ventas del sector, registramos que en conjunto estas empresas ya existentes representan el 22, 5%, del cual más de la mitad proviene de las empresas que se orientan sobre todo al mercado interno pero a su vez también exportan. Así, en estas últimas empresas visualizamos, nuevamente, la importancia de la estrategia de destinar productos al mercado externo.

Las empresas de capital extranjero constituyen el 5% del total de empresas vitivinícolas y son todas empresas que ingresaron a la actividad a partir del proceso de reconversión. En conjunto, participan con poco más del 30% de las ventas totales, destacándose, principalmente, aquellas empresas que se orientan predominantemente al mercado interno, por lo cual es importante la diversificación de destino de los productos.

Cuadro 3.1. Tipo de empresa vitivinícola según total de empresas vitivinícolas y ventas totales del año. Mendoza. 2002.

Tipo de empresa vitivinícola	Total	%	Participación en ventas (%)
Antiguas, nacionales, mercado internistas	113	32,9	4,7
Nuevas, nacionales, mercado internistas	151	44	9,4
Antiguas, nacionales, predominio del mercado interno	27	7,9	12,2
Nuevas, nacionales, predominio del mercado interno	29	8,5	35,3
Antiguas, nacionales, predominio del mercado externo	2	0,6	5,6
Nuevas, nacionales, predominio del mercado externo	5	1,5	2,2
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado interno	11	3,2	28
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado externo	5	1,5	2,5
Total	343	100	100

Fuente: procesamiento propio a partir de datos del CIP.

A partir de esta tipología podemos observar dos aspectos que numerosas veces ha sido remarcado por la bibliografía existente: mayor presencia de empresas extranjeras respecto a etapas anteriores y un nivel de concentración importante. Sin embargo, nos parece central poder profundizar en estos aspectos ya que su simple constatación no permite comprender de manera acabada la dinámica del proceso de recomposición empresarial. En efecto, por un lado, es de destacar que todavía en 2002 la burguesía de capitales nacionales era propietaria del 95% de establecimientos productores de vinos y/o mosto. Por otro lado, y según se observa de la participación de las empresas en las ventas totales, la producción de vino y/o mosto estaba concentrada por empresas tanto de capitales nacionales como extranjeros, que desarrollaban diferentes estrategias de inserción en la actividad. Finalmente, es relevante subrayar la persistencia de un sector de la burguesía “tradicional” o “antigua”, cuyas empresas si bien no parecen haber retenido una participación significativa en el mercado, continúan representando una proporción importante en el conjunto de las empresas vitivinícolas. Es por ello que en este capítulo y en los dos subsiguientes, nos centraremos en analizar las diferentes formas en que, tanto las empresas ya existentes como las nuevas, así como las que concentran el mercado o están en situaciones de debilidad relativa, están presentes en la producción vitivinícola.

3.1.1. Concentración de mercado y tamaño de las empresas vitivinícolas

Considerando estos diferentes TEVs los relacionamos con el tamaño de la empresa, variable que construimos y estratificamos sobre la base de los criterios propuestos por la DEIE⁴² (Informe de Giménez *et al.*, 2004), a partir de los valores de ventas de 2002:

- Micropymes (micro pequeñas y medianas empresas): empresas cuyas ventas anuales son menores o iguales a \$ 120.000.
- Pymes (pequeñas y medianas empresas): sus ventas anuales van desde \$ 120.001 hasta \$ 900.000.
- Grandes empresas: ventas anuales superiores a \$ 900.000.

Como se observa en el cuadro 3.2., las empresas nacionales, orientadas totalmente al mercado interno, son mayoritariamente pymes y micropymes: ellas representaban el 76% de las existentes antes de 1986 y el 84% de las nuevas que ingresaron a partir de la reconversión de la actividad.

Por el contrario, entre las empresas nacionales, que combinan la producción para el mercado interno y externo, encontramos que más de la mitad son grandes empresas. Ello se observa especialmente en el caso de las firmas presentes en la actividad con anterioridad al proceso de reconversión.

Estos datos sugieren que parte de las franjas de la burguesía de capitales nacionales que persistieron en la actividad vitivinícola son aquellas cuyas empresas tenían una escala importante y particularmente, aquellas que pudieron generar una estrategia exportadora que les permitiera hacer frente a la caída del consumo interno. Por su parte, entre los nuevos capitales nacionales orientados a la exportación, se destacan los dos extremos: 80% son grandes empresas y el 20% son micro pymes. Entre las últimas es altamente probable que se encuentren muchas de las llamadas “bodegas boutique”.

Las bodegas extranjeras, en su mayoría, son grandes empresas, y en menor medida, pequeñas y medianas empresas. En el caso de aquellas orientadas al mercado interno, más del 90% son grandes empresas, lo cual tiene sentido ya que serían empresas que se dedican al fraccionamiento y comercialización, por lo cual el destino de la producción al mercado interno, sólo es rentable si se realiza en gran escala.

⁴² En este organismo se analizaron los montos de ventas registrados en el CIP para cada empresa. Los montos eran las ventas anuales correspondientes a 2002 netos de IVA e impuestos internos en caso de que así correspondiera. Luego, se procedió a dividir la población en tres, donde se establecieron los límites según Mipyme, Pyme y Grandes empresas.

Cuadro 3.2. Tipos de empresas vitivinícolas por tamaño de las empresas según ventas. Mendoza. 2002.

Tipo de empresa vitivinícola	Tamaño de la empresa según ventas (%)				Total (%)
	s/d	Micro-pymes	Pymes	Grandes empresas	
Antiguas, nacionales, mercado internistas	8	31	45,1	15,9	100
Nuevas, nacionales, mercado internistas	8,6	35,1	49	7,3	100
Antiguas, nacionales, predominio del mercado interno	11,1		22,2	66,7	100
Nuevas, nacionales, predominio del mercado interno	10,3	6,9	27,6	55,2	100
Antiguas, nacionales, predominio del mercado externo				100	100
Nuevas, nacionales, predominio del mercado externo		20		80	100
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado interno			9,1	90,9	100
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado externo	20		20	60	100
Total	8,5	26,5	41,1	23,9	100

Fuente: procesamiento propio de la base de datos del CIP.

En síntesis, si recordamos el peso que mantienen en el conjunto de establecimientos, las empresas de capitales nacionales preexistentes, es posible afirmar que el proceso de reconversión de la vitivinicultura trajo aparejado al interior de su burguesía de capitales nacionales, una recomposición caracterizada por el desplazamiento de sectores de pequeños y medianos capitales, así como un cambio en el perfil de las grandes empresas en términos de su orientación de mercado. Ello no implica sin embargo, que en la actualidad la burguesía de capitales nacionales esté conformada por grandes capitales: como se destacó anteriormente, el 44% de las empresas vitivinícolas mendocinas está en manos de capitales nacionales de reciente ingreso, entre las cuales predominan las pymes y micropymes. En otras palabras, hay un desplazamiento de sectores tradicionales vinculados a lo que podemos denominar una pequeña y mediana burguesía y persistencia de las grandes empresas nacionales –a partir de una estrategia de diversificación y/o cambio de mercados –, procesos que están acompañados del ingreso de una nueva pequeña y mediana burguesía de capitales nacionales, orientada al mercado interno, que si bien significativa en términos cuantitativos, ocupa un lugar residual en el mercado, como sugieren los datos presentados en el cuadro 3.1., y de grandes empresas nacionales que se insertan en la exportación, al mismo tiempo que parte de ellas concentra parte importante del mercado interno.

En ese marco, el ingreso de capitales extranjeros –asociados de manera predominante a las grandes escalas– no parece constituir el emergente fundamental (si bien uno importante) del proceso de recomposición de la burguesía vitivinícola. Como se

destacó, corresponden a esta categoría el 5% del total de empresas y si bien concentran una porción no menor del mercado (30% del total de ventas de 2002), de ello no se desprende una posición dominante de estas franjas capitalistas. En otras palabras, la reconversión de la actividad parece haber implicado centralmente una intensa recomposición de la burguesía vitivinícola de capitales nacionales, donde las franjas medias y pequeñas no solo han perdido importancia en términos de su posición de mercado sino que también evidencian un intenso proceso de salidas y entradas.

3.1.2. Una exploración inicial del proceso de recomposición de la burguesía vitivinícola

Ahora bien, hemos resaltado la centralidad de aquellos movimientos vinculados a la presencia de los capitales nacionales en la constitución de la burguesía vitivinícola. Cabe preguntarse entonces acerca del carácter de estos capitales, en particular, la medida en que se asocian a conglomerados económicos⁴³ cuya inscripción económica pueda exceder el marco sectorial que tradicionalmente constituyó el signo predominante de la burguesía vitivinícola en Mendoza. Al mismo tiempo, este aspecto es importante en términos del nivel de control y gestión local o nacional de la actividad vitivinícola.

Los datos ofrecidos en el cuadro 3.3 permiten observar que es mínimo el porcentaje de nuevas empresas nacionales que pertenecen o están controladas por otra empresa o por grupos económicos. Por el contrario, es entre las empresas nacionales existentes antes de la reconversión de la actividad donde mayor peso relativo adquiere las controladas por otras empresas o grupos, si bien este peso es minoritario (14%).

Una segunda cuestión a plantear refiere a la importancia que en el conjunto de las empresas nacionales hoy presentes en la actividad vitivinícola retienen los capitales locales. Cabe señalar que la información cuantitativa hasta aquí utilizada no permite diferenciar estos capitales según sean o no provinciales. Por lo tanto, abordamos este aspecto sobre la base del material cualitativo recogido a partir de entrevistas en profundidad, por lo cual no podremos cuantificar la importancia de uno u otro.

Los casos relevados en las entrevistas (15 empresas vitivinícolas) sugieren que, entre estas empresas, los capitales locales continúan siendo importantes. Ciertamente, estos caracterizan a las empresas de larga trayectoria en la actividad, sean éstas orientadas al mercado interno o externo. Pero lo que debe destacarse es que también forman parte de

⁴³ La pregunta del cuestionario a la cual se refiere este dato es: ¿está la empresa vinculada o controlada por otra empresa o grupo económico?

los nuevos capitales, que ingresan a partir de la década de 1990. Así registramos la relevancia del capital local en la actividad vitivinícola actual. Esto implica la importancia de la toma de decisiones de gestión y empresariales localizadas localmente. La excepción parece estar dada por las empresas que se insertan a partir de esos años desarrollando una estrategia de producción para el mercado interno y también exportan, las únicas entre las cuales nuestro trabajo de campo registró la presencia de capitales extra provinciales. Este grupo presenta además una particularidad distintiva en relación con la modalidad de ingreso a la actividad vitivinícola: las entrevistas sugieren que dicha modalidad se caracteriza por la adquisición de bodegas preexistentes antes que la instalación de nuevos establecimientos. Uno de los casos relevados refleja rasgos específicos del “desembarco” de sujetos nacionales en la provincia: por su importancia aclararemos que nos estamos refiriendo a Peñaflores. Los actuales propietarios adquirieron esta empresa en 2010, luego que la fuera comprada en 1998 por un fondo de inversión estadounidense, a los antiguos propietarios locales⁴⁴. Esta empresa, de alguna manera, cristaliza los cambios de capitales que se han dado en la actividad vitivinícola, en las últimas décadas. Así, este caso, complejiza el análisis sobre el denominado proceso de extranjerización: por un lado, se produce el traspaso de capitales locales a extranjeros representados en un fondo de inversión y por otro, se vende, nuevamente, la empresa en 2010 a capitales nacionales. De esta forma, este ejemplo muestra la importancia de analizar el ingreso de capitales extranjeros en una perspectiva diacrónica.

En líneas generales, y tal como sugiere el cuadro 3.3, la reconversión de la actividad y la recomposición empresarial a ella asociada no parece haberse traducido en el predominio de grupos económicos, nacionales o extranjeros. En efecto, en el conjunto del sector, apenas el 6% de las empresas se encuentra vinculado o controlado por otras empresas o grupos. Este reducido grupo está integrado básicamente por extranjeras, de ingreso reciente en la provincia, lo que parece reflejar las estrategias de expansión global de grandes grupos empresariales (como veremos luego, diversificados y/o integrados) en el marco de los cambios en el mercado mundial a los que referimos en el capítulo 2.

⁴⁴ Así esta empresa en el CIP fue registrada como capitales nuevos, extranjeros y predominantemente mercado internista.

Cuadro 3.3. Tipo de empresa vitivinícola según vinculación o control por otra empresa o grupo económico. Mendoza. 2002.

Tipo de empresa vitivinícola	Vinculación o control por otra empresa o grupo económico		Total (%)
	Sí (%)	No (%)	
Antiguas, nacionales, mercado internistas	5,3	94,7	100
Nuevas, nacionales, mercado internistas	2,0	98,0	100
Antiguas, nacionales, predominio del mercado interno	14,8	85,2	100
Nuevas, nacionales, predominio del mercado interno	3,4	96,6	100
Antiguas, nacionales, predominio del mercado externo		100	100
Nuevas, nacionales, predominio del mercado externo		100	100
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado interno	54,5	45,5	100
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado externo	40,0	60,0	100
Total	6,4	93,6	100

Fuente: procesamiento propio de la base de datos del CIP.

En síntesis, tenemos hasta aquí algunas primeras conclusiones a destacar que complejizan y agregan matices a hipótesis extendidas en la bibliografía: por un lado, encontramos que el ingreso de capitales extranjeros no se traduce de manera unívoca en la extranjerización de la propiedad del capital agroindustrial; en el proceso de reconversión los capitales nacionales, y más aún locales, retuvieron presencia, si bien no son los mismos sujetos de antaño. La presencia del capital extranjero es significativa no tanto en el número de empresas sino en el grado de concentración del mercado, que sin embargo no alcanza dimensiones tales como para excluir a las empresas de capitales nacionales. Pero tal como los datos construidos permiten observar son las empresas de gran escala las que logran competir por el dominio del mercado.

3.1.3. La burguesía vitivinícola y la generación de empleo: personal ocupado en los diferentes tipos de empresas

¿Qué implicancias tuvieron los procesos hasta aquí analizados en relación con la composición de la burguesía vinculada a la producción de vino y/o mosto, en términos de la generación de empleo? ¿Cuál es la importancia de la entrada de nuevos sujetos y la salida de antiguos propietarios en términos de la contribución de la actividad a la economía provincial? Si bien no son estos interrogantes centrales de nuestra tesis, nos parece importante hacer una breve referencia a estas cuestiones en tanto ofrecen algunos elementos exploratorios en torno a la dinámica de integración de grupos subordinados

(empleados y asalariados) en el marco de profundos cambios en la composición de una burguesía de capitales nacionales, históricamente de carácter provincial.

En líneas generales, cabe señalar entonces, en primer lugar, que la industrialización del vino ocupaba en 2002 al 22% de los trabajadores industriales en la provincia. Esto implicó un aumento en relación a su participación en 1993 que fue del 19%. Este aumento se debe a que si bien la rama “elaboración de vinos” en números absolutos disminuyó (pasando de 7350 en 1993 a 6420 en 2002), las otras ramas económicas provinciales redujeron sus niveles de empleo en mayor medida (datos publicados en Giménez *et al*, 2004 basados en CIP 2002/2003 y CNE 1994)⁴⁵.

En cuanto a la distribución del personal entre los diferentes tipos de empresas vitivinícolas, observamos que las que absorben la mayor cantidad de trabajadores son aquellas que ingresaron a la actividad a partir del proceso de reconversión. En primer lugar, encontramos a las empresas nacionales que combinan la orientación a la exportación y al mercado interno (26%), que ocupan en promedio, 57 empleados. Le siguen en importancia, las empresas nacionales que producen para el mercado interno exclusivamente (18,5%, en promedio 8 empleados) En tercer lugar, encontramos a las empresas de capitales extranjeros que diversifican su producción entre el mercado interno y el externo, con mayor predominancia del primero (17%), que en promedio emplean 100 trabajadores.

De tal forma, en conjunto, las nuevas empresas concentran el 63% del empleo industrial en el sector. Los datos permiten apreciar la relevancia de las franjas de capitales nacionales orientadas al mercado interno en cuanto a absorción total de trabajadores de la actividad vitivinícola, principalmente, por la cantidad de empresas involucradas. Por otro lado, cabe resaltar la alta concentración de personal en unas pocas empresas (11) provenientes de capitales extranjeros.

⁴⁵ Vale aclarar que hay una leve diferencia entre el personal ocupado que figura en Giménez *et al*. (2004) respecto al que resulta de nuestro procesamiento: 6420 y 6385, respectivamente.

Cuadro 3.4. Tipos de empresas vitivinícolas por personal ocupado (total y porcentaje) y porcentaje de ventas en 2002. Mendoza.

Tipo de empresa vitivinícola	Personal ocupado	Personal ocupado (%)	Participación en ventas (%)
Antiguas, nacionales, mercado internistas	995	15,6	4,7
Nuevas, nacionales, mercado internistas	1183	18,5	9,4
Antiguas, nacionales, predominio del mercado interno	986	15,4	12,2
Nuevas, nacionales, predominio del mercado interno	1657	26	35,3
Antiguas, nacionales, predominio del mercado externo	217	3,4	5,6
Nuevas, nacionales, predominio del mercado externo	92	1,4	2,2
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado interno	1102	17,3	28,0
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado externo	153	2,4	2,5
Total	6385	100	100

Fuente: procesamiento propio de base de datos del CIP.

3.1.4. La burguesía vitivinícola y la compra de insumos en el mercado extranjero

¿En qué medida las empresas vitivinícolas compran insumos en el mercado extranjero? Indagar acerca de la compra de insumos en el extranjero nos parece relevante como un posible indicador de lo que O'Donnell (2007) llama “permeación” de los capitales transnacionales en países dependientes y periféricos respecto a maneras de producir, a medios de producción, a productos, y a una definición implícita de necesidades. Es decir, podría constituir un indicador para comenzar a esbozar una posible respuesta a la pregunta sobre qué nivel de extranjerización existe en los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola a partir de la dependencia de productos del exterior. Lógicamente, este indicador constituye una primera aproximación al problema, el cual, cabe mencionar, no resulta de sencilla operacionalización.

Así el nivel de permeación es bajo en la actividad vitivinícola, del capital transnacional o extranjero, ya que sólo el 10% de las empresas compró insumos en el mercado extranjero en 2002. Obviamente, este dato debe ser matizado y tomado con precaución porque 2002 fue un año de crisis económica: la devaluación del peso recién se había producido, es decir, se había producido la salida de la convertibilidad la cual facilitaba la compra de productos importados.

Si analizamos por tipo de empresa vitivinícola, encontramos los mayores porcentajes en aquellas que ingresaron luego de la reconversión (con excepción de las extranjeras que se orientan, principalmente, a las exportaciones), lo cual podría indicar que la necesidad

de estos insumos exportados se debe a formas modernas de producción de uva y/o elaboración de vino.

Entre las empresas de capitales argentinos, el TEV con más alto porcentaje de compra de insumos en el mercado externo, es el que ingresa a la actividad con la reconversión iniciada y se orienta, principalmente, al mercado interno. Luego, encontramos aquellas empresas también “nuevas”, pero con predominio de orientación al mercado externo. Entre las empresas de capitales extranjeros, aquellas que ingresaron luego de la reconversión y destinan, principalmente, sus productos al mercado interno registran el mayor porcentaje (54%) de compra de insumos en el extranjero.

Cuadro 3.5. Tipo de empresa vitivinícola según compra de insumos en el mercado extranjero. Mendoza. 2002.

Tipo de empresa vitivinícola	Compra de insumos en el mercado extranjero		Total (%)
	No (%)	Sí (%)	
Antiguas, nacionales, mercado internistas	98,2	1,8	100
Nuevas, nacionales, mercado internistas	98,0	2,0	100
Antiguas, nacionales, predominio del mercado interno	74,1	25,9	100
Nuevas, nacionales, predominio del mercado interno	58,6	41,4	100
Antiguas, nacionales, predominio del mercado externo	0	100	100
Nuevas, nacionales, predominio del mercado externo	60,0	40,0	100
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado interno	45,5	54,5	100
Nuevas, extranjeras, predominio del mercado externo	80,0	20,0	100
Total	89,8	10,2	100

Fuente: procesamiento propio de la base de datos del CIP.

3.2. La heterogeneidad interna de los diferentes sectores empresariales

En los apartados anteriores, nos abocamos a identificar los diferentes tipos de empresas vitivinícolas de acuerdo a tres variables significativas para nuestro argumento: el año de inicio de actividades, el origen de capital y la orientación de mercado. Esto no solo nos permitió construir una primera imagen de la estructura empresarial actual sino también de los movimientos que la habrían conformado. Prestamos así especial atención a la medida en que la reconversión de la actividad vitivinícola dio lugar a una reconfiguración de la presencia y peso relativo del empresariado local/nacional y extranjero, así como de la medida en que la producción para el mercado interno sigue estructurando las posiciones de mercado. La tipología construida muestra que la

recomposición empresarial, lejos de resultar en una polarización, dio lugar a una diferenciación de sectores empresariales.

Sin embargo, es posible avanzar en el análisis de la estructura empresarial del sector agroindustrial vitivinícola a partir de considerar otro tipo de movimiento. En efecto, tal como sugieren los cuadros presentados en las páginas anteriores, las diferencias entre sectores son consistentes con una mayor distancia entre ellos, si se considera por ejemplo, los grados de concentración de mercado.

Pero al mismo tiempo, ese movimiento de mayor distancia entre sectores coexiste con otro movimiento: la producción de heterogeneidades al interior de cada sector o tipo empresarial. Hemos avanzado algunos indicadores en este sentido en páginas anteriores, al analizar los datos referidos al tamaño de las empresas según el porcentaje de ventas, observando que no solo hay diferencias entre sectores sino también al interior de cada uno de ellos. En este sentido, en esta segunda parte, tenemos como objetivo profundizar en la descripción de aspectos que determinan la pérdida de homogeneidad interna, a partir de considerar aspectos relacionados con las estrategias productivas y económicas de las empresas y los diferentes modos de desarrollarse en la actividad.

Para ello, trabajaremos con el material recogido a partir de las entrevistas que realizamos a propietarios, administradores y personal gerencial de establecimientos vitivinícolas en 2010 y 2011. El material de las entrevistas fue organizado según los criterios establecidos para construir los diferentes tipos de empresas vitivinícolas: antigüedad en la actividad, origen del capital y orientación de mercado. Se realizaron en total 22 entrevistas, sobre 21 empresas que en total corresponden a 40 bodegas. Las entrevistas relevaron información referida a la historia de la empresa, sus características productivas, su comportamiento durante el proceso de reconversión, la participación en cámaras empresariales, así como el posicionamiento de los entrevistados en relación a las políticas públicas.

En este apartado, nos abocaremos a las características socio-productivas de las empresas (diversificación o especialización en vitivinicultura, forma de abastecimiento de uva, cantidad de elaboración de vino, tipo de producto principal), para en los dos capítulos siguientes abordar las trayectorias empresariales.

3.2.1. Empresas antiguas, nacionales y mercado internistas

Recordemos que este sector, según el CIP, estaba formado en 2002 por 113 empresas, las cuales representan el 33% de las empresas de la actividad vitivinícola y participaban sólo en el 5% de las ventas.

Las empresas que pudimos abordar en nuestras entrevistas y que las clasificamos dentro de este primer tipo de empresa, son los casos 1, 2 y 3 (Ver Anexo II). Los tres casos no sólo corresponden a capitales nacionales, sino que además son locales, es decir, capitales mendocinos. En el caso 3, el fundador es un inmigrante italiano que se radicó en Mendoza en la década de 1930 (correspondiente al año límite entre la primera y segunda etapa del desarrollo vitivinícola de la Provincia), y en la actualidad la empresa está en manos de la tercera generación. Se encuentra localizada en Luján de Cuyo y tiene 300 hectáreas con las cuales elaboran su propio vino, pero además, cerca de la mitad de la producción de uva de esas hectáreas la venden a otras bodegas. Su elaboración promedio (1,3 millones de litros de vino) la ubica entre las “medianas-pequeñas”⁴⁶ bodegas. No fraccionan el vino que producen, sino que lo venden a granel, lo que implica una menor participación en la cadena de valor, y en consecuencia, la percepción de menores ingresos en comparación con las bodegas que sí avanzan en el fraccionamiento. Debe señalarse que esta bodega produce vinos finos varietales.

A diferencia del caso 3, los otros dos casos que corresponden a cooperativas vitivinícolas⁴⁷, que se crearon entre 1965 y 1970.

Las cooperativas se localizan en el Valle de Uco. Una de ellas está integrada a FECOVITA (caso 1) y cuenta con 25 socios que producen uva en predios que van desde las 5 hasta las 20 hectáreas. La otra cooperativa se conforma con 12 socios, cuyas explotaciones tienen características similares. Estas cooperativas elaboran entre 2,5 y 3 millones de litros, lo que si bien es mayor que el caso anterior, también las ubica entre las bodegas “medianas-pequeñas”. Del mismo modo, estas cooperativas venden casi la mayoría de su producción a granel, pero mientras la que está integrada a FECOVITA elabora mayormente vinos finos varietales, la otra cooperativa produce mayormente vinos de mesa comunes.

⁴⁶ En este capítulo los límites de los tamaños de las empresas según cantidad elaborado son los mismos mencionados en el capítulo 2.

⁴⁷ Las cooperativas vitivinícolas se encuentran integradas por socios que son productores de uva. La cooperativa se dedica a elaborar vino con la uva de estos productores, la cual después se comercializa a nombre de la cooperativa. Cada socio paga un determinado porcentaje a la cooperativa por la elaboración del vino. Con ese ingreso de dinero y el originado por elaboración a cuenta de terceros (a quienes se les cobra un porcentaje mayor) se cubren los gastos de funcionamiento de la cooperativa, empleados y mantenimiento e inversiones en nuevas maquinarias.

Vemos así ciertos rasgos compartidos: la producción en porcentajes variables de la uva utilizada para la elaboración de vino, lo que las define como empresas con un cierto grado de integración vertical entre la etapa de producción primaria y la de elaboración de vinos. No se trata de grandes productores de uva ni elaboran grandes cantidades de vino, lo que explicaría la baja participación en las ventas (recordemos, el 5%) a pesar de constituir el 33% del conjunto de las empresas en 2002. Asimismo, predomina en estas empresas la venta a granel del vino elaborado.

A pesar de esta homogeneidad, observamos algunas diferencias internas, dadas por un lado, por la calidad del vino elaborado (varietal o común); y por otro, por el desarrollo de estrategias de integración horizontal (a partir de la integración cooperativa) que aparece como un mecanismo de avance en la cadena agroindustrial para los productores primarios: estos no son propietarios individuales de bodegas sino socios. Por el contrario, el caso 3 ejemplifica una situación de integración hacia atrás para abastecerse de la propia materia prima. Estos elementos muestran que estas empresas persisten en la actividad en condiciones de relativa debilidad, si se tiene en cuenta su nivel de elaboración y las dificultades para agregar valor a su producción. La estrategia de cooperativización de segundo grado parece constituir una herramienta para contrarrestar esta situación, y como veremos en los capítulos 7 y 8, en buena medida, la misma ha involucrado en la última década la construcción de una trama institucional tendiente a facilitarle recursos.

3.2.2. Nuevas empresas, nacionales y mercado internistas

Este tipo de empresa bodeguera, según los datos del CIP, estaba formado en 2002 por 151 empresas, las cuales representan el 44% de las empresas de la actividad vitivinícola y participaban en el 9% de las ventas.

Las empresas vitivinícolas que corresponden a este tipo son los casos 4 y 5 (ver anexo). Se fundaron cuando ya el proceso de reconversión vitivinícola se había iniciado (una en 1996 y la otra en 1997). Estas nuevas empresas son de capitales mendocinos. Una de ellas se dedica conjuntamente a la elaboración de vinos y de dulces; además, desarrolla actividades conexas a la vitivinicultura como es el enoturismo (visitas guiadas por la bodega). La otra bodega, sólo se dedica a la elaboración de vinos.

Ambas empresas se ubican en zonas valorizadas por la actual vitivinicultura (Tupungato y Maipú). A diferencia de las antiguas empresas nacionales orientadas al mercado

interno, las nuevas empresas no se caracterizan por la integración de la producción primaria. Una de ellas no posee viñedos propios, sino que compra la totalidad de la materia prima a productores primarios con los cuales no tiene contratos formales sino relaciones de varios años. La otra bodega, si bien tiene producción propia de uva, logra abastecer su demanda en un 30%. El resto de sus necesidades de materia prima las solventa con la compra a productores (50% aproximadamente) así como también mediante la modalidad de elaboración a cuenta de terceros (20%).

La cantidad de vino que elaboran estos dos casos es representativa de dos tipos extremos. El caso 4 sólo elabora 70.000 litros de vinos, por lo cual diríamos que se encuentra entre las bodegas de tamaño “muy pequeño”. El caso 5 produce en dos bodegas, una propia y una alquilada y elabora 17 millones de litros por lo cual la categorizamos como una empresa “muy grande”.

En los dos casos venden casi la mayoría de su producción a granel, es decir, no fraccionan sus vinos, por lo cual son bodegas trasladistas. La empresa 4 elabora mayormente vinos finos, varietales, a diferencia de la empresa 5 que produce mayormente vinos de mesa o comunes, además de mosto. Observamos en el caso de las nuevas empresas que producen para el mercado interno una mayor heterogeneidad que entre las antiguas bodegas. Esas diferencias se relacionan con el nivel de elaboración de vino y con el tipo de vino elaborado. Ello define dos estrategias bien diferenciadas: por un lado, una pequeña escala, que produce vinos finos y desarrolla negocios conexos como el enoturismo, lo que indicaría una estrategia de mercado orientada a ciertos segmentos del mercado, es decir, sectores de ingresos medios y altos. Por el otro, la gran escala que produce vinos comunes para el mercado interno, donde la estrategia no está guiada por la segmentación de los consumidores sino por el volumen.

3.2.3. Empresas antiguas, nacionales y predominantemente mercados internistas

El grupo de empresas caracterizadas por ingresar a la actividad vitivinícola antes de su reestructuración, cuyo capital es nacional y con orientación principalmente al mercado interno, pero también con inserción en el mercado externo, se componía en 2002 por 27 empresas, las cuales representaban un 8% del total de empresas vitivinícolas y participaban con el 12% de las ventas (datos del CIP).

Las empresas vitivinícolas que corresponden a este tipo son los casos 6, 7, 8 y 9 (ver Anexo II). Estas empresas se fundaron en la etapa donde la actividad vitivinícola se

caracterizaba por la venta de vinos comunes o de mesa y destinaba prácticamente la totalidad al mercado interno: 1933, 1980, 1973 y 1968, respectivamente. Como todas las firmas que forman parte de los otros tipos de empresas vitivinícolas desarrollados hasta acá, estas cuatro empresas están formadas por capitales locales (mendocinos), en los dos últimos casos sus fundadores fueron inmigrantes italianos que se radicaron en la provincia. Todas tienen como actividad principal a la vitivinicultura. Cabe destacar que por la importancia y la particularidad de su historia en la actividad aclararemos que el primer caso de este grupo (caso 6) es FECOVITA.

La ubicación geográfica de estas empresas es Maipú (el establecimiento central del caso 6 y caso 7), Tupungato (caso 8) y San Martín (caso 9). Estos departamentos representan diferencias regionales que intentamos describir en el capítulo 2 y que tienen que ver con sus características productivas: cabe recordar que tanto Maipú como Tupungato, corresponden a las zonas del Gran Mendoza y Valle de Uco, respectivamente, valorizadas por los nuevos inversionistas, en cambio la zona Este de la provincia (a donde corresponde San Martín) se caracteriza por las grandes cantidades de producción de uva y de elaboración de vinos comunes.

FECOVITA (caso 6) es una federación de cooperativas vitivinícolas que se dedica al fraccionamiento y comercialización del vino de 32 cooperativas, las cuales elaboran el vino con la uva proveniente de 5.000 productores. De este modo, FECOVITA se abastece casi exclusivamente de la uva de sus propios socios, comprando el resto (4%) a otras cooperativas que no están asociadas a la federación, así como a productores independientes. Dadas estas características, FECOVITA logra un alto nivel de fraccionamiento de vino (240 millones de litros), lo que la ubica como uno de los grandes jugadores de la actividad en la provincia. Sin embargo, éste es un caso especial, porque no elabora vino, sino que fracciona y comercializa los vinos producidos por las cooperativas asociadas. Para ello cuenta con seis establecimientos distribuidos en Mendoza y también en la provincia de San Juan. FECOVITA vende mayormente vinos de baja gama, así como también exporta mosto.

El resto de las empresas relevadas en esta categoría presentan diferencias en cuanto a las modalidades de abastecimiento de la materia prima. Si bien todas tienen producción propia, en ningún caso se autoabastecen totalmente, comprando a productores independientes o a partir de acuerdos de elaboración por cuenta de terceros.

Respecto al nivel de elaboración de vino, coexisten entre las empresas relevadas, las “medianas pequeñas” y las “muy grandes”. A diferencia de FECOVITA, estas empresas poseen una sola bodega.

En términos del tipo de producto comercializado, también coexisten empresas que venden todo el vino fraccionado y empresas que venden parte a granel; y empresas que producen solo vinos finos varietales, empresas en las que predominan los vinos comunes y de baja gama, y empresas que combinan la producción de varietales y comunes.

Por estar incluidos en este tipo de empresa vitivinícola predomina el mercado interno, destino que representa más del 70%, destacándose especialmente una empresa (caso 8) en la cual este destino alcanza el 90%. Las exportaciones se realizan a través de importadores o distribuidores en los países de destino (los principales son Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Países Escandinavos, Brasil, Paraguay, Perú, Japón y Rusia); solo una de estas empresas vende con marca del exportador que le compra su producción.

En definitiva, este sector muestra una significativa heterogeneidad interna relacionada con el nivel de elaboración, la importancia del mercado externo dentro de sus estrategias comerciales (que en todos los casos, es sin embargo, minoritaria), el fraccionamiento o venta a granel. Asimismo, habiendo partido casi todas en sus inicios y durante buena parte de su trayectoria empresarial de la producción de vinos comunes para el mercado interno, en la actualidad no todas han logrado diversificar calidades: como se destacó algunas producen mayoritariamente vinos finos varietales, mientras que otras siguen manteniendo el perfil de elaboradores de vinos comunes y baja gama. Finalmente, encontramos aquí, a diferencia de las antiguas empresas nacionales vinculadas enteramente al mercado interno, con el desarrollo de actividades de enoturismo (caso 7 y caso 8).

3.2.4. Nuevas empresas, nacionales y predominantemente mercado internistas

El grupo de empresas caracterizadas por ingresar a la actividad vitivinícola ya comenzada su reconversión, de capitales nacionales y con orientación principalmente al mercado interno, pero también con inserción en el mercado externo, estaba compuesto por 29 empresas en 2002, representaba sólo el 8,5% del total de empresas vitivinícolas,

pero tenían la participación más importantes en ventas de todos los tipos: 35% (datos del CIP).

Las empresas vitivinícolas que corresponden a este tipo son los casos 10, 11 y 12 (ver Anexo II). La primera de estas empresas tiene la particularidad de estar compuesta por varias bodegas, algunas fundadas en las primeras etapas del desarrollo de la actividad y otras nuevas. Fue adquirida por los actuales propietarios en 2010. Por su importancia aclararemos que nos estamos refiriendo a Peñaflor. Las otras dos empresas ingresan en la actividad en 2002 y 1998, a partir de la adquisición de bodegas ya existentes, es decir, no construyeron nuevos edificios. En este tipo de empresas, a diferencia de los que analizamos hasta ahora, encontramos capitales nacionales, que no son locales (sólo el caso 11 proviene de capitales mendocinos).

Un elemento a destacar en relación con los otros tipos de empresas hasta aquí analizadas es que se trata de capitales que ingresan a la vitivinicultura desde otras actividades económicas: agroindustriales (como la producción de carne, embutidos, quesos, lácteos, olivicultura), servicios (supermercado, sector eléctrico) o minoría. Si bien estos casos no tienen representatividad estadística (más aún recordemos que según los datos del CIP solo el 3.4% de este estrato está vinculado a grupos económicos), su riqueza consiste en poder precisar el carácter de algunos de los capitales ingresantes: estos ejemplos muestran rasgos interesantes en tanto estarían señalando cómo la reconversión de la actividad vitivinícola resultó atractiva para capitales acumulados en otros sectores de actividad.

Estas tres empresas se destacan asimismo por poseer más de una bodega; si bien la mayoría están ubicadas en Mendoza, una de las empresas tiene bodegas en otras provincias productoras (Salta y San Juan). Solo una de estas empresas se abastece de uva en un 80% con producción propia, las otras solo cubren sus necesidades de materia prima con la producción de sus viñedos en un 20-22%. El resto se logra con la compra a productores primarios independientes y con compra de vino. Cabe señalar que en estas empresas encontramos una modalidad de vinculación que no parecía estar presente en los otros estratos: el asesoramiento y el seguimiento de la producción durante el año, por medio de ingenieros agrónomos.

Respecto al tamaño, teniendo en cuenta la cantidad elaborada de vino, también encontramos una variabilidad importante: coexisten en este estrato bodegas “muy grandes” (si bien a Peñaflor y al caso 12 les corresponden a ambos la denominación de “muy grandes”, hay una diferencia muy importante entre ellas, una con 240 millones de

litros y la otra con 13,5 millones), con “bodegas pequeñas” (por debajo del millón de litros). A pesar que en estas empresas, sigue destacándose la elaboración de vinos comunes y finos de baja gama, a diferencia de las empresas antiguas predominantemente mercadointernistas, en éstas encontramos la producción de vinos varietales y de alta gama y la venta casi exclusiva de vinos fraccionados. Asimismo, una de las empresas entrevistadas incluye la producción y exportación de mosto.

Al igual que el tipo de empresa vitivinícola anterior predomina la comercialización en el mercado interno, aunque estas empresas también exportan. En el caso de Peñaflor están muy repartidas sus ventas entre mercado interno y externo, siendo ligeramente superiores las del mercado interno, y de hecho esta empresa se encuentra entre las primeras empresas exportadoras de la vitivinicultura en Argentina, exportando a más de 80 países. En las otras dos empresas, el mercado interno representa el 60% y el 80%, respectivamente, destacándose en las exportaciones, países como Estados Unidos, Canadá, República Checa, Irlanda, Alemania, Polonia, Bélgica, Austria, Holanda, Dinamarca, China, México y Colombia, Perú, Brasil y Paraguay.

Las empresas de este tipo desarrollan además de vitivinicultura, la actividad asociada de turismo, basado en visitas turísticas a la bodega y degustaciones.

3.2.5. Empresas antiguas, nacionales y con orientación exportadora

Las empresas que ingresaron a la actividad antes del proceso de transformación, cuyos capitales provienen de Argentina y en las cuales prima la orientación exportadora significan en 2002, según el CIP, un porcentaje muy bajo (0,6%, sólo dos casos) aunque en ventas aumentan su representación a casi el 6%.

En nuestro trabajo de campo, abordamos dos empresas (casos 13 y 14) que poseen las características de este grupo. Ambas empresas son de capitales locales⁴⁸ y sus bodegas se localizan en el Gran Mendoza (Maipú y Guaymallén).

El año de formación de la empresa 13 es 1968, cuando se construyó el edificio de la actual bodega, en cambio, el caso 14 ingresó a la actividad en 1982, alquilando una bodega, la que en 1989 compraron y luego, le realizaron ampliaciones.

⁴⁸ En rigor, el fundador de una de ellas provenía de otra provincia argentina (Tucumán), pero luego la familia se radicó en Mendoza y actualmente, está en manos de la segunda y tercera generación desde su fundación.

En las dos empresas el abastecimiento de uva es a través de viñedos propios y de compra de uva a productores, con los cuales mantienen vínculos de larga data (no hay contratos formales). La importancia de la calidad de la uva para estas empresas exportadoras es fundamental por lo que desarrollan mecanismos de articulación a partir del asesoramiento y el seguimiento y control del trabajo en los viñedos de aquellos productores que les venden la materia prima, Si bien tienen diferentes niveles de elaboración de vino (“muy grande” y “muy pequeña”), ambas venden exclusivamente vinos fraccionados y varietales y en unos de los casos espumantes.

Venden entre el 60 y el 66% de sus productos al mercado externo, en países como Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, Bélgica, Alemania, Polonia, Colombia, Irlanda y Japón.

Estas empresas, igual que otras empresas de reciente ingreso, desarrollan también la actividad turística, basada en recorridos por la bodega y los viñedos, degustaciones, visitas a salas de arte en la propia y servicios de gastronomía.

3.2.6. Nuevas empresas, nacionales y con orientación exportadora

El grupo de empresas caracterizadas por ingresar a la actividad vitivinícola a partir de 1986, cuyo capital es nacional y poseen una orientación predominantemente exportadora constituyen sólo el 1,5% del total de empresas vitivinícolas existentes en 2002 y representan en ventas sólo el 2,2% (datos del CIP).

La empresa vitivinícola que corresponde a este tipo es el caso 15 (ver Anexo II). Ingresó a la actividad en 2002, con viñedos propios y alquilando una bodega. La empresa además de ser nacional, proviene de capitales mendocinos y parte de la familia se dedica a actividades profesionales. La bodega se encuentra en Gran Mendoza: Luján de Cuyo.

El autoabastecimiento es casi del 100%, ya que por el elaborar vinos orgánicos, las uvas deben provenir también de viñedos producidos de esta forma. Esta empresa por la cantidad de vino que elabora se encuentra dentro del tamaño “muy pequeño”: 26.300 litros. Sólo produce vinos varietales, que además, tienen la característica de ser orgánicos, los cuales se caracterizan, principalmente, porque las uvas utilizadas para su elaboración provienen de viñedos donde no se utiliza pesticidas, herbicidas, fertilizantes y cualquier otro producto tóxico. Este cuidado también se debe tener en la etapa de elaboración de los vinos, a los cuales no se les puede agregar ni sulfito ni

conservantes⁴⁹. Esta característica de especialización es propia de las llamadas “bodegas boutique”, donde el negocio no se desarrolla en base al volumen producido sino a la diferenciación del producto orientada a un consumidor global de altos ingresos, para el cual el consumo de vinos constituye parte de sus estrategias de distinción social.

En esta empresa, prima la comercialización de sus productos al mercado externo, al que destina el 90% de su producción. Además de dedicarse a la actividad vitivinícola, desarrolla la actividad turística que se basa en visitas guiadas por la bodega y los viñedos, degustaciones y gastronomía.

3.2.7. Nuevas empresas, extranjeras y predominantemente mercado internistas

Las empresas que ingresaron a la vitivinicultura a partir de la reconversión, cuyos capitales son extranjeros y que producen predominantemente para el mercado interno representaron en 2002 sólo el 3,2% del total de empresas vitivinícolas, aunque en ventas sí es importante su representación⁵⁰: 28%. En otras palabras, si bien se trata de pocas empresas (11) tienen un poder de concentración importante, constituyendo el segundo tipo de empresas en porcentaje de ventas.

De los casos abordados a través de las entrevistas en profundidad, sólo uno corresponde a este sector (caso 16). Esta empresa ingresó a la actividad en 1989, es decir, apenas iniciado el proceso de reconversión, comprando una bodega. Los capitales son europeos (austriacos) y se dedican como actividad principal en su país de origen al negocio de los cristales.

Esta bodega se encuentra localizada en Gran Mendoza (Luján de Cuyo) y posee 670 hectáreas de viñedos. Se abastece de uvas, en partes iguales, de viñedos propios y de compras a productores. De los casos relevados, éste es el único en el cual existen algunos contratos con productores donde se establece la cantidad de uva a entregar, los plazos de entrega y se les adelanta financiamiento a los productores. También existe una relación continua con aquellos productores primarios con los que no tienen contratos (la

⁴⁹ Para ser categorizados como “vinos orgánicos” deben ser certificados por alguna organización, como por ejemplo la Organización Internacional Agropecuaria, Argencer Full Orgánico y Demeter Full Dinámico.

⁵⁰ Vale aclarar, que Peñaflor en el CIP fue clasificada dentro de este grupo, ya que en ese año correspondía a capitales extranjeros, lo cual ha cambiado desde 2010. Esto seguramente influiría en el porcentaje importante de este tipo de empresa vitivinícola (nuevas empresas extranjeras y predominantemente orientadas al mercado interno).

empresa ha mantenido a lo largo de los años un núcleo estable de proveedores) y se les realiza desde la bodega un seguimiento a lo largo del año para controlar la producción y las formas de realización de las labores.

Por la cantidad de elaboración de esta empresa (aproximadamente 12 millones de litros de vino) se encuentra entre las “muy grandes”. Venden la totalidad del vino en forma fraccionada y se dedican a los vinos finos. Además de la vitivinicultura esta empresa desarrolla el turismo, basado tanto en visitas guiadas como en gastronomía en su restaurant.

A pesar que predomina la venta al mercado interno, es importante lo que destinan al mercado externo (45%), a países como Estados Unidos, Canadá, Holanda, Brasil y cincuenta y seis países más.

3.2.8. Nuevas empresas, extranjeras y con orientación exportadora

Este grupo estaba compuesto en 2002 por 5 empresas, que representaban sólo el 1,5% del total de empresas vitivinícolas y participan en las ventas en un 2,5% (datos del CIP). Nosotros relevamos cuatro empresas (casos 17, 18, 19 y 20) con estas características, que ingresaron en la actividad en 2004, 2000, 1996 y 1997, respectivamente. Los capitales provienen de EEUU, Holanda, Chile e Italia; en este último caso, se trata de una empresa mixta en la que participan italianos y argentinos (específicamente mendocinos), aunque la mayor parte corresponde a italianos. La mayoría de estos capitales provienen de la actividad vitivinícola o actividades conexas (como la importación de vinos, enología); solo una representa una inversión de un grupo diversificado, con inversiones en el transporte, logística y distribución, además de dedicarse en Argentina a la actividad agropecuaria y ganadera, a la elaboración y comercialización de frutos, y al turismo. Tres de ellas construyeron edificios nuevos donde instalar sus bodegas; una de ellas, en rigor, comenzó comprando uvas y alquilando una bodega propia, para posteriormente invertir en la construcción de su propia bodega y la implantación de viñedos propios. Mientras que la cuarta empresa compró dos bodegas existentes, aunque realizó una ampliación importante.

Las bodegas de estas empresas se localizan en la región del Gran Mendoza, que como mencionamos, constituye una de las zonas valorada por las nuevas inversiones. En uno de los casos poseen, además, otra bodega en San Juan. El abastecimiento de uva es tanto

propio como a través de productores primarios, variando los porcentajes según los casos: coexisten así empresas que se abastecen casi totalmente con su propia producción, con otras que dependen principalmente de la compra a terceros (de uva y de vino). La relación con los productores primarios -en los casos que trabajan con ellos- es similar a lo que hemos venido describiendo, no se realizan contratos formales, se mantienen los mismos proveedores de un año a otro y a través de ingenieros agrónomos se supervisa la producción en los viñedos.

Respecto al nivel de elaboración de vino, también encontramos una variabilidad importante entre las cuatro empresas analizadas, que en verdad se corresponden con diferentes estrategias de negocio: dos de ellas se ubican entre las empresas con mayor nivel de elaboración y las otras dos entre las “pequeñas” y “muy pequeñas”. En efecto, si bien todas producen vinos fraccionados, las más grandes se orientan a la producción de vinos comunes y finos, mientras que las más pequeñas producen vinos finos de muy alta gama.

Obviamente, este grupo está formado por empresas en donde predominan las exportaciones, pero esta proporción no se da de forma homogénea en todos los casos. Las empresas que destinan más del 90% de su producción a la exportación son las más pequeñas, como vimos, las que producen vinos de muy alta gama. Las otras dos destinan entre el 55% y el 70% de su producción a la exportación y el resto al mercado interno. Los principales países que se destacan como destino en este grupo son Estados Unidos, Canadá, Brasil, Holanda, Inglaterra, países asiáticos y otros países de Latinoamérica (Uruguay, Paraguay, México, Venezuela, Perú y Colombia).

En relación con el desarrollo del enoturismo, en tres casos han incluido esta actividad.

3.2.9. Empresa antigua, extranjera y predominantemente mercado internista

En nuestras entrevistas abordamos un caso, que por sus características no podría ser incluida en los diferentes sectores empresariales revisados hasta ahora. El motivo principal de ello, es que esta empresa no fue registrada en el CIP.

La empresa a la cual estamos haciendo referencia es Chandon, instalada en la actividad vitivinícola en Argentina desde 1960, y propiedad de capitales franceses. Esta empresa se orienta predominantemente al mercado interno, aunque también exporta.

Desde 1987, fue adquirida por el grupo LMVH (Moët Hennessy - Louis Vuitton) propietario de reconocidas marcas de lujo de diferentes rubros, aparte de bebidas

alcohólicas, como equipajes y artículos de cuero, perfumes y productos de belleza, alta costura y distribución/ventas selectivas. Algunas de las marcas más reconocidas de este grupo son Louis Vuitton, Cristian Lacroix, Guerlain, Kenzo, Christian Dior, Sephora y Duty Free Shop, entre otras. La categoría bebidas alcohólicas o espirituosas está mundialmente representada en las siguientes divisiones: Moet & Chandon, Veuve Clicquot, Hennessy y las filiales de Moet & Chandon fuera de Francia.

Esta empresa posee en Argentina dos bodegas: Chandon y Terrazas de Los Andes. Esta última se emplaza en una bodega que fue comprada, a la cual le realizaron refacciones y fue inaugurada en 1999. Las dos bodegas se encuentran ubicadas en Luján de Cuyo. Bodegas Chandon posee en Mendoza viñedos en Luján de Cuyo y en Tupungato, en total alcanzan las 500 hectáreas y cultivan principalmente Chardonnay y Pinot Noir. Sin embargo, aunque elaboran sus productos con uvas provenientes de estos viñedos, la gran mayoría (alrededor del 70%) la compra a productores (aproximadamente 200) con los cuales trabajan asistiéndolos y controlándolos durante todo el año. Este grupo francés se dedica principalmente al vino espumante y vinos de alta gama, es más, desde esta empresa se atribuyen haber desarrollado la categoría de espumantes en la Argentina, que antes no existía. En cuanto a la cantidad elaborada (30 millones de litros anuales) se encuentra entre las bodegas “muy grandes”. Bodega Chandon de Argentina exporta sólo el 10%, pero sí es significativo lo que exporta Terrazas de Los Andes, la otra bodega del grupo (casi el 70%) a 30 países. El interés principal de Chandon cuando ingresó al país era vender en el importante mercado interno argentino, aunque orientándose a los segmentos más altos de ingresos, ya que no les era necesario exportar sus productos desde Argentina, porque también tienen sus propias bodegas en Francia, Brasil, Estados Unidos (California) y Australia, específicamente para cubrir esos mercados.

En las dos bodegas desarrollan el enoturismo, ofreciendo visitas guiadas por las plantas de elaboración y por los viñedos.

3.3. A modo de síntesis

En esta síntesis retomaremos las dos dimensiones de análisis que nos planteamos desarrollar al comienzo del capítulo.

Respecto a la primera dimensión que refería a los movimientos de entrada, salida y persistencia de las distintas empresas y sus titulares podemos destacar los siguientes aspectos.

En primer lugar, una intensa recomposición de la burguesía vitivinícola, uno de cuyos principales indicadores es que casi el 60% de las empresas vitivinícolas ingresaron en las últimas décadas a la actividad:

- ✓ Entre estas nuevas empresas ingresantes se destacan las provenientes de capitales nacionales y asentadas en la producción para mercado interno.
- ✓ Dentro de las empresas que ingresaron (tanto nacionales como extranjeras) durante el proceso de reconversión, se encuentran las de mayor participación en ventas totales de la actividad a través de la diversificación de mercados, destinando sus productos tanto al mercado interno como externo (aunque con predominio del primero).
- ✓ Aunque se produjo el ingreso de nuevas empresas de capitales extranjeros (asociados especialmente a las grandes escalas), el mismo no parece constituir el emergente fundamental (si bien constituye uno importante) del proceso de recomposición de la burguesía vitivinícola: sólo corresponden a esta categoría el 5% del total de empresas, aunque concentran una porción importante del mercado (30% del total de ventas de 2002).

En segundo lugar, resulta importante destacar que las empresas existentes en las etapas previas a la reestructuración de la actividad, siguen presentes en 2002, representado poco más del 40%:

- ✓ Su característica principal es que provienen de capitales nacionales y predomina la producción orientada al mercado interno.
- ✓ En conjunto estas empresas “antiguas” no tienen una representación significativa en el total de ventas, la cual es de poco más del 22%. Gran parte de esta participación en ventas corresponde a las empresas que se orientan sobre todo al mercado interno pero a su vez logran diversificar sus estrategias de mercado y también exportan.

Ahora bien, si vemos integralmente la recomposición de la burguesía, incluyendo tanto a las empresas existentes y las ingresantes, podemos destacar que el proceso de reconversión de la vitivinicultura trajo aparejado una recomposición al interior de su

burguesía de capitales nacionales. Ha habido un desplazamiento de sectores tradicionales vinculados a una pequeña y mediana burguesía y una persistencia de algunas de las grandes empresas nacionales –a partir de una estrategia de diversificación y/o cambio de mercados–. Estos procesos, a su vez, están acompañados del ingreso de una nueva pequeña y mediana burguesía de capitales nacionales, orientada al mercado interno, que si bien significativa en términos cuantitativos, ocupa un lugar residual en el mercado. Concomitantemente a este ingreso de sectores de pequeña y mediana burguesía, se produce el de nuevas grandes empresas nacionales que se insertan en la exportación, aunque parte de ellas también concentra una parte sustancial del mercado interno.

La segunda dimensión de análisis, mencionada al comienzo de este capítulo, apuntaba a conocer los cambios y persistencias en las características de los sectores de la burguesía vitivinícola, atendiendo especialmente al peso y posición de los sectores vinculados a capitales extranjeros y a los nacionales. Respecto a esta dimensión podemos resaltar los siguientes aspectos.

Una primera cuestión es que como mencionamos anteriormente, en conjunto todavía es mayoritaria la burguesía correspondiente a capitales nacionales, incluyendo tanto a los sectores insertos a la actividad antes de la reconversión como aquellos que ingresaron en las últimas décadas.

Entre las empresas vitivinícolas cuya inserción en la actividad es anterior al proceso de reconversión de la actividad hemos podido observar los siguientes rasgos:

- ✓ La mayoría de ellas corresponden a capitales provinciales.
- ✓ Si bien prevalecen las empresas que destinan toda su producción al mercado interno, las que mejor posicionadas están son aquellas que además, pudieron insertarse en el mercado externo.
- ✓ Entre las que destinan toda su producción al mercado interno, encontramos las llamadas bodegas trasladistas, cuyos niveles de elaboración son medios (en relación a niveles muy grandes o muy pequeños) y poseen cierto grado de integración entre las etapas primarias y secundarias. Existe cierta heterogeneidad en cuanto a los diferentes niveles de calidad de los vinos, aunque todas comparten la debilidad para agregar valor a su producción, al no poder ingresar a la etapa de fraccionamiento. En el caso de las cooperativas esta debilidad puede ser subsanada a través de la integración a la federación de cooperativas.

✓ En cambio, aquellas empresas que pudieron insertarse en alguna medida en el mercado exportador, mayormente se dedican a los vinos finos, incorporan la etapa de fraccionamiento, y en algunos casos, incluso turismo vitivinícola.

✓ Por su parte, las empresas exportadoras, es decir, aquellas que actualmente es más lo que exportan que lo que destinan al mercado interno, encontramos a su vez, algunos rasgos resultantes de los cambios de la actividad vitivinícola de las últimas décadas. Por ejemplo: a) especializarse en los vinos fraccionados y varietales; b) abastecerse de uva a través de viñedos propios y de la compra de productores, con los cuales mantienen vínculos a largo plazo, aunque no a través de contratos formales⁵¹; y c) desarrollar el enoturismo, a través de la oferta de recorridos por las bodegas y los viñedos y de degustaciones.

✓ También presentamos el caso de Chandon que tiene la particularidad de provenir de capitales extranjeros y estar inserto desde antes de la reconversión. Su orientación es al mercado interno y se dedica a la producción de espumantes y en menor medida a vinos finos. Además, desarrolla el enoturismo, ofreciendo visitas guiadas por las plantas de elaboración y por los viñedos.

Entre las empresas que ingresaron una vez iniciado el proceso de reestructuración, hemos logrado identificar una serie de características relevantes:

✓ Los sectores mejor posicionados (tanto correspondientes a capitales nacionales como extranjeros) son aquellos que diversifican la producción, vendiendo tanto en el mercado interno como externo, aunque con predominio del interno.

✓ A su vez, al interior de estas nuevas empresas encontramos diferentes estrategias de inserción.

✓ Entre las empresas correspondientes a capitales locales y/o nacionales observamos las siguientes estrategias:

a) aquellas empresas que sólo venden al mercado interno y a granel, las cuales corresponden a capas con bajos niveles de acumulación (según datos del CIP) y a capitales provenientes de las provincias. Este bajo nivel de acumulación es similar a aquellas empresas que también se orientan exclusivamente al mercado interno, pero se

⁵¹ La importancia de la calidad de la uva para estas empresas exportadoras es fundamental por lo que desarrollan mecanismos de articulación a partir del asesoramiento y el seguimiento del trabajo en los viñedos de aquellos productores que les venden la materia prima.

encontraban en la actividad antes de la reconversión. Pudimos registrar dos modalidades productivas en este sector: una basada en la pequeña escala, que produce vinos finos y desarrolla negocios conexos como el enoturismo, lo que indicaría una estrategia de mercado orientada a ciertos segmentos, es decir, a los sectores de ingresos medios y altos; otra con eje en la gran escala, que produce vinos comunes para el mercado interno, donde la estrategia está guiada por el volumen.

b) aquellas que junto a la orientación al mercado interno, realizan en menor medida exportaciones, correspondientes a capitales nacionales y en menor medida provinciales. Entre ellas, identificamos empresas insertas en otras actividades económicas, lo cual estaría señalando cómo la reconversión de la actividad vitivinícola resultó atractiva para capitales acumulados en otros sectores de actividad. Pareciera que mayoritariamente estas empresas abastecen sus necesidades de materia prima a través de la compra de uva a productores primarios, realizándoles asesoramiento y controles de la producción durante el año. Además, realizan compra de vino en el mercado de traslado. Este tipo de empresas abarca diferentes segmentos del mercado de vinos fraccionados, ya que si bien predomina la elaboración de vinos comunes y finos de baja gama, también producen vinos varietales y de alta gama. Las empresas de este tipo desarrollan además de vitivinicultura, la actividad asociada de turismo, basada en visitas turísticas a la bodega y degustaciones.

c) aquellas empresas que se caracterizan por ser exportadoras. En este tipo de empresa parecen prevalecer las empresas muy grandes y en menor medida, las muy pequeñas (según el cuadro 3.2). El caso que pudimos estudiar con mayor profundidad correspondía a las empresas pequeñas (en relación al nivel de elaboración) y de capitales locales. Esta empresa se inserta en un segmento de mercado muy especializado y diferenciado, el de los vinos *Premium* orgánicos. Debido al cuidado que requiere su elaboración, el abastecimiento de uva de viñedos propios es casi del 100%. Además, ofrecen turismo enológico en la propia bodega. Así esta empresa se orienta a consumidores de altos ingresos.

✓ También se produjo el ingreso de capitales extranjeros, los cuales son importantes en términos de su participación en el mercado, aunque no en relación con su peso en la estructura empresarial vitivinícola. Entre las empresas correspondientes a estos capitales observamos las siguientes estrategias:

a) orientación al mercado interno, aunque también venta al mercado externo. Dentro de esta estrategia se destacan, especialmente, las grandes empresas y entre ellas se

encuentran la mayor proporción de empresas vinculadas o controladas por otras empresas o grupos, lo que reflejaría las estrategias de expansión global de grandes grupos empresariales en el marco de los cambios de la producción vitivinícola argentina. En este tipo de empresas pudimos registrar además, de la compra y el seguimiento y control a los productores primarios, la existencia de algunos contratos, en los cuales se establecen cantidades de uva entregar, plazos de entrega y adelantos de pagos. Se dedican a los vinos finos fraccionados, las exportaciones representan poco menos de la mitad del total vendido y desarrollan el enoturismo.

b) predominio de la venta de los productos en el exterior. En este tipo de empresas el abastecimiento de uva es tanto propio como a través de la compra a productores primarios. Con estos -al igual que en la generalidad de las relaciones entre productores y empresas vitivinícolas- no se realizan contratos formales, de todas formas, hacen un seguimiento y control de la producción de los viñedos.

Dentro de esta estrategia encontramos empresas de diferentes tamaños que producen vinos fraccionados, las más grandes se orientan a la producción de vinos comunes y finos, mientras que las más pequeñas producen vinos finos de muy alta gama. Las empresas que destinan más del 90% de su producción a la exportación son las más pequeñas, como vimos, las que producen vinos de muy alta gama. Las otras destinan entre el 55% y el 70% de su producción a la exportación y el resto al mercado interno. Este tipo de empresas parecen estar asociadas al turismo.

En pocas palabras, para las empresas la posibilidad de inserción en el mercado externo está asociada al mayor control de calidad de las uvas, a la especialización en vinos fraccionados varietales y a la generación de nuevos negocios a partir del turismo. Esta asociación fue registrada especialmente en empresas de tamaño pequeño. En cambio, en las empresas más grandes, el objetivo principal está centrado en el mercado interno y en menor medida externo, dedicándose tanto a vinos comunes como finos. Además, en el caso de nuevas empresas que sólo venden en el mercado interno, también pueden desarrollar enoturismo y vinos finos.

También se produce una concentración en la actividad tanto por empresas de capitales tanto nacionales como extranjeros que ingresaron en las últimas décadas, y si bien desarrollan diferentes estrategias de inserción en la actividad, tienen como principal orientación el mercado interno con un porcentaje menor de exportaciones. En cambio, las franjas peor posicionadas de la burguesía vitivinícola aparecen identificadas con las

empresas que provienen de capitales nacionales y que orientan totalmente sus productos al mercado interno, tanto las pre-existentes a la reconversión como los que ingresaron posteriormente.

De esta forma, este primer análisis nos ha permitido complejizar, profundizar y matizar procesos de la actividad vitivinícola como la extranjerización, la concentración y la pérdida de peso de la burguesía de capitales locales. Es un análisis estructural que permite tener una visión del conjunto de los diferentes sectores al interior de la burguesía vitivinícola en cuanto a estrategias socio-productivas así como de sus principales capas sociales. En los capítulos que siguen (4,5 y 6), profundizaremos el análisis de cada sector a partir del eje extranjero/nacional, en lo referente a estrategias socio-productivas, formas de ingresos y trayectorias en la actividad.

CAPÍTULO 4. EL INGRESO DE CAPITALES EXTRANJEROS A LA ACTIVIDAD VITIVINÍCOLA: RASGOS PRINCIPALES, ESTRATEGIAS DE INSERCIÓN Y COMPORTAMIENTOS DURANTE EL PROCESO DE RECONVERSIÓN

En este capítulo nos abocaremos a analizar el proceso de ingreso de capitales extranjeros a la actividad vitivinícola. Para ello, desarrollaremos dos argumentos principales. El primero es que no todos estos capitales desarrollaron las mismas estrategias de ingreso y de inserción en la vitivinicultura mendocina. El segundo es que al interior de estos capitales, de origen externo, es necesario distinguir aquellos específicamente transnacionales, ya que como argumentaremos ni la organización productiva, ni los comportamientos que despliegan unos y otros son semejantes. En este sentido, entendemos que el capital transnacional constituiría un tipo de actor social particular dentro del capital extranjero en general, y conformaría lo que algunos autores denominan una clase capitalista transnacional (Robinson, 2007, Ver capítulo 1).

Utilizaremos para el análisis dos fuentes de datos: una base de elaboración propia, a partir de datos secundarios y las entrevistas realizadas a empresas transnacionales y/o extranjeras.

Recordemos que según los datos del CIP (que expusimos en el capítulo anterior) en 2002 las empresas extranjeras representaban menos del 5% del total de empresas vitivinícolas de Mendoza, aunque tenían una significativa importancia en términos de su participación en ventas: 30,5%.

Organizaremos este capítulo en dos partes. En la primera parte nos enfocamos en la evolución de la entrada de estos capitales en diferentes períodos, así como en las estrategias y formas de ingreso. En la segunda parte, nos abocamos a identificar las diferencias entre capitales extranjeros y transnacionales, focalizando en sus comportamientos empresariales.

4.1. Las características del ingreso de inversiones extranjeras en la vitivinicultura

La bibliografía que se ha ocupado sobre el ingreso de nuevos capitales en la actividad vitivinícola aborda el período que va desde aproximadamente los '90 hasta 2002 y destaca una serie de rasgos específicos en las modalidades de inserción de estos

capitales: a) la mayoría serían de origen extranjero, b) su ingreso al sector se habría realizado mediante la adquisición de empresas preexistentes, c) su perfil productivo se caracterizaría por la especialización en vinos finos, d) incorporarían moderna tecnología para la producción, d) encararían modalidades de integración vertical directa a través de la producción en viñedos propios o articulaciones de la etapa primaria mediante diferentes formas de vinculación con los productores de uva, e) realizarían alianzas con firmas locales, y f) su producción se orientaría, fundamentalmente, al mercado externo (Azpiazu y Basualdo, 2001, 2008 y Bocco, 2007).

Los datos analizados en el capítulo 3 corroboran algunas de estas afirmaciones, matizándolas en algunos casos y poniéndolas bajo interrogante en otros. En este sentido, consideramos necesario realizar un análisis del proceso de ingreso de estos capitales, de modo de registrar sus diferentes declinaciones a lo largo del período estudiado, que el análisis de un punto en el tiempo (2002) puede no captar adecuadamente. Así, con el objetivo de obtener una visión más fina del proceso, elaboramos una base de datos que registra las distintas inversiones y transferencias de capital que se produjeron en la vitivinicultura mendocina. El objetivo es realizar un análisis de mediano plazo, desde los inicios de la reconversión (alrededor de los años '90), pasando por el período en que se consolida el sector exportador de la actividad (a partir del año 2002, momento de la devaluación del peso argentino) hasta la actualidad. Esta base registra inversiones o transferencias de capital hasta 2011 inclusive y fue elaborada a partir de información periodística⁵², de la revisión de material institucional (páginas web, documentos, etc.) de las propias empresas y de la bibliografía existente (Azpiazu y Basualdo, 2001, 2008, Neiman y Bocco, 2005 y Bocco, 2007). La base conformada registra un total de 123 operaciones que tienen como referencia geográfica la Provincia de Mendoza. Por la complejidad de la información (transferencias de propiedad, venta de acciones e inversiones) y la inexistencia de datos oficiales consolidados, la base conformada no es completa. Por tanto, el total de casos incluidos en esta base no puede ser considerado una muestra estadísticamente representativa. Sin embargo, la base ofrece un panorama general de las tendencias en la actividad.

En términos generales, las operaciones de capital en la actividad presentan un patrón bien definido en el tiempo (cuadro 4.1): el 49% del ingreso de capitales o de transferencias de propiedades, se produce después de la crisis financiera del Tequila en

⁵² Diarios de Mendoza (Los Andes, Uno y Mdz on line) y de Buenos Aires (La Nación y Clarín).

diciembre de 1994 (Bocco, 2007) y antes de la devaluación (2002). Por su parte, luego de la devaluación se produce el 45% de las operaciones registradas en la base de datos. El 7% de los casos son operaciones que se realizan, principalmente, entre mediados de los '80 y los '90 (sólo un caso de los relevados se registra en 1960 que es cuando ingresa el Grupo Moët et Chandon).

Cuadro 4.1. Operaciones de capital⁵³ realizadas en la vitivinicultura según período. Cantidad y porcentaje. Mendoza.

Período	Operaciones de capitales realizadas	
	Cantidad	%
Antes de 1995	8	7
Entre 1995-2001	60	49
Entre 2002-2011	55	45
Total general	123	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Como observamos en el cuadro 4.2, las operaciones del capital extranjero en el total de transacciones son importantes (47%), a las cuales se les deberían sumar los capitales que ingresaron en asociación con capitales nacionales (12%). De todas formas, como analizamos en el capítulo anterior y profundizaremos en el siguiente, el capital nacional no ha perdido presencia en la actividad. De hecho, corresponde a este tipo un 40% del total de operaciones registradas y si analizamos el país de origen de los capitales ingresados en este período, los provenientes de Argentina son los principales.

⁵³ Incluye transferencias de propiedad, venta de acciones e inversiones. Las inversiones se refieren, especialmente, a aumento de la capacidad productiva.

Cuadro 4.2. Operaciones de capital realizadas en la vitivinicultura según origen del capital. Porcentaje. Mendoza.

Origen del capital	%
Extranjero	47
Nacional	40
Mixto	12
S/I	1
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Según se observa en el cuadro 4.3., el ingreso de capitales provenientes del exterior se destaca principalmente en la etapa anterior a la salida de la convertibilidad y de la devaluación del peso argentino. Sin embargo, como en el primer período (es decir, antes de 1995) sólo estamos considerando 8 casos, en términos absolutos es más notable el ingreso de este tipo de capital entre 1995-2001, cuando alcanza al 50% de las operaciones más su intervención en operaciones junto a capitales nacionales, en un 20%. En el período posterior a 2002, donde se destacan los capitales nacionales, el capital extranjero constituye el 42% de las transacciones.

Cuadro 4.3. Operaciones de capital realizadas en la vitivinicultura según origen del capital por período. Porcentaje. Mendoza.

Origen del capital	Período			Total general
	Antes de 1995	Entre 1995-2001	2002-2011	
Argentina	38%	30%	51%	40%
Extranjero	63%	50%	42%	47%
Mixto	0%	20%	5%	12%
S/I	0%	0%	2%	1%
Total general	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Entre los países de origen de los capitales extranjeros se destacan Francia (28%), Chile (16%), Reino Unido (10%), Estados Unidos (10%) y España (10%). Entre las operaciones donde se asocian de alguna forma capitales mixtos -que significan el 12% del total de operaciones- se destacan los capitales provenientes de Estados Unidos, seguidos por los de Francia.

Cuadro 4.4. Operaciones de capital sólo extranjeros realizadas en la vitivinicultura según país de origen del capital. Porcentaje. Mendoza.

Origen del capital extranjero	Porcentaje
Francia	28
Chile	16
Reino Unido	10
EE.UU	10
España	10
Otros	26
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

En nuestro trabajo de campo, pudimos identificar dos casos de asociación de capitales: una con capitales nacionales y otra con capitales locales. Podemos observar que algunas de estas asociaciones permanecieron en el tiempo (caso 20), en cambio, otras fueron disueltas (caso 17).

Caso 17: de orientación exportadora

La empresa ingresa en 2004 a partir de la asociación entre capitales norteamericanos y nacionales. Se iniciaron comprando una bodega y dos fincas. Aunque en 2007 estos capitales se separaron, podemos identificar en esa primera sociedad económica una forma que facilitó el ingreso a Argentina de capitales extranjeros. En la separación los norteamericanos se quedaron con la bodega y una de las fincas y los argentinos sólo con la otra finca. Los norteamericanos, además, se quedan con unas de las marcas, que refería a un apellido italiano (apellido que pertenecía a la esposa del socio argentino) porque *“en el mercado de los Estados Unidos que es donde especialmente van estos vinos [...] la marca (apellido italiano) asociado a la cultura italiana y en Estados Unidos anda bien”*.

Caso 20: de orientación exportadora

Esta empresa es una asociación de capitales italianos y mendocinos. En los inicios la relación entre estos capitales no comenzó siendo una sociedad, sino un asesoramiento, para que luego sí se convirtiera en una sociedad económica. Este asesoramiento inicial fue fundamental ya que la primera elaboración de vinos la realizaron comprando la uva a diferentes productores y alquilando una bodega para la elaboración, por lo cual sirvió para la elección de la procedencia de la uva y las características de la bodega. En la actualidad, la gerencia de la bodega está en manos del socio mendocino, quien conoció a los socios italianos cuando trabajaba como ingeniero agrónomo en otra bodega y uno de los inversores fue a asesorar como enólogo a dicha bodega.

Respecto al tipo de operación que realizan los capitales extranjeros, sólo 40% corresponde a construcción de bodegas, el resto es transferencia de propiedad o compra de acciones (total, minoritario o de control accionario) de empresas existentes.

Así entre los casos que relevamos en nuestro trabajo de campo, encontramos tanto casos que comienzan produciendo sus vinos, desde el principio con bodega y viñedos propios (caso 18 y Chandon) y casos cuyo ingreso a la actividad es de forma más paulatina: comienzan comprando uva y alquilando bodega para después realizar inversiones en las dos etapas de la cadena vitivinícola (caso 20). También se dan situaciones en que la empresa se inicia construyendo una bodega propia para en un segundo momento, adquirir otra bodega ya existente (caso 18 y Chandon).

Caso 18: de orientación exportadora

Los inversores llegaron a Argentina en los '90, adquiriendo campos y estancias en la Pampa Húmeda y el Litoral. Luego, toman contacto con un empresario de Mendoza expropietario de bodegas, quien los incentiva y asesora para ingresar a la actividad vitivinícola, lo que se concreta con la construcción e inauguración de su primera bodega en 2000, con viñedos propios. Luego, compraron una bodega en San Juan, la cual reformaron totalmente. El empresario local, pasó a ser presidente (por seis años) de la bodega inaugurada en Mendoza.

Caso 20: de orientación exportadora

Esta empresa realizó la primera elaboración de vinos comprando la uva a diferentes productores y alquilando una bodega para la elaboración, además, desarrollaron una marca propia. Luego, construyeron su propia bodega y plantaron sus propios viñedos.

Chandon: predominantemente mercado internista

Ingresan a la actividad en Argentina en la década de los '60, ésta fue la primera filial fuera de Francia. En esos años construyeron su bodega para espumantes así como implantaron viñedos para la producción de uva. En 1999 compraron una bodega para la elaboración de vinos finos. También, continuaron comprando tierras e implantando viñedos, llegando a la actualidad a 500 hectáreas propias cultivadas.

La compra de bodegas ya existentes implica adquirir no sólo las construcciones sino también los canales de distribución internos, las carteras de clientes y valores simbólicos como las marcas. Esta adquisición por tratarse de una transferencia de activos de una empresa a otra, no constituye una inversión en los términos técnicos del sistema de Cuentas Nacionales, pero sí es un indicador de los “flujos de negocios” (Consejo Empresario Mendocino –CEM-, 1999). Cabe señalar, sin embargo que generalmente, estas adquisiciones, sobre todo cuando que han significado cambios en el control accionario, fueron seguidas de inversiones como ampliación de la estructura adquirida o incorporación de tecnologías y modernización de las instalaciones. Ejemplo de estas adquisiciones son los casos 16 y 19.

Caso 16: predominantemente mercado internista

Ingresa a la actividad a fines de los '80, en plena época de hiperinflación y cuando recién se estaba iniciando el proceso de reconversión vitivinícola. En ese momento adquieren una bodega con viñedos que se encontraba en manos de capitales locales, la cual había sido constituida en 1895, pero ya no era propiedad de sus fundadores. La compra de esta empresa también implicó la adquisición de una marca reconocida. En los años siguientes, los nuevos propietarios realizaron reformas a la bodega y reconvirtieron viñedos.

Caso 19: de orientación exportadora

Es una de las empresas vitivinícolas más importantes de Chile, que ingresa a Mendoza en el año 1996, post efecto Tequila. Adquirió, inicialmente una bodega muy pequeña y una finca. Luego, compraron otra y 7 fincas más y además, realizaron ampliaciones en la primera bodega.

Como muestra el Cuadro 4.5, el grueso de los capitales extranjeros que ingresan en las últimas décadas a la vitivinicultura argentina son capitales relacionados con el negocio del vino y/u bebidas afines: en conjunto suman casi el 70% de las empresas extranjeras. En tal sentido, es posible plantear que, a diferencia de lo que sucede con otras

actividades agroalimentarias en Argentina en las que de manera creciente se registra la inversión de capitales extranjeros, en el caso de la vitivinicultura la integración de estos capitales se corresponde con estrategias de ampliación de capacidad productiva, diversificación de calidades y marcas, en fin, de estrategias de concentración de mercado por parte de empresas ya consolidadas en el negocio del vino. En el caso de la soja, por el contrario, y a modo de contraste, los inversores extranjeros son principalmente jugadores financieros (Gras, 2012).

Cuadro 4.5. Operaciones de capital sólo extranjeros realizadas en la vitivinicultura según inserción sectorial del capital. Porcentaje. Mendoza.

Inserción sectorial del capital extranjero	Porcentaje
Diversificado	28
Vitivinicola	41
Vitivinicola y otras bebidas	28
S/I	3
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Así encontramos entre las empresas especializadas en la vitivinicultura, aquellas que ocupan posiciones importantes en sus países de orígenes y utilizan su inserción en Argentina como una forma de diversificación de sus productos (caso 19) y aquellos que además, de poseer bodegas se dedican al asesoramiento enológico en importantes bodegas en diferentes partes del mundo (caso 20).

Caso 19: de orientación mercado internista

Esta empresa se expande cruzando la frontera desde su país de origen, Chile, donde es una de las empresas vitivinícola más importantes. Entre los motivos de esta inversión, mencionan que fueron atraídos por la historia vitivinícola de Mendoza, la calificación de los recursos humanos y especialmente, de los obreros rurales, así como por el bajo costo de la mano de obra, por la excelente relación suelo, clima y agua y por “*los buenos precios de la tierra*”. Ventajas que toman mayor relevancia por la cercanía de sus inversiones iniciales. Además, tanto Chile como Argentina, en el orden internacional de la industria vitivinícola conforman los países del Nuevo Mundo Vitivinícola. De todas formas, consideran que tanto la tierra y la mano de obra hacia 2010 han aumentado en relación a los '90 y ya no es tan conveniente inversiones

nuevas.
Caso 20: de orientación exportadora
Parte de los socios italianos son reconocidos enólogos y uno de ellos, <i>broker</i> de vinos en Estados Unidos. Además, otro de ellos tiene una bodega en Italia. Lo que les atrajo de Mendoza fue la calidad del Malbec, el potencial que tenía para crecer en las exportaciones esta variedad de vino y también el precio de la tierra (podían comprar “225 hectáreas a precio más barato que la compra de allá -en Italia- de una hectárea”). Así consideraron, al momento de ingreso en Argentina, que sus experiencias laborales así como sus contactos les facilitarían la venta de sus vinos en el mercado externo.

Por su parte encontramos casos de diversificación de actividades económicas tanto en sus países de orígenes (caso 14 y 21) como también en Argentina (caso 18).

Caso 16: predominantemente mercado internista
Esta empresa en su país de origen se dedica a la producción de cristales y joyas de alta gama. Además, tienen allí una pequeña bodega.
Chandon: predominantemente mercado internista
Cuando ingresaron, estos capitales se dedicaban netamente a los espumantes, hasta que en 1998 Moët & Chandon es adquirida por Grupo LVMH (Moët Hennessy-Louis Vuitton), empresa transnacional que desarrolla diferentes marcas de lujo.
Caso 18: de orientación exportadora
Esta empresa en su país europeo de origen se dedica al transporte, a la logística y a la distribución. Pero además, estos capitales ingresaron a Argentina en varias actividades económicas. Así en los '90, adquirieron campos y estancias en la Pampa Húmeda y el Litoral, sobre todo para el desarrollo de la caza y el turismo. Posteriormente, realizaron inversiones en tambos y luego, desembarcan en la actividad frutícola, comprando fincas y construyendo un galpón de empaques, primero en Tunuyán (Mendoza) y luego en Río Negro. En ese proceso de expansión en el país, es cuando invierten en la vitivinicultura.

Las empresas dedicadas a “vitivinicultura y otras bebidas” son en gran parte las empresas de bebidas más importantes a nivel mundial como Pernod Ricard, Diageo, etc. que desarrollaremos en el apartado especial sobre capitales transnacionales y capitales extranjeros.

Siguiendo con el análisis de la base de datos que elaboramos, construimos categorías para poder identificar las diferentes formas de capital. Así, se construyó una definición operacional *ad hoc* (teniendo en cuenta la información de la que disponíamos⁵⁴) que distingue al pequeño capital, del gran capital no transnacional y del transnacional, diferenciándolos entre sí y de los fondos de inversión, los cuales son fácilmente identificables ya que ingresan bajo esa figura financiera.

Bajo la denominación de “pequeño capital” se incluyeron aquellos que provienen de empresas que no poseen una posición importante y bajo “gran capital no transnacional” a aquellos que provienen de empresas que ocupan una posición importante pero no tienen una estrategia empresarial transnacional. Así con “posición importante”, en los dos casos, nos referimos a los capitales provenientes de empresas que se encuentren entre el primero y quinto puesto en ventas y/o producción en sus países de origen (ya sea Argentina u otro país de donde proviene la empresa), al momento en que se produce la transacción. En el caso del “gran capital no transnacional” también se incluyeron a las empresas diversificadas que si bien no ocupaban los primeros lugares en cada una de las actividades económicas, sí se encontraban dentro de las empresas más grandes en sus países de origen.

Como empresas transnacionales consideramos a aquellas que sobrepasan las fronteras nacionales instalando activos productivos o asumiendo el control de ellos en varios países. Partimos de la propuesta de Robinson (2007) quien considera como transnacionales a las firmas con oficinas principales en más de tres países, en las cuales se privilegiara la estructura de propiedad y el control de la matriz sobre la red de filiales distribuidas en diferentes países (Trajtenberg, 1999: 18).

Retomaremos el tema de las empresas transnacionales y/o extranjeras en el siguiente apartado, por ahora sólo queremos destacar que un 47% de los casos de capitales extranjeros relevados corresponden a empresas transnacionales, un 26% pertenece a grandes capitales no transnacionales, un 21% a pequeños capitales, un 5% a fondos de inversión, y el 2% restante son capitales cuya forma no pudimos determinar a partir de la información relevada (cuadro 4.6.).

Así, si se considera la evolución de las operaciones de capitales extranjeros según la forma del capital, lo que más se destaca es que en valores relativos, los capitales

⁵⁴ La cual mayoritariamente provenía de artículos periodísticos, de la bibliografía especializada, de la revisión de páginas web y de las entrevistas realizadas. De esta forma, en muy pocos casos pudimos acceder a los balances de las empresas.

correspondientes a transnacionales tienen mayor incidencia en los años comprendidos entre 1995 y 2001, ya que en ese período representaron el 67% de este tipo de transferencia o inversiones; sin embargo, debe señalarse su importancia, si bien menor, en los años previos a 1995 ya que significaron el 40% de las operaciones provenientes del exterior. En cambio en el período 2002- 2011, la forma del capital extranjero que se destaca por su ingreso es la del pequeño capital (43%) y el gran capital no transnacional (26%). Es decir, que en el ingreso total de capitales externos, los transnacionales fueron importantes, aunque a partir de 2002 se retrotraen ante la entrada de pequeños capitales.

Cuadro 4.6. Evolución de operaciones de capital sólo extranjeros realizadas en la vitivinicultura según forma del capital por período. Porcentaje. Mendoza.

Forma del capital	Período			
	Antes de 1995	Entre 1995-2001	2002-2011	Total general
Pequeño capital	40%	0%	43%	21%
Fondo de inversión	0%	3%	9%	5%
Gran capital no transnacional	20%	27%	26%	26%
Transnacional	40%	67%	22%	47%
S/I	0%	3%	0%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Vale destacar que una porción relevante de lo que hemos clasificado como “pequeño capital” está constituido por las llamadas bodegas *boutique*. En general así denominadas por sus propios propietarios, producen entre 100 mil y 150 mil litros anuales (se habla de un volumen de venta anual de 15.000 cajas de 12 botellas), son pequeñas bodegas que venden al mercado externo, y se dedican a la producción de vinos finos, *Premium* y *Superpremium*. En el mercado interno, venden sólo en algunas vinotecas o en sus propias bodegas, a través de las degustaciones o de las visitas turísticas que ofrecen. Tienen un alto nivel tecnológico. Cabe señalar que además de capitales extranjeros, encontramos propietarios nacionales y locales en este tipo de bodega. Entre otros factores, el surgimiento de bodegas pequeñas y medianas fue posibilitado por el desarrollo de tecnologías y maquinarias adecuadas para este tipo de bodega

(especialmente, en cuanto a tamaño) durante la década de 1990, así como también por la posibilidad de contratar determinadas etapas a terceros. Así surgieron, por ejemplo, filtros y prensas chicos, sumado a que los tanques de acero inoxidable se pueden ir adquiriendo de a poco e incluso el fraccionamiento se puede hacer en la propia bodega, a través del alquiler del fraccionamiento móvil⁵⁵.

4.2. Las diferentes formas de inserción de los capitales extranjeros y de los capitales transnacionales

Buena parte de la bibliografía sobre el proceso de reestructuración vitivinícola parte de la asimilación entre capitales extranjeros y capitales transnacionales, como si fueran términos equivalentes. Desde nuestra perspectiva, como lo planteamos en el primer capítulo de esta tesis, dicha equivalencia resulta apresurada. En efecto, la equiparación de ambos tipos de capital no permite considerar en su especificidad el carácter global de las lógicas económicas y productivas que desarrollan los capitales transnacionales. En ese sentido Richard-Jorba (2008a, 2008c) advierte sobre el problema de considerar a cualquier tipo de capital extranjero como transnacional.

El concepto de capital extranjero es amplio y además, de incluir los capitales de las empresas transnacionales, incluye otras formas de capital como asociaciones, *joint-ventures*, fondos de inversión con participación de inversores extranjeros (Kulfas, Porta y Ramos, 2002) y capitales que provienen de una empresa establecida solamente en otro país. Como señalamos en el primer capítulo, nuestro interés en diferenciar entre capitales extranjeros transnacionales y aquellos no transnacionales, es que los primeros tienen una escala de producción y comercialización global -que los otros no tienen-, lo que les otorga una mayor fortaleza en su posicionamiento dentro de la actividad. Además, estos tipos de capitales se desincorporan de sus naciones y se localizan en un espacio supranacional (Robinson, 2007). Así quienes poseen o controlan este tipo de capital constituyen la clase capitalista transnacional.

Según la base de datos elaborada, sólo el 23% del total de las transacciones de capitales registradas corresponden a capitales transnacionales, con lo cual la idea de

⁵⁵ Existen unas 12 empresas de fraccionamiento móvil, que en un tráiler instalan la línea de fraccionamiento completa, la cual consiste en el filtro, la máquina que lava y enjuaga las botellas, la máquina fraccionadora propiamente dicha, la tapadora, la encapsuladora, la etiquetadora y finalmente, el embalaje. El personal para el fraccionamiento es puesto por la misma empresa de fraccionamiento móvil. El establecimiento vitivinícola debe brindar tres elementos: la manguera con vino, la manguera con agua y un cable para energía, porque la línea fraccionadora se mueve con corriente eléctrica. Además de brindar los insumos secos, es decir, botellas, corchos, etiquetas, cápsulas, cartón, pallets, etc.

transnacionalización de la actividad vitivinícola argentina requiere ser relativizada. La mayoría de estos tipos de capitales que ingresaron en la actividad vitivinícola mendocina tienen sus casas matrices en Francia (32%); Reino Unido (21%) y España (18%), principalmente (cuadro 4.7.).

Cuadro 4.7. Operaciones de capital transnacionales realizadas en la vitivinicultura según país de origen del capital. Porcentaje. Mendoza.

Origen del capital transnacional	Porcentaje
Francia	32
Reino Unido	25
España	18
Canadá	7
Portugal	7
Otros	11
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Entre las principales firmas transnacionales se encuentran Louis Vuitton y Moët-Hennessy-LVMH (Francia), Pernod Ricard (Francia), Allied Domecq (Reino Unido), Diageo (Reino Unido), Grupo ARCO Bodegas Unidas (España), Grupo Codorníu (España), Sogrape Vinhos (Portugal), Seagram (Canadá) y Bodegas Salentein-Pon (Holanda).

Respecto al tipo de operación que realizan los capitales transnacionales, se destaca con el 43% la compra de bodegas y con el 25% la construcción de nuevas bodegas (es decir, inversiones directas o también llamadas *greenfield*). El 15% del capital transnacional adquiere acciones de una empresa existente. El 7% compra acciones con participación minoritaria y otro 7% son casos de compras de marcas.

Otra característica general se refiere al tipo de inserción sectorial de los capitales transnacionales que ingresaron a la vitivinicultura argentina. Como observamos en el cuadro 4.8 se destacan con porcentajes iguales (36%) las empresas que se dedican solamente a la actividad vitivinícola y aquellas que se dedican a las bebidas en general. Las empresas transnacionales que son económicamente diversificadas representan el 29%.

Cuadro 4.8. Operaciones de capital transnacionales realizadas en la vitivinicultura según inserción sectorial del capital. Porcentaje. Mendoza.

Inserción sectorial del capital extranjero	Porcentaje
Diversificado	29
Vitivinicola	36
Vitivinicola y otras bebidas	36
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Como destacamos, las empresas transnacionales se basan en estrategias globales de producción, en donde las matrices fijan objetivos a las filiales distribuidas en diferentes países, a partir de las variaciones en la demanda y el desarrollo de todas las filiales en conjunto. En efecto, el tamaño de éstas es muy grande en comparación a las empresas cuyas zonas de acumulación se encuentran en los límites de una provincia, de un país o incluso de dos países.

Entre los casos más paradigmáticos encontramos a las firmas Pernod Ricard y Diageo, que poseen una estructura mundial de producción y comercialización de bebidas, con plantas de producción por todo el mundo. Así se puede ver que en los dos casos existen unidades centralizadas a las que responden las diferentes filiales. Estas unidades pueden estar organizadas a partir de marcas, comercialización y/o distribución. Esto implica el desarrollo de marcas y ser responsables -ellas mismas- de la comercialización y la distribución que son etapas cruciales del complejo vitivinícola como último eslabón de la cadena.

Además, es importante destacar que la estrategia en los dos casos implica la diversificación en el rubro bebidas, es decir, los vinos son desarrollados junto con marcas muy importantes de whisky, vodka, licores, gin-ron y otras bebidas espirituosas.

Pernod Ricard⁵⁶
Esta empresa se encuentra entre las principales compañías mundiales de productos de licores y bebidas espirituosas, creada en 1975 por la fusión de dos compañías francesas de bebidas: Pernod y Ricard ⁵⁷ .

⁵⁶ Los datos acerca de esta empresa fueron obtenidos de su página web y de artículos periodísticos de los diarios mencionados anteriormente.

Algunas de sus marcas más conocidas a nivel mundial son Absolut, Chivas Regal, Ballantine's, Jameson, Havana Club, Mumm, Jacob's Creek, Campo Viejo y Graffigna. La organización mundial de Pernod Ricard está compuesta por compañías de marcas y compañías de distribución que suman un total de más de 18 mil trabajadores repartidos en 70 países. Las compañías de distribución adaptan localmente la estrategia mundial definida por las compañías de marcas, las cuales están coordinadas por un holding que define las principales orientaciones estratégicas. La organización se asienta sobre un control de la distribución: una red comercial mundial propia. Las plantas de producción se encuentran en Canadá, Estados Unidos, México, Cuba, Brasil, Argentina, Irlanda, Escocia, Suecia, Dinamarca, Polonia, España, Armenia, Francia, India, Australia y Nueva Zelanda.

Ingresó a la actividad vitivinícola de Argentina en 1992, con la compra del 50% de las bodegas Etchart en Luján de Cuyo (Mendoza) y Cafayate (Salta); y en 1996 completa la compra total de las dos bodegas. En 2010 la bodega de Etchart ubicada en Mendoza es vendida a otro grupo internacional (grupo portugués Sogrape de Finca Flichman). Adquiere el 39,1% de Seagram (2001) y parte de Allied Domecq (2005, la segunda empresa del sector a nivel mundial). Así recibe las bodegas argentinas que poseía la empresa inglesa Allied Domecq: Bodega Balbi, Bodegas y Viñedos Sainte Sylvie (Mendoza) y Bodegas y Viñedos Santiago Graffigna (San Juan).

Diageo⁵⁸

Es uno de los grupos de bebidas más importantes a nivel mundial y proviene del Reino Unido⁵⁹. En 1997 se conformó por la fusión de Grand Metropolitan y Guinness. Con oficinas en 80 países, disponen de plantas de producción en todo el mundo, como en Gran Bretaña, Irlanda, Estados Unidos, Canadá, España, Italia, África, América Latina, Australia, India y el Caribe; y trabajan alrededor de 20 mil personas. El marketing, la comercialización y la distribución de marcas están organizados en cuatro regiones geográficas: América del Norte, Europa, Internacional (donde incluye a América Latina) y Asia-Pacífico. Posee una amplia gama de productos de bebidas y algunas de las marcas más conocidas son Johnnie Walker, J&B, Smirnoff, Ciroc, Gordon's, Tanqueray, Captain Morgan, Cacique, Pampero, José Cuervo, Sterling Vineyards, Beaulieu Vineyard, Blossom Hill, Navarro Correas, Guinness, Red Stripe, Baileys, etc.

Ingresó a Mendoza (en ese momento se llamaba CINBA) con la compra en 1996 de Navarro Correas y construyó una nueva bodega (Finca Agrelo) en 2009. Este grupo en 2001 adquirió el 61% de Seagram (el resto Pernod Ricard), por ello se quedó con la marca San Telmo (de la Bodega ex San Telmo, actual Bodega Cruz de Piedra). Se

⁵⁷ Esta empresa figuró como la octava empresa transnacional más importante del mundo en el sector Alimentos y Bebidas en Naciones Unidas, 2009

⁵⁸ Los datos acerca de esta empresa fueron obtenidos de su página web y de artículos periodísticos de los diarios mencionados anteriormente.

⁵⁹ Esta empresa figuró como la séptima empresa transnacional más importante del mundo en el sector Alimentos y Bebidas en Naciones Unidas, 2009.

dedican especialmente a los vinos de alta gama y a los espumantes.

Ahora bien, las empresas de capitales transnacionales que actúan en la vitivinicultura mendocina se encuentran dentro de la categoría de tamaño “muy grande” de acuerdo a la cantidad de vino que elaboran. Sin embargo, no todas tienen las mismas estrategias de inserción ni los mismos motivos de ingresos a la actividad. Como muestran los casos de Chandon y el caso 18, priorizan mercados diferentes, uno el interno y el otro el externo.

Chandon: predominantemente mercado internista

Muchas de las características de esta empresa fueron desarrolladas tanto en este capítulo como en el anterior. Aquí sólo destacaremos las estrategias empresariales a lo largo de su historia en la vitivinicultura de Argentina. Vale recordar que en el momento de ingreso a la actividad vitivinícola argentina (a inicios de la década del '60) fueron atraídos por el gran mercado interno de vinos que en ese momento tenía el país. Sin embargo, uno de los principales problemas con que se encontraban es que la mayoría de ese consumo era de vinos comunes. Es por ello, que la empresa se adjudica haber desarrollado la categoría de espumantes en el país, que hasta ese momento no existía.

El cambio, alrededor de los '90, en el consumo de vinos -en cuanto comenzaba a disminuir el consumo de vinos genéricos y aumentaba el de vinos finos, prestando atención a las diferentes calidades de los productos-, le facilitó y permitió a esta empresa que se consolidara en el mercado argentino, por el tipo de productos en el que se especializaban (vinos espumantes). Durante los '90 se mantuvo en la producción de vinos espumantes, orientando este producto al mercado interno, ya que, como explicamos anteriormente, tiene filiales propias en California, Brasil y Australia, aparte de Francia, que también lo producen. A partir de 1998 inauguraron otra bodega (Terrazas de los Andes) que se dedica a vinos finos varietales y de la cual se exporta el 70% de la producción. Elaboran alrededor de 30 millones de vinos al año. En su ingreso a Argentina no elaboraban sus espumantes con uvas provenientes de sus viñedos, sino que compraban a productores las variedades locales del momento (Semillón, Chenin y Ugni-blanc e incluso algo de Pedro Giménez). Sin embargo, en la década de los '90 difundieron entre los productores a quienes les compraban otras variedades como Chardonnay y Pinot Noir e incluso también comenzaron a implantar estas variedades en viñedos propios. Actualmente, con esos viñedos se proveen en un 30% de la uva necesaria.

Caso 18: de orientación exportadora

Desde sus inicios, esta empresa invirtió en la tecnificación de su bodega, al igual que sus viñedos, orientándose al mercado externo y a los productos de alta gama. Su ingreso fue a fines de los '90 y aunque han priorizado las exportaciones, hay que destacar que el

45% de la producción se destina al mercado interno. Esta empresa elabora poco más de 10 millones de litros de vinos. Se proveen con uvas de viñedos propios en casi la totalidad. Además, en 2003 adquirieron otra bodega en San Juan especializada en vinos de alta calidad, a la cual le realizaron reformas, ampliaciones e incorporación de tecnología y maquinaria.

En cuanto a las empresas de capitales extranjeros no transnacionales, encontramos diferentes estrategias tanto de ingreso como de desarrollo y adecuación a los cambios en la vitivinicultura argentina. Por un lado, el tamaño de los emprendimientos es heterogéneo, encontramos empresas con bodegas muy grandes, pequeñas y muy pequeñas.

En el caso de las grandes bodegas, encontramos estrategias de inserción diferentes, pero en algún punto complementarias: por un lado, orientación al mercado interno, producción de vinos finos, pero con el objetivo a largo plazo de crecer en las exportaciones (caso 16), y por el otro, orientación principal al mercado externo, mayoritariamente con producción de vinos genéricos, pero con el objetivo a largo plazo de crecer en la producción de vinos finos, específicamente, varietales (caso 19).

En las pequeñas y muy pequeñas, encontramos estrategias similares de apuntar al mercado externo, con vinos de alta gama. Así especialmente, en la empresa pequeña (20) observamos el ingreso paulatino a la actividad: primero alquilando una bodega y comprando uva y luego construyendo su bodega propia y comenzando a cosechar sus propias uvas.

Otro elemento que observamos tanto en las bodegas muy grandes (caso 16) como muy pequeñas (caso 20) son los premios a determinados vinos como forma de hacerse conocidos en el mercado externo.

Caso 16: predominantemente mercado internista

Lo interesante de esta empresa es que uno de los hijos del inversor, en 1991 se radicó en Mendoza, desde donde ocupa hasta la actualidad la gerencia general.

En ese sentido, realizaron inversiones para la modernización y crecimiento de la bodega y de los viñedos (con los cuales se autoabastecen en un 50%), que permitieron *“producir con calidad”*, lo cual consistía en ocuparse de *“cómo cultivás la vid, de cómo elaborás, del tiempo que le das, del estilo de vinos que vas teniendo”*. Se consideró que tener productos de calidad facilitaría la exportación, por lo cual en la década de los '90, primó la preocupación por insertarse en el mercado externo (principalmente, Europa,

Brasil y Estados Unidos). Una de las estrategias que sirvió para comenzar a exportar fue la obtención de premios reconocidos para sus vinos. Así en la década del 2000, se produjo una consolidación de las exportaciones ya que el tipo de cambio permitió mejorar la competitividad en el exterior y por tanto, la rentabilidad, lo que también sirvió para obtener un capital más importante para desarrollar el mercado interno. De esta forma, lograron llegar a 2011, con un 55% de mercado interno y un 45% de mercado externo. Igualmente, consideran que la rentabilidad que les permitió la devaluación del peso se ha perdido, sobre todo desde 2010. Por último, el tamaño de esta bodega es muy grande, ya que elabora 12 millones de litros.

Caso 19: de orientación exportadora

Cuando compraron la bodega, la fueron equipando con tecnología de última generación, al mismo tiempo que le realizaron ampliaciones. Además, también fueron creciendo en cuanto a viñedos. En 2004 adquirieron una segunda bodega y en 2010 contaban con ocho fincas con viñedos propios, los cuales les permite proveerse de uva en un 50%. En el crecimiento de esta empresa en Argentina, en cierta forma primó la aplicación de las estrategias productivas y empresariales que desarrollaban en su país de origen (Chile): priorizar las exportaciones y elaborar mayormente vinos genérico, además, de elaborar enormes cantidades de vino (casi 23 millones de litros). De todas formas, en un futuro pretenden disminuir la proporción de vinos genéricos y aumentar la de *“vinos varietales para arriba”*.

Caso 20: de orientación exportadora

Estos capitales ingresaron a mediados de los '90, comprando una finca en la cual implantaron viñedos a los debían esperar para que diera producción. Mientras tanto, desarrollaron una marca propia y elaboraron el vino a través de la compra de uvas a productores y del alquiler de una bodega, vino que *“sacó 92 puntos en Wine Spectator y fue considerado el mejor Malbec del mundo”*. Desde el año 95 hasta el 2000 completaron la plantación de 40 hectáreas de Malbec, empezando a cosechar uvas propias a partir del 99, con las cuales se autoabastecen en un 35%. La bodega fue inaugurada en 2001, *“nos agarró la crisis del 2001. Y teníamos una bodega macanuda con dos tanquecitos adentro y nada más. Así que en el 2002 recién pusimos unos tanques y en el 2003 completamos, y completamos el 70% por ahí y después en el 2005 completamos la totalidad. En el 2007 hicimos 150 mil más de conservación”*. En la actualidad todavía no tienen planta de fraccionamiento, sino que contratan para esta etapa a empresas dedicadas al *“fraccionamiento móvil”*, producen menos de un millón de litros de vinos de alta gama y exportan el 90% de lo que producen.

Caso 17: de orientación exportadora

Esta empresa no transitó la década de los '90 ya que su ingreso fue en 2004, cuando los principales procesos de las transformaciones en la actividad vitivinícola llevaban ya un tiempo de desarrollo y las exportaciones vitivinícolas estaban en pleno crecimiento. La

bodega con la que trabajan se encuentra altamente tecnificada, así como los viñedos, con los cuales abastecen un 20% de sus necesidades de uva. Exportan el 95% de la producción de sus vinos de alta gama, cuya elaboración es de menos de 300 mil litros de vino, es decir, es una bodega muy pequeña.

Todas las empresas extranjeras, tanto transnacionales como las que no lo son, se encuentran altamente tecnificadas tanto en la etapa de producción de vino como de uva. Una cuestión que parecería sobresalir de las dinámicas productivas y de gestión de transnacionales y extranjeras, más allá de las diferencias de tamaño y de la organización a nivel mundial de las primeras, es la mayor relación con el territorio que desarrollan las no transnacionales. En efecto, los casos analizados muestran situaciones de radicación de parte de la familia propietaria en la provincia (desde donde se toman las decisiones), o la asociación con capitales locales o nacionales, cuyos socios son los que ejercen la dirección y gestión de las empresas.

4.3. A modo de síntesis

A lo largo de este capítulo hemos profundizado en el ingreso de capitales extranjeros a la actividad vitivinícola. Si bien no se pretende negar la importancia de los mismos (particularmente si se lo compara con los momentos previos a la reconversión), hemos podido ponderar su presencia en el conjunto de capitales que ingresaron en la actividad en las últimas décadas. A partir de la base de datos construida, podemos resumir las características principales de los capitales extranjeros en la actividad vitivinícola:

- Los principales países de procedencia son Francia y Chile y en menor medida Reino Unido, Estados Unidos y España;
- La etapa de mayor afluencia fue la que va de 1995 a 2001;
- Las empresas de origen de estos capitales mayormente se dedican a la vitivinicultura o al negocio del vino y a las bebidas en general;
- Casi el 50% de las transacciones de este tipo de capitales han sido transnacionales.

Un tema que hemos intentado desarrollar en este capítulo es el de la diferenciación de los capitales extranjeros en términos de tamaño, dinámicas productivas y organización

de la gestión. Nos hemos preocupado por distinguir entre los capitales extranjeros y los transnacionales. Por tanto, aunque pudimos determinar que el ingreso de empresas transnacionales es importante, no todos los capitales extranjeros que ingresan en la actividad vitivinícola a lo largo de la reconversión son de este tipo. Más aún cuando consideramos al capital transnacional en el total de transacciones (no ya sólo considerando sólo las extranjeras) significan sólo el 23%. La relevancia de diferenciar el capital o las empresas transnacionales tiene que ver con la escala global en la cual se mueven estas empresas en cuanto a estrategias productivas y empresariales, al posicionamiento que tienen en las economías de los países periféricos, al nivel del capital con el que cuentan para su desarrollo, al tipo y nivel de inversiones tecnológicas que realizan e incluso a la posibilidad de movilizarse fácilmente a través de los países. Estas características los hacen diferentes a cualquier empresa extranjera que se instale en Argentina, o a cualquier empresa de capitales nacionales cuyo alcance productivo y empresarial es el país o más aún una provincia determinada.

Si bien, en consonancia con las transformaciones de la vitivinicultura argentina, las mayores inversiones o transferencia de capitales extranjeros, y particularmente transnacionales, se dirigieron a proyectos de elaboración de vinos finos y orientados al mercado externo, esta no es la única modalidad productiva. Tal es el caso de una empresa transnacional, como Bodegas Chandon cuyo ingreso a la Argentina tuvo como objetivo principal desarrollar el vino espumante en este país para su venta al mercado interno, aunque a partir de 2000 comienza a exportar desde Argentina fuertemente con la marca Terrazas de Los Andes. En cambio, para otras empresas transnacionales, líderes mundiales en bebidas, el ingreso a la Argentina les ha permitido ampliar la oferta de vinos en cuanto a los diferentes orígenes, y en la mayoría de los casos la oferta de estas empresas cubre a varios países del Nuevo Mundo Vitivinícola (generalmente, Estados Unidos, Australia y Argentina).

En las empresas extranjeras no transnacionales encontramos también diferencias, ya sea de tamaño, de mercados y de productos. Ello se relaciona con que la actividad vitivinícola en Argentina, tiene una doble característica: por un lado, la importancia del tamaño de su mercado interno (a diferencia de otros países del Nuevo Mundo Vitivinícola) y del crecimiento en ese mercado del consumo de vinos finos y por otro, la ventaja en cuanto a rentabilidad que ha significado la devaluación del peso argentino para la venta del vino en el exterior.

En líneas generales se puede decir que las empresas que han ingresado a la vitivinicultura argentina ya sea capitales de extranjeros y/o de empresas transnacionales lo hacen para aprovechar las riquezas naturales (climáticas y geológicas) del territorio e incorporar los productos elaborados en el país al mercado internacional, así como también son atraídos por el alto nivel de capacitación de los recursos humanos al ser un país cuya producción vitivinícola es antigua. A esta atracción de las tierras de calidad agroecológica para determinadas variedades de vid, se le suma la disponibilidad y los precios diferenciales de la tierra en comparación con países de Europa o de Estados Unidos, en un contexto de desregulación y liberalización de actividades.

Entre los procesos significativos que registramos en relación a las formas de ingreso e inserción de capitales extranjeros en la actividad vitivinícola debe mencionarse la construcción de instalaciones y la adquisición de bodegas y su ampliación y modernización. Asimismo, es notable la inversión en viñedos (nuevos o existentes) con el objetivo de mejorar la calidad de los productos. Durante la década de 1990, además de poner a punto su capacidad productiva de acuerdo a las nuevas demandas internacionales, estas empresas comenzaron a desarrollar su conexión con el mercado externo. En la década de 2000, sobre todo a partir de la devaluación del peso argentino - con los cambios ya realizados en bodega y viñedos-, se les facilitó la consolidación en exportaciones.

Este comportamiento no es totalmente diferente de lo que hicieron las empresas de capitales locales y/o nacionales, lo cual desarrollaremos en el próximo capítulo.

CAPÍTULO 5. EL CAPITAL NACIONAL EN EL CONTEXTO DEL PROCESO DE RECONVERSIÓN VITIVINÍCOLA

Este capítulo tiene como objetivo explicar la evolución y el posicionamiento de los capitales locales y/o nacionales en la actividad vitivinícola mendocina. Para ello será necesario centrar el análisis en los capitales que ingresaron a partir de fines de los '80, las empresas que estaban antes de los comienzos de la reconversión, así como las asociaciones que se han establecido entre capitales extranjeros y nacionales o locales.

Trabajaremos con dos fuentes de datos. La primera es la base de datos de elaboración propia realizada a partir de fuentes secundarias a la cual hicimos referencia en el capítulo anterior. La segunda está constituida por las entrevistas realizadas durante nuestro trabajo de campo, con las cuales podremos profundizar en determinados aspectos de las empresas locales y/o nacionales. Asimismo nos servirá para analizar las diferentes situaciones al interior de empresas con las mismas características o las mismas estrategias productivas.

Cabe recordar que según los datos del CIP (que expusimos en el capítulo 3) en 2002 las empresas nacionales representaban el 95,3% del total de empresas vitivinícolas de Mendoza, con una participación en las ventas algo menor (aunque mayoritaria en relación a las empresas de capitales extranjeros): 69,5%.

En este capítulo intentaremos, en primer lugar, analizar algunas características de la evolución del ingreso de capitales nacionales en las décadas analizadas. En un segundo momento, explicaremos cómo quedaron posicionados los capitales locales y/o nacionales tanto en el mercado interno como externo, teniendo en cuenta el despliegue de diferentes estrategias empresariales y productivas por parte de las empresas preexistentes a la reconversión, por un lado y las que ingresaron luego de este proceso, por el otro.

5.1. El ingreso de capitales nacionales en las últimas décadas

Realizaremos una caracterización general de los capitales nacionales en el total de inversiones o transferencias de capital que tuvieron lugar en la provincia a partir de 1990; para ello utilizaremos la base de datos elaborada a partir de información periodística, páginas web, datos relevados en nuestro trabajo de campo e información que aparece en la bibliografía sobre el tema. Cabe recordar, previamente, algunos datos

generales de esta base. El total de operaciones registradas en la misma es de 123, distribuyéndose en el tiempo de la siguiente forma: 8 antes de 1995, 60 entre 1996 y 2001 y 55 entre 2002 y 2011. Como está registrado en el cuadro 4.2 (expuesto en el capítulo anterior), el capital nacional representa el 40% del total de las transacciones registradas y Argentina es el principal país de origen de las mismas. Así éste es uno de los indicadores que permiten plantear que el capital nacional no ha perdido relevancia en la estructura empresarial de la vitivinicultura, más aún si se considera que la gran mayoría de las empresas instaladas antes de la reconversión eran de capitales argentinos.

Según nuestra base de datos, del total de capitales nacionales invertidos en la actividad, el 43% es local es decir, de Mendoza (21 casos) mientras que el 57% proviene de otras provincias (28 casos). Deberíamos incluir también en este punto, para una mejor consideración del peso del capital nacional, las situaciones de asociaciones mixtas (extranjero-nacional), las que representan el 12% del total de nuestra base. Entre ellas, se destacan las asociaciones con capitales locales en mayor medida que con nacionales: el 86% de las transacciones mixtas incluye a capitales provenientes de Mendoza.

5.1.1. Formas de ingreso a la actividad

De los capitales nacionales no locales que ingresan a la actividad, sólo el 24% lo hizo a través de la construcción de bodegas y otro 24% de la compra de bodegas. Entre los capitales locales, el ingreso a través de la instalación de nuevas bodegas es superior (40% de las operaciones) mientras que un 30% corresponde a situaciones de compra del control accionario de empresas existentes.

Ahora bien, ¿cómo se conforman los nuevos capitales nacionales y locales, de dónde provienen? ¿Cómo se desarrollan en la actividad? ¿Cuáles son sus estrategias de inversión, una vez que se ha producido su ingreso a la actividad? Las entrevistas realizadas en nuestro trabajo de campo, permiten un acercamiento a estas cuestiones.

Como ya hemos mencionado una forma relevante de ingreso a la actividad es la compra de bodegas a empresarios locales o a las familias de los inmigrantes que se radicaron en las primeras décadas del siglo XX, las cuales tenían problemas de deudas o de herederos (Peñaflor). Algunos miembros de estas familias vendedoras reingresan a la actividad con la constitución de bodegas pequeñas, con alta tecnología y dedicadas a vinos de calidad (caso familia Pulenta y caso 12).

Las estrategias de desembarco son diversas al igual que las formas de financiación de las inversiones, las cuales están fuertemente condicionadas por la magnitud de los capitales que ingresan. En ese sentido, una primera forma que encontramos es el ingreso a través de la constitución de un club de bancos (caso 5). Esta estrategia se diferencia de la estrategia de ingreso de grandes empresas nacionales y/o locales que contaban con capitales propios (caso 11, Peñaflores y caso 12).

<p>Caso 5: de capitales locales y mercado internista</p>
<p>Dos de los hermanos que actualmente forman la sociedad titular de la empresa, en 1997 a través de la constitución de un club de bancos adquieren una bodega –dedicada a elaborar mosto- y la deuda que ésta tenía. <i>“La bodega estaba concursada y le debía a este banco, a este banco, a este banco y a este banco. Yo hablé con el dueño de un banco -que lo conocía- y le dije ‘mirá, hace una cosa: poné de acuerdo a estos tres bancos y a vos, me dan un préstamo a mí y convengan a este hombre que me dé la bodega a mí y yo me hago cargo de toda esta deuda que tenía la bodega, entonces él en el concurso se queda sin deuda’”</i>. Esta estrategia fue posible gracias a que uno de los hermanos trabajaba, en ese momento, en un puesto gerencial en un banco importante, lo que le permitió tener los contactos necesarios para lograr este financiamiento.</p> <p>El relato que hacen los entrevistados de los primeros años aparece teñido por la idea de “sacrificio”: la infraestructura de la bodega estaba muy deteriorada. Primero dejó su trabajo anterior uno de los hermanos y luego el otro: <i>“Decidimos comprar y dijimos bueno, que mi hermano Marcelo se vaya de Refinería de maíz y sea el gerente. Esto era un desierto. Los yuyos acá llegaban a un 1,20 de largo”, “y para que te des una idea el sacrificio: él ganaba lo mismo que yo ganaba en el banco y me dice: ‘mirá, hagamos una cosa. Venite a trabajar un año conmigo. Y yo gano la mitad y vos ganás la mitad. Y probamos un año y abrimos la bodega’. O sea que yo me fui del banco para ganar el 50%”</i>.</p>
<p>Caso 11: de capitales locales y predominantemente mercado internista</p>
<p>En 2002 un importante grupo empresario local (propietario, especialmente, de supermercados en Mendoza) adquiere una bodega fundada en 1922 por inmigrantes italianos, que ya no estaba en las manos de sus fundadores. El establecimiento vitivinícola se encontraba en un estado de abandono importante y a partir de 2005 comienza la restauración de la bodega.</p>
<p>Peñaflores: de capitales nacionales y predominantemente mercado internista</p>
<p>La evolución de Bodegas y Viñedos Peñaflores y Trapiche, como ya mencionamos, muestra un caso de una empresa que atravesó los cambios de la actividad vitivinícola y las modificaciones que sufrió en los diferentes momentos. La empresa fue fundada en 1914 por el inmigrante italiano Antonio Pulenta en San Juan, desde los '30 queda en</p>

manos de la segunda generación (dirigida por Quinto Pulenta), hasta que a fines de 1990 uno de los hijos de la tercera generación compra casi la totalidad de acciones al resto de la familia. Existía una necesidad de vender la empresa por un lado porque a mediados de los '90 habían comenzado a tener deudas importantes que alcanzaron los dos tercios de la facturación, sumado a que la gran cantidad de herederos hacía difícil la dirección y gestión de la empresa. Finalmente, la empresa se vende a un fondo de inversión norteamericano (DLJ Merchant Banking Partners) en dos etapas: en 1998 y 2002.

En 2010, estas bodegas fueron vendidas nuevamente, en este caso a la empresa argentina Bemberg Inversora S.A. (BISA).

Desde la gerencia de Bodegas y Viñedos Peñaflor consideran que el fondo de inversión que estuvo en la empresa entre 1998 y 2010, tuvo la particularidad de que *“no ha sido estos fondos que compran, inflan las empresas, las hacen facturar mucho y las venden, o las destruyen como ha pasado muchísimo en Argentina, sino que en este caso creo que lograron un desarrollo importante y sobretodo estratégicamente creo que lo han logrado, lo hicieron muy bien”*. Asimismo consideran que es una ventaja que lo haya adquirido un grupo argentino que tiene proyectado estar en la industria vitivinícola *“por los próximos 100 años”*, lo cual permite hacer y pensar más allá del corto plazo, y *“esta gente ha decidido apostar por una industria en la cual no tenía experiencia, porque estaba en la cerveza, pero el vino no...pero digamos, me refiero, es gente que conoce Argentina, no viene de otra galaxia, es gente que ha trabajado en el país, que ha hecho crecer una marca y la ha posicionado como líder, entonces bueno, tiene una experiencia importante, asique que creo que ha sido muy bueno, después...obviamente hay que esperar”*.

Vale aclarar que algunos de miembros de la familia Pulenta reingresan a la actividad vitivinícola fundando bodegas nuevas, pequeñas y de vinos de calidad.

Caso 12: de capitales nacionales y predominantemente mercado internista

Es uno de los grupos económicos más importantes de Argentina, el cual adquiere en 1998 dos bodegas que pertenecían a una familia de empresarios de Mendoza desde fines de los '60, una de ellas existente desde fines del siglo XIX. A su vez, los empresarios mendocinos que vendieron, reingresan a la actividad, fundando una nueva empresa de tamaño más pequeño, la cual venden en 2010, nuevamente, a unos de los más importantes grupos nacionales de bebidas.

Como explicamos en el capítulo anterior, al analizar las formas de ingreso de capitales extranjeros, la adquisición de bodegas ya existentes supone la obtención también de la infraestructura, los canales de distribución, las carteras de clientes y en la gran mayoría, las marcas. A su vez, junto con la compra de las bodegas se amplían las instalaciones y se invierte en la incorporación de tecnología, así como en la implantación de viñedos,

desarrollo de nuevas marcas y de actividades conexas como el enoturismo. Es común, además, que luego del inicio de la actividad, se produzca la expansión de la capacidad instalada, por ejemplo, a partir del alquiler o de la compra de otros edificios o de la construcción de nueva infraestructura. Es decir, lo que comienza siendo una transacción de activos, generalmente, viene asociado a nuevas inversiones para el crecimiento y desarrollo de la empresa, tal como ejemplifican los siguientes casos:

<p>Caso 5: de capitales locales y mercado internista</p>
<p>En los dos primeros años desde que adquirieron la bodega, la misma permaneció fuera de actividad. En el tercer año, realizaron su primera vendimia y elaboraron vino. Como era una bodega que estaba preparada para elaborar mosto (producto que por ser un <i>commodity</i> no necesita tantos cuidados en la elaboración como el vino) fue necesaria una fuerte inversión para reconvertirla tecnológicamente: incorporar máquinas de frío, estabilizador continuo, etc. La bodega logró un alto nivel tecnológico a partir de 2000, por lo cual consideran los propietarios que <i>“hoy tenemos máquinas que ninguna bodega trasladita las tiene, la bodega fraccionadora sí porque necesita mucha calidad”</i>. Además, también alquilaron otra bodega.</p>
<p>Caso 11: de capitales locales y predominantemente mercado internista</p>
<p>Tres años después de adquirida la bodega comenzaron los trabajos de restauración de las instalaciones (apertura de muros y colocación de estructuras en su interior y posterior, etc.), así como la incorporación de tecnología. Además, desarrollaron nuevas líneas de vinos de alta gama y se comenzaron a brindar el servicio de enoturismo, basado en visitas guiadas y degustaciones. También crearon una empresa que ofrece a otras bodegas la guarda y estiba de vinos de alta gama y etiquetado de botellas. Esta empresa fue inaugurada en 2003, año a partir del cual realizaron grandes inversiones en la misma.</p>
<p>Peñaflor: de capitales nacionales y predominantemente mercado internista</p>
<p>Durante los años de gestión del fondo de inversión se compran dos bodegas (Santa Ana en Mendoza y Michel Torino en Salta). Además, desarrollaron nuevas marcas y nuevos productos como el frizzé (vino frutal y con un poco de burbujas) <i>“...que se creó un mercado que no existía, viste...bueno un poco la idea es esa, también estar en la innovación”</i>. Este vino está dirigido a los jóvenes, que es un segmento en el cual las empresas vitivinícolas no logran ingresar de forma eficiente. En noviembre de 2012, los actuales propietarios adquirieron otra bodega: Bodega Suter (de San Rafael, Mendoza) que se encontraba en manos de empresarios locales.</p>

En las empresas de capitales mixtos, encontramos diferencias según el socio argentino sea local o no: en el primer caso, priman la construcción de bodegas y la compra de marcas (23% en ambos casos) seguidos por la compra total (15%) y la adquisición del control accionario (15%). En el segundo caso, el ingreso conllevó mayoritariamente la compra de bodegas existentes.

5.1.2. Formas del capital

Las entrevistas realizadas sugieren que los capitales nacionales (exceptuando los locales) provienen de grandes empresas. Como veremos luego, son empresas diversificadas tanto dentro como fuera de la rama de alimentos y bebidas. Entre los capitales locales, parecen predominar los capitales pequeños –los que parecen haber tenido un ingreso paulatino a la actividad-, teniendo menor incidencia las grandes empresas. La base de transacciones que construimos en esta investigación corrobora esta imagen (cuadro 5.1.).

Cuadro 5.1. Operaciones de capital sólo nacionales realizadas en la vitivinicultura según forma del capital. Porcentaje. Mendoza.

Forma del capital	Procedencia del capital		Total
	Nacional	Local	
	%		
Pequeño capital	61	76	67
Fondo de inversión	7	5	6
Gran capital no transnacional	33	19	26
Total	100	100	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Vale la aclaración que realizamos en el capítulo anterior sobre “pequeño capital”: una proporción relevante de estos capitales está constituida por las llamadas bodegas *boutique* (las cuales se especializan en vinos finos, *Premium* y *Superpremium*, elaboran en pequeñas cantidades con maquinarias de última tecnología y se orientan sobre todo al mercado externo). Este tipo de bodegas no sólo están constituidas por capitales extranjeros sino también nacionales. A través de las entrevistas a las pequeñas empresas de capitales locales, pudimos reconstruir sus trayectorias empresariales en la actividad. Las mismas dan cuenta de un ingreso marcado por el difícil acceso al financiamiento, lo

que se evidencia en los largos plazos que median entre la construcción y el equipamiento de la bodega (caso 4) o para la implantación de viñedos y la puesta a punto de las bodegas. De hecho, es común que no logren cubrir todas las etapas de la producción vitivinícola que van desde la producción de uva hasta la comercialización. Así, una de estas pequeñas empresas (caso 4) no cuenta con viñedos propios ni fracciona; otra (caso 15) produce uva, elabora vino y fracciona pero no cuenta con una bodega propia sino que realiza estos procesos en instalaciones de terceros. Ahora bien, ante estas dificultades encontramos diferentes estrategias para desarrollar la producción y la búsqueda de diferenciales de rentabilidad que compensen la carencia de infraestructura propia y/o las dificultades para lograr una mayor integración productiva. El siguiente ejemplo muestra una situación en la que la falta de infraestructura para fraccionar y en consecuencia la comercialización a granel (en la cual normalmente prima el margen por la gran escala que la empresa no tiene), parece haber dado lugar a una estrategia de elaboración de vinos finos, en los cuales el valor agregado esté en la calidad del producto (caso 4).

Caso 4: capitales locales y mercado internista

Esta bodega pequeña se funda en 1996. La familia propietaria se dedicaba anteriormente a la producción agropecuaria (hortalizas), y desde el principio, comenzó produciendo vinos finos, de calidad en pequeñas cantidades. Venden a granel la mayoría del vino elaborado, y es por ello que sólo se orientan al mercado interno, *“porque una bodega de este tamaño, hacer vino de traslado no te trae cuenta, porque en los vinos de traslado que se usan para vinos comunes, lo que te queda de ganancia son moneditas, si no es en grandes cantidades no te conviene, no te deja ganancias”*. Venden a bodegas grandes con las cuales ya tienen contratos. Comercializan fraccionado, solamente una proporción minoritaria, y lo venden por su cuenta en la bodega y en dos locales de artículos regionales.

El ingreso a la actividad fue paulatino, para financiarse debieron vender su finca y con eso hicieron las instalaciones de la bodega, *“en esa bodeguita hay metida una finca”*. De hecho las maquinarias las hicieron los propios hijos, *“copiando otras, tratando de abaratar lo más posible. Porque todo lo que es para vitivinicultura es muy caro. Y bueno, de a poco lo fuimos haciendo, tan es así, que todavía el techo falta terminar”*. No pidieron créditos en ninguna entidad porque habían tenido malas experiencias cuando trabajaban en la finca, *“hemos tenido problemas, cuando estábamos con la agricultura, que un día te va mal, pedís créditos y eso te come. El que se metió una vez en financiaciones no quiere dos. Así que no, no, lo hicimos todo...fuimos haciendo...íbamos vendiendo, lo que íbamos juntando íbamos haciendo”*. Por el tamaño

de la bodega y el capital que poseen (sólo lo que ganan con los vinos que elaboran) encuentran limitaciones para la acumulación e incluso para la reproducción simple (permanencia en la actividad).

Otra estrategia entre las empresas locales pequeñas es la dedicación a “un nicho de un nicho”, por ejemplo, vinos orgánicos Premium los cuales tienen mucha demanda en el exterior pero poco en el mercado interno (caso 15). Sin embargo, esta estrategia parece estar fuertemente condicionada por la existencia de un tipo de cambio alto, que incide favorablemente sobre las actividades exportadoras.

Caso 15: de capitales locales y orientación exportadora

El ingreso a la actividad vitivinícola es paulatino, comienzan comprando una finca e implantando nuevos viñedos (de Malbec, luego agregaron Cabernet) en 1998. Realizan la primera elaboración de vinos en 2002, con la primera cosecha de sus propios viñedos. Para ello, alquilaban una bodega. En 2009 se mudaron a otra bodega, la cual era apta para desarrollar el turismo.

El relato que realizan de la evolución y las decisiones que fueron tomando destaca el hecho de que iban aprendiendo a medida que iban haciendo, tanto en lo que respecta a “*la tendencia a los vinos Premium*”, a la plantación de viñedos de calidad, a que no era rentable vender las uvas solas y a que “*lo ideal sería producir el vino, que creo que a la mayoría de las bodegas, sus mejores vinos, o sus vinos Premium tienen sus propios viñedos, porque...o hacés ya asociaciones con productores, pero al ser tan pequeño mi finca viste es mucho más difícil interesar a productores*”. La particularidad de la finca de esta empresa es que es orgánica, “*fue la primer finca orgánica...*”. Sin embargo, en sus comienzos, no habían decidido dedicarse plenamente a la producción orgánica sino únicamente no utilizar productos químicos y luego, averiguaron cómo era el proceso para certificar a las uvas y al vino como orgánico.

La estrategia fue insertarse en un segmento particular, el de los vinos *Premium* orgánicos, los cuales eran difíciles de vender en el mercado interno, por ello es que se orientaron casi totalmente a las exportaciones, “*justo coincide, bueno esta idea de hacer vino, tener el primer vino orgánico, que no le veíamos tampoco mucho futuro en el mercado interno, pero dijimos bueno total es nada más...es más costoso, porque te cuesta arrancar, más la certificación que tiene su costo, pero ya está hecho, de última es el mismo vino que se puede vender como convencional, tenía ya algunas noticias, habiendo buscado información, que bueno, lo que era Europa, estaba ya el vino orgánico en el mercado, había consumo de productos orgánicos, y conocimiento del tema, entonces, con eso y la...justo salimos de la convertibilidad, entonces es como que se nos dio justo tener un producto que era exportable, y un cambio favorable, así que bueno...empezamos ahí con lo que fue exportación, directamente a vender afuera*”. De

todas formas, les interesa insertarse en el mercado interno, ya que saben que si el tipo de cambio se modifica ya no son competitivos a nivel de las exportaciones, *“nunca dejamos de tener interés en el mercado doméstico tampoco, porque viste, uno también, no sólo querés ampliar ventas, sino que también puede ocurrir, viste con estos cambios económicos, si vos tenés algún problema de cambio de moneda, de divisa, lo que sea, te quedás de golpe sin mercado, entonces, fuimos viendo un poco el mercado interno, es bastante difícil, bastante competitivo”*.

Actualmente, sólo venden en el mercado interno a través de las personas que visitan turísticamente la bodega, tanto del interior del país como extranjeros. Con estos turistas quedan en contacto para futuras compras. Años anteriores intentaron vender en el mercado interno con representantes pero no les fue rentable, *“...porque a ese vendedor le pasa lo mismo, tiene que salir a competir con millones de bodegas, y todos hacen degustaciones o dan muestras, o promociones viste, que nosotros no estamos en condiciones de hacer, y si las hacés es muy caro, entonces...directamente dejamos de tener representantes...”*.

Analizando al total de capitales nacionales, considerando tanto a los locales como a los no locales (cuadro 5.1), un 67% corresponden a pequeños capitales, un 26% pertenece a grandes capitales, y un 6% fondos de inversión. En ese sentido, observamos una diferencia importante con los capitales extranjeros, entre los cuales los transnacionales casi representan la mitad del total de esos capitales.

5.1.3. La evolución del proceso de ingreso de capitales nacionales

¿Cuáles han sido los patrones temporales de las inversiones de origen nacional en la actividad? Según el cuadro 4.4 (del capítulo 4) los capitales nacionales (considerando tanto a los no locales como a los locales) tienen una mayor participación en el período que va desde 2002 a 2011 en el cual representan el 51% del total de capitales que ingresaron entre esos años.

Así, si observamos la evolución de las operaciones de capitales nacionales según la forma del capital (cuadro 5.2), lo que se destaca es que en términos relativos, los pequeños capitales tienen una mayor incidencia en todos los períodos, representando más del 60% en cada uno y acentuándose principalmente entre los años 2002-2011. La mayor representación en este último período está en consonancia con la importancia de los capitales nacionales en el mismo. La segunda forma en importancia es el gran capital, especialmente, en los períodos anteriores a 2002.

Cuadro 5.2. Evolución de las operaciones de capitales sólo nacionales realizadas en la vitivinicultura según forma del capital por período. Porcentaje. Mendoza.

Forma del capital	Período			
	Antes de 1995	Entre 1995-2001	2002-2011	Total general
Pequeño capital	67%	61%	71%	67%
Fondo de inversion	0%	6%	7%	6%
Gran capital no transnacional	33%	34%	21%	26%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

En cuanto a la inserción sectorial de estas empresas (cuadro 5.3), observamos que del total de operaciones de capitales nacionales registradas un 53% proviene de empresas dedicadas a la actividad vitivinícola, el 35% son empresas sectorialmente diversificadas, y sólo el 6% a firmas que se dedican al negocio del vino junto con la producción y/o comercialización de otras bebidas (licores, jugos, cervezas, etc.). En relación a lo que observamos para el caso de los capitales extranjeros, recordemos que en estos se caracterizaban los capitales especializados en vitivinicultura y en bebidas en general, entre las cuales se encontraban las principales empresas transnacionales de distribución de bebidas.

Cuadro 5.3. Operaciones de capitales sólo nacionales realizadas en la vitivinicultura según inserción sectorial del capital. Porcentaje. Mendoza.

Inserción sectorial del capital sólo nacional	Porcentaje
Diversificado	35
Vitivinícola	53
Vitivinícola y otras bebidas	6
S/I	6
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos provenientes de Azpiazu y Basualdo (2001, 2008), Neiman y Bocco, 2005 y Bocco (2007), diarios Los Andes, Uno y Mdz on line, La Nación y Clarín, y páginas web de las empresas.

Entre los capitales diversificados que se han insertado desde la reconversión en la actividad vitivinícola resaltan los correspondientes a grandes empresas locales (caso

11), y especialmente, nacionales (caso 12 y Peñaflo). Los alcances de dicha diversificación varían considerablemente: registramos aquellas que están dentro de la actividad alimentaria (caso 12) y aquellas que además son muy fuertes en la comercialización minorista como, por ejemplo, supermercados (caso 11). Esto les permite aprovechar los canales de distribución y comercialización tanto en el mercado interno como externo. Por su parte, encontramos empresas que además, de estar insertas en la actividad vitivinícola se encuentran en rubros bien diferentes de la misma como minería y electricidad. También registramos empresas pequeñas que se dedicaban a la producción de alimentos y que luego incorporan la actividad vitivinícola (caso 4).

Caso 4: de capitales locales y mercado internista
La familia comenzó haciendo dulces y luego le sumaron los vinos. Antes eran agricultores.
Caso 11: capitales locales y predominantemente mercado internista
La empresa propietaria es una de las más importantes de Mendoza, en 2011 figuró entre las 500 y 1000 empresas que más venden en Argentina, según la revista Mercado (junio, 2012). Se dedica al rubro de comercialización por menor (supermercados) de alimentos y ropa, y además, se encuentran insertos en la olivicultura, en el negocio de la carne, embutidos, quesos, productos de panadería y pastas.
Caso 12: de capitales nacionales y predominantemente mercado internista
La empresa es una de las empresas líderes en el sector alimenticio (pastas, lácteos, aceites, yerba, fiambres, arroz, etc.) de Argentina. Hasta fines de la década de los '90 estaban insertos en otros sectores como bancario, telefonía, shopping, petroquímica, construcción, etc.
Peñaflo: de capitales nacionales y predominantemente mercado internista
Como ya mencionamos hasta el año 98 estuvo en manos de la familia Pulenta, luego pasa al fondo de inversión norteamericano hasta 2010 que la compra el grupo Bemberg Inversora S.A. (BISA). Éste es ex dueño de la Cervecería Quilmes y actualmente, es uno de los principales inversores en el sector eléctrico argentino y además, también está inserto en minería.
Estos cambios en los propietarios, también se ha reflejado en las diferentes estrategias empresariales con las cuales han gestionado la empresa. Así en la década de los '90, la familia Pulenta incursiona además, de en jugos (Cepita), en otras bebidas de consumo masivo (por ejemplo, agua mineral Villa del Sur, Biecker, Schweppes y Crush), <i>“un poco en ese momento la filosofía fue bueno el core business no era tanto el vino, [...]</i>

sino la distribución, entonces como tenías distribución de vino, de jugo, después le agregaste el agua, y después le agregaste cerveza y después le agregaste gaseosas, entonces ibas con todo un paquete de cosas, bueno finalmente eso...digamos la competencia que había en los otros negocios, que no eran vinos, era una competencia muy fuerte y muy dura, [...] y a partir del año 97, 98, todavía fue la última parte de la...ahí se empieza a cambiar un poco la filosofía, entonces la filosofía que en definitiva se cristaliza cuando la compra el grupo este...un fondo de inversión norteamericano, el Donaldson, que es volver al vino". Este fondo se desprende de todo el resto de bebidas y se quedan exclusivamente con el vino, incluso compran más bodegas (Santa Ana y Michel Torino en Salta) y desarrollan proyectos nuevos como Finca Las Moras en San Juan. Tratan de enfocarse en el vino embotellado especialmente -aunque continúan con la venta de vino a granel y mosto- y en el desarrollo de marcas orientado tanto en el mercado interno como externo.

El grupo Bemberg que adquirió las bodegas en el último traspaso parece seguir con la misma estrategia, *"...entiendo que la filosofía es exactamente la misma, no?. Es decir, continuar desarrollando las marcas y focalizarse en el sector de vinos".* Esto implica que no son diversificados al interior de la actividad en cuanto al Grupo Peñaflor, ya que se dedican sólo a vino y mosto, pero sí son diversificados respecto a que desarrollan otras actividades aparte de la vitivinícola.

Otra situación a destacar, si bien en rigor no constituye un caso de diversificación empresarial en el sentido hasta aquí tratado, es el de profesionales que invierten en el sector (casos 15 y 5), lo cual los hace particulares respecto a los tradicionales bodegueros. Los miembros de una de estas empresas continúan con su actividad profesional mientras que los otros no.

Caso 15: de capitales locales y orientación exportadora
La familia posee un estudio de abogados y a partir de 2002 además, trabajan con la bodega elaborando vinos.
Caso 5: de capitales locales y mercado internista
Los propietarios son cuatro hermanos, profesionales universitarios (Licenciado en Empresas, Ingeniero Agrónomo, Contador Público y Licenciado en Comercio Exterior) que hasta que compran la bodega trabajaban en relación de dependencia en grandes empresas, salvo el más chico. Pero luego, sí se dedican exclusivamente a la actividad vitivinícola. Si bien el padre de estos hermanos trabajaba como gerente en un banco, con sus ahorros había adquirido dos fincas. El hecho de que no vengan directamente de la actividad vitivinícola, les hace verse como <i>"una nueva generación de la industria vitivinícola", "cuando digo nueva generación la comparo con la vieja industria vitivinícola, que es la...la industria de los bodegueros patrón de estancia que.... ' ¡Ahí</i>

entra el patrón!' y todos rindiendo pleitesía. Eh...la industria -esto no habría que grabarlo pero...- la industria que el negocio no lo veían como negocio en sí mismo, sino que estaban estudiando a ver dónde podían hacer; digamos, la trampita. Cuando digo la trampita era vender un vino con un poquito menos del color mínimo de ley, todas esas pequeñas cosas que nosotros consideramos que si vos medís la rentabilidad de un negocio por las trampitas no te metás en el negocio...”.

5.2. El posicionamiento del capital nacional en el mercado externo

La crisis de la actividad vitivinícola en Argentina hacia fines de 1980, determinada no sólo por la sobreproducción sino también por la disminución de la demanda de vino para el mercado interno, constituyó un hito en la actividad que implicó la necesidad de comenzar a orientar parte de la producción hacia el mercado externo. Mientras esto se producía, se estaban llevando a cabo cambios en la configuración de la producción y el mercado mundial de vinos y en el lugar que tenían los países del nuevo mundo vitivinícola (señalados en el capítulo 2). Posteriormente, la devaluación del peso argentino en 2002, favoreció el crecimiento del sector exportador.

Con el objetivo de aproximarnos a una ponderación del posicionamiento de los capitales nacionales en ese mercado, presentamos en el siguiente cuadro, las quince bodegas exportadoras más importantes según su nivel de facturación. Las mismas representaron en conjunto, entre enero y abril de 2011, el 64% y el 58% del volumen y valor exportado, respectivamente.

Cuadro 5.4. Exportaciones argentinas de vinos por origen de capital de bodega, dólares FOB, precio promedio y volumen, según bodega exportadora. Valores acumulados entre enero-abril 2011.

Nº	Bodega exportadora	Origen del capital de bodega	US\$ FOB	Precio promedio por litro (US\$)	Volumen (litros)
1	Bodegas Esmeralda S.A.	Local	28.786.151	3,6	8.014.371
2	Peñaflor S.A.	Argentina	26.375.112	1,7	15.358.404
3	Bodega y Viñedos La Agrícola S.A.	Local	12.785.095	3,3	3.896.400
4	Trivento Bodegas y Viñedos S.A.	Chile	11.067.755	2,6	4.243.644
5	BVA S.A.	Argentina	10.046.503	2,8	3.601.917
6	Bodega Norton S.A.	Austria	8.874.377	4,7	1.889.842
7	Bodegas Chandon S.A.	Francia	7.868.087	6,3	1.251.449
8	Finca Flichman S.A.	Portugal	5.900.825	3,1	1.901.982
9	Bodegas Salentein S.A.	Holanda	5.282.846	3,6	1.454.402
10	Leoncio Arizu S.A.A.I.C.	Local	5.151.290	5,4	961.926
11	FECOVITA Coop. Ltda.	Local	4.565.533	1,2	3.829.223
12	RPB S.A.	Argentina	4.532.874	1	4.627.195
13	Establecimientos Vitivinícolas Escorihuela	Local-Francia	4.375.930	3,7	1.165.941
14	Pernod Ricard Argentina S.R.L.	Francia	4.313.636	3,6	1.185.677
15	Bodegas Y Viñedos Pascual Toso S.A.	Argentina	4.295.321	3,5	1.216.094
	Resto		105.274.567	3,4	30.633.448
	Total vinos		249.495.901	2,9	85.231.914

Fuente: elaboración propia en base a datos de las páginas web de las empresas y de Caucasia Wine Thinking en base a datos de la Dirección General de Aduanas (DGA).

Como puede observarse, el capital de origen argentino ocupa posiciones importantes en las exportaciones de vinos: entre las quince principales bodegas exportadoras, ocho corresponden a capitales nacionales, de las cuales cuatro son locales. Además, hay un caso más asociado con capitales extranjeros. Al mismo tiempo es importante destacar que entre las principales bodegas de origen local y/o nacional encontramos también aquellas empresas que tienen una posición dominante en el mercado interno (Peñaflor, FECOVITA y Baggio), a las cuales haremos mención más adelante.

Algunas de las principales empresas exportadoras evolucionaron adaptándose a los cambios en la actividad, lo que les implicó enfrentar a las grandes empresas fraccionadoras y comercializadoras (caso 13). La evolución supuso una trayectoria que

comenzó con su inserción como bodega trasladista y finalizó en su consolidación como una de las principales empresas vitivinícolas exportadoras.

Caso 13: de capitales locales y orientación exportadora

La bodega está en manos de la segunda generación de la familia fundadora que la construyó en 1968. Previamente se habían dedicado a la producción primaria de uva. Si bien no se trata de una de las bodegas más antiguas, sin embargo, su existencia es previa al proceso de reconversión de la actividad. En el ranking de 2011, esta empresa se encontró entre las 700 y 800 empresas que más venden en Argentina, según Revista Mercado (junio, 2012). Esto permite inferir que se trata de una empresa con una posición relevante en la vitivinicultura.

La bodega comienza su actividad como trasladista, es decir, con la producción de uvas se elaboraba el vino que se vendía a granel. A partir de 1981, comienza a fraccionar. Este cambio de estrategia se vincula al colapso del Grupo Greco. Este hecho (señalado en el capítulo 2) constituyó un emergente de la crisis de la vitivinicultura de esa década. *“...una gran maniobra que involucró a sectores públicos y privados, la dictadura del '76, donde se produce un gran proceso de concentración vitivinícola y la industria entra en una crisis tremenda. Es decir, arrancamos 100.000 hectáreas de viñedos, entre 1980 y 1990, nosotros en aquel momento empezamos a fraccionar nuestros vinos y por necesidad, porque no había a quién venderle, en 1981 empezamos...”*. La empresa comenzó embotellando en damajuana y luego en botella, armando una estructura de distribución, especialmente, en el mercado interno. Este hecho es visualizado por el entrevistado como innovador porque en ese momento la vitivinicultura estaba *“desintegrada a estamentos horizontales, productores de uva, elaboradores de vino y fraccionadores de vino”*, hasta que se sanciona la ley de fraccionamiento en origen. Paralelamente, la empresa suma la etapa de fraccionamiento y comercialización a principios de los '80 y reconvierte los viñedos de uvas comunes a viñedos de uvas de calidad. Según el entrevistado esta decisión se relacionó con poder conocer lo que quería el consumidor, al tener a partir de ese momento la posibilidad de llegar al mercado directamente: *“...es decir el contacto con el mercado, a mí personalmente me mostró un aspecto de la vitivinicultura que yo no había visto, [...] yo no tenía contacto con el consumidor en la etapa anterior, cuando empezamos a llegar al mercado, empezamos a apreciar qué el consumidor miraba, cómo apreciaba o no la calidad y todo esto nos llevó a cambiar nuestra mentalidad, hicimos todo un proceso de reconversión, fuimos a variedades de alta calidad, y fuimos gradualmente mejorando niveles de calidad...”*.

A partir de los '90 *“cuando se estabiliza la economía y se abre la economía argentina”*, se inserta en el mercado de exportación, hasta llegar a 2011 cuando más del 65% de la producción de la bodega se exporta.

La trayectoria a la que hemos hecho referencia, así como la posición alcanzada en el mercado externo, no constituye ciertamente un ejemplo típico o común para gran parte de las empresas. Debido al alto nivel de concentración existente en el sector exportador, las empresas que logran desarrollar ese mercado lo hacen exportando cantidades pequeñas en términos absolutos, aun si proporcionalmente se trate de la mayor parte de lo que elabora la bodega. En esta última situación encontramos, por un lado, bodegas pequeñas como las que hicimos referencia anteriormente (caso 15), las cuales ingresaron a la actividad vitivinícola a partir de la reconversión pero también a aquellas preexistentes que se organizaron como “bodega boutique”⁶⁰ (caso 14). Ambas empresas lograron desarrollar nuevas formas de organizar el negocio del vino, que se valorizan a partir de la reconversión vitivinícola. Así, si bien para este tipo de empresas la inserción en el mercado externo resulta compleja, más aún les resulta hacerlo en el mercado interno, por la saturación y concentración que también registra ese mercado (lo que trataremos más adelante) sumado a que sigue descendiendo el consumo interno de vino.

Caso 14: de capitales locales y orientación exportadora

Esta empresa existía desde antes de los comienzos de la reconversión vitivinícola. El ingreso en la actividad se desarrolló de forma progresiva: primero (en 1982) alquilaban el establecimiento, hasta que en 1989 lo compran. Desde ese año le dan mayor impulso a la producción de vinos de calidad y a las exportaciones, para insertarse en un segmento de mercado diferente al de las grandes bodegas ya consolidadas, las cuales en ese momento estaban todavía orientadas casi exclusivamente al mercado interno: “...mi gran duda de los años...no 90, de los años 88, era voy a tener que formar una empresa que va a tener que competir con Santa Ana, esa era mi preocupación, o con Trapiche, o voy a tener que mejorar y optimizar lo que hago. Y bueno resolví que tenía que mejorar y optimizar lo que hago, y cada vez tratar e intentar de hacer mejor calidad. Yo tomé para ese rumbo y no solamente que me quedé en vinos sino que empecé a elaborarlo yo el champagne”.

Estas dos características (importancia de la calidad y exportaciones) se encuentran entre los principales cambios que se dan en la actividad vitivinícola. Además, durante la década de los '90 la empresa aprovechó el tipo de cambio ventajoso para adquirir maquinarias de última tecnología proveniente de Europa (Italia). La bodega ha sido ampliada a lo largo del tiempo y especialmente, desde “...2008 a la fecha hemos construido casi un 100% más de la superficie que teníamos. Y que, bueno, por parte vamos poniéndola en funcionamiento”.

⁶⁰ Aunque en rigor, el nivel de elaboración del Caso 14 es algo mayor al promedio de una bodega boutique.

Un segundo producto que resulta relevante para el mercado externo es el mosto. Éste es exportado mayoritariamente (alrededor del 95%) y Argentina llegó a ser el principal exportador a nivel mundial en el año 2007. En la etapa de fabricación y exportación, esta actividad está altamente concentrada, de hecho, 13 empresas de origen nacional concentran y exportan el 90% del jugo de uva concentrado⁶¹. Las dos principales empresas exportadoras son Cepas Argentinas (del grupo Gancia) y Viñas Argentinas (de Cartellone). Los dos son grandes grupos económicos de origen argentino⁶², el primero se dedica a las bebidas y el segundo, a la construcción. Otras empresas importantes que también participan de la producción y venta de mosto son Peñaflor y FECOVITA.

En cuanto al mercado interno, éste se encuentra fuertemente concentrado, alrededor del 70% de las ventas está en manos de cuatro empresas: Peñaflor, FECOVITA, RPB S.A. Baggio y Garbin, todas ellas de capitales de origen nacional. Como lo que predomina en el mercado interno es la venta de vinos comunes, primando una estrategia basada en la economía de escala, ello se traduce en un alto grado de concentración empresarial. Asimismo, las tres primeras empresas se destacan también entre las principales exportadoras (ver cuadro 5.4) especialmente, con la venta de los vinos de bajo precio.

Anteriormente hicimos referencia al Grupo Peñaflor, es por ello que en este punto resulta relevante caracterizar otra de las grandes empresas del mercado interno: FECOVITA, cooperativa vitivinícola de segundo grado. Esta empresa es significativa para pensar la existencia en la actual vitivinicultura de sectores pre-existentes a la reconversión y que en muchos casos se mantienen produciendo los mismos productos, con una mayor tecnificación. De todas formas, como podemos ver en la historia y características de esta empresa, el sector cooperativista si bien existía previamente, su crecimiento fue favorecido fuertemente por el estado provincial.

FECOVITA

FECOVITA, actualmente, agrupa a 31 cooperativas (de elaboración de vinos) y 5.000 viñateros (productores pequeños y medianos de uva) de entre 5 y 10 hectáreas. Esta Federación es la que quedó a cargo de la línea de fraccionamiento y comercialización de la ex bodega Giol Sociedad del Estado, después de su privatización por el gobierno

⁶¹ Datos brindados por la Cámara de Fabricantes y Exportadores de Mosto.

⁶² Según Revista Mercado de junio de 2012, en 2011 Cepas Argentina alcanzó el puesto 359 y José Cartellone Construcciones alcanzó el puesto 165 en ventas de las empresas localizadas en Argentina.

provincial, a fines de los '80. Desde el gobierno provincial se buscaba privatizar Giol (o *“transformar Giol”*) pero a su vez interesaba integrar productores, por lo cual a *“...todos los productores que estaban antes elaborando en bodegas, en alguna bodega alquilada o propia de Giol, se les ofrecen que formen cooperativas u otro tipo sociedades con ayuda de Giol y del Banco de Mendoza para financiarlos, se produce un proceso de transformación muy fuerte, porque se forman alrededor de 20 cooperativas nuevas, [...] y después esas cooperativas se aglutinan a las cooperativas que ya estaban, y forman una masa más o menos de unos 5 mil productores, de pequeños productores y son los que se presentan a la licitación de Giol como FECOVITA”*.

Por su parte, FECOVITA, existía desde fines de los '70 nucleando alrededor de 25 cooperativas de primer grado integradas por más de 2000 productores, pero cumplía sólo funciones gremiales (Fabre, 2005). Con el proceso de integración de productores fomentado por Giol se lograron conformar 25 nuevas cooperativas. En los '90 comienza un proceso de integración de *“las cooperativas antiguas con las cooperativas nuevas”* concentrado por las marcas que habían sido de Giol, Toro, Canciller y las cooperativas dejaron sus marcas propias. Como resultado, algunas cooperativas se fusionaron y otras desaparecieron. Esta etapa es visualizada como de *“reestructuración”*. A partir del 97-98, comienza una etapa de crecimiento en volumen y en posicionamiento en el mercado: *“Para darte un dato, cuando se hace la transferencia de Giol a FECOVITA, el fraccionamiento era de alrededor de 8 millones de litro por mes, que vendía Giol. Y ahora FECOVITA está vendiendo más de 20 millones de litro por mes, o sea que ha habido un crecimiento muy grande...”*. De todas formas, reconocen a mediados de la década de los '90 como una época que *“...fue mortal para nosotros, en el 1 a 1 era muy caro conseguir algún tipo de financiamiento a largo plazo, entonces hubo ahí una quedada bastante importante en tecnología”*. Por ello, es que desde FECOVITA se presionó para conseguir financiamiento (especialmente del Banco Nación y del Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza) destinado a que las bodegas cooperativas mejoraran su tecnología. Así algunas cooperativas han mejorado y superado el factor tecnológico, sin embargo, permanecen otras que aún no lo han logrado. Asimismo ha habido una preocupación desde FECOVITA por la adaptación del productor al mercado, lo cual ha sido más difícil.

Desde el año '97 FECOVITA tiene relaciones comerciales con *Constellation Brands*, una de las principales compañías de bebidas (en vinos, cervezas y licores) del mundo, a nivel de producción y comercialización con presencia en 150 países y sede en Estados Unidos. Las relaciones se basan en un *“contrato de complementación”*, por el cual FECOVITA elabora vino con una marca de ellos (Marcus James) y además, *“tenemos otras marcas propias nuestras que ellos también comercializan”*. Dentro de las exportaciones de FECOVITA, Marcus James representa el 30%.

Vale destacar que FECOVITA, trabaja principalmente con vino común para el mercado interno aunque también se encuentra entre las primeras bodegas exportadoras de vino de Argentina. Elabora aproximadamente 15% de la producción argentina, principalmente en el segmento de vino común, en tetra brik. Posee maquinaria de avanzada en

tecnología de fraccionamiento y envasado, de procedencia diversa como Alemania, Francia e Italia. Entre sus principales marcas se encuentran las líneas de Toro y las de Resero.

En cuanto a las cooperativas que nuclean a los productores de uva y forman parte de FECOVITA, el material de campo sugiere que dicha integración favoreció la incorporación de tecnologías a través de créditos otorgados en la década de 1990 por el Banco Nación, tramitados por aquella. Este financiamiento, sumado a aportes de los propios socios permitió a las cooperativas mejorar la calidad del vino producido. Es importante destacar que las cooperativas no están obligadas a vender todo lo que elaboran a FECOVITA: una de las cooperativas entrevistadas, por ejemplo, vende a granel la mitad del vino a otras empresas vitivinícolas (caso 1). De esta forma parecen obtener todas las ventajas de formar parte de la Federación en cuanto a subsidios, créditos, conocimiento, etc., aunque en términos del precio que les pagan les conviene vender por fuera de ella.

Caso 1: de capitales locales y mercado internista

Esta cooperativa en la década de los '90 incorporó tecnología en la bodega (por ejemplo, molienda en acero inoxidable, cintas de transporte de uva de acero inoxidable, etc.) aunque también en los viñedos de cada uno de los socios. También se realizaron mejoras en el edificio de la bodega como reparar rajaduras. El financiamiento para ello fue del Banco Nación y para los cambios en la bodega, los socios dejaron “media cosecha adentro” que se les ha ido devolviendo a medida que ha habido excedentes. Estos cambios tanto en la bodega cooperativa como en los viñedos de los productores les ha permitido mejorar la calidad.

La mitad del vino que elaboran se comercializa con FECOVITA y la otra mitad, se vende a granel a grandes bodegas dedicadas a la elaboración de vinos de alta calidad.

El lugar donde se encuentra localizada esta cooperativa, Valle de Uco, es una de las regiones de la provincia que tomó mayor impulso con la reconversión, con lo cual también se valorizaron las uvas provenientes de allí. Esto es un punto importante en cuanto que es una ventaja al desarrollo de variedades para vinos finos: *“En general nosotros no tenemos problemas en cuanto a las variedades; el Valle de Uco tiene variedades finas, sobre todo Tempranilla, Malbec, Merlot, algo de Bonarda...no tenemos el problema que tiene la zona Norte o la zona del Este, que tienen muchas extensiones de uva muy barata...uva que da 500, 600 quintales por hectárea. La producción nuestra es de 100, 150, 200 quintales por hectárea, ¿no? Cuando es mucho,*

el Cabernet da 120 quintales...pero, el precio lo justifica... o sea compensa”.

Desde esta cooperativa reconocen también como una ventaja estar integrada a FECOVITA, ya que por el caudal de vinos que maneja puede hacer frente a grandes empresas como Peñaflor, Baggio, Garbin, etc. y defiende los intereses de sus asociados, sino “*estos tipos ya habrían pulverizado la industria*”. Además, esta integración les ha permitido tener beneficios como cubrir la cuota de mosto a través de la FECOVITA, porque las uvas con que trabaja esta cooperativa, por la calidad, no son para mosto.

De esta forma puede verse que desde que FECOVITA⁶³ está a cargo de las líneas de fraccionamiento y comercialización de las ex bodegas Giol ha pasado por varias etapas para adaptarse a los cambios en la actividad vitivinícola: la integración de productores, la incorporación de tecnología, la inserción en el mercado externo, el desarrollo de marcas, etc. Incluso, han establecido vinculaciones productivas con una empresa transnacional que les ha permitido crecer en el mercado de exportación. El desarrollo de estas etapas ha estado apoyado y fomentado en gran medida por el Estado, especialmente provincial pero también nacional. Así ha llegado a conformarse en la actualidad como una empresa importante no sólo a nivel provincial sino también nacional⁶⁴.

Además de las grandes empresas ya mencionadas, que concentran gran parte del mercado interno, encontramos empresas vitivinícolas que se encontraban presentes en la

⁶³ El caso de FECOVITA nos obliga a hacer un comentario sobre ciertos aspectos de las organizaciones cooperativas. Por medio de este sistema de federación de cooperativas vitivinícolas, los productores acceden a la infraestructura para la elaboración del producto, a plantas de fraccionamiento y a la estructura de comercialización con llegada al mercado interno y externo, además de poder acceder a información sobre las demandas del mercado consumidor y de nuevas técnicas de elaboración. También los productores tienen la posibilidad de acceder a insumos agroindustriales y maquinarias a precios menores que los del mercado, a créditos a través del respaldo de FECOVITA y a un seguro agrícola para hacer frente a los daños climáticos y además, son propietarios del capital de la entidad (Fabre, 2005: 34). Al mismo tiempo, debe notarse que el sector cooperativo se comporta como un empleador importante en la actividad vitivinícola: entre 800 (conferencia de prensa en Casa Rosada del presidente de FECOVITA, 2009) y 1070 (procesamiento propio de la base del CEN, 2004/2005). Esto se constituye en indicador de que el sector cooperativo explota considerables contingentes de fuerza de trabajo asalariada. Este factor las emparenta a las organizaciones empresarias “típicas” y es independiente de la forma de propiedad vigente en la empresa.

En relación a este problema, buena parte de las organizaciones cooperativas en diversas actividades parecen haber sido instrumentos para transformar al pequeño productor mercantil simple en un productor capitalista y poder disputar una porción del mercado a otros sectores competidores en la actividad, a través de una estrategia de economía de escala: éste es el caso de las cooperativas de desmote y comercialización del algodón desde mediados de la década del ‘30 (Rozé, 2004). De esta manera, la organización del sistema cooperativista puede ser parte de los procesos de expansión de relaciones capitalistas en determinadas regiones, donde se constituye en un mecanismo de acumulación posible que permite quebrar los límites económicos de la pequeña explotación (Rozé, 2007).

⁶⁴ FECOVITA ocupó el lugar 964 en ventas entre las empresas localizadas en Argentina en 2011, según la Revista Mercado, junio 2012.

actividad desde antes de iniciado el proceso de reconversión. Las formas y estrategias de permanencia desarrolladas en este caso abarcan un amplio espectro, que puede sintetizarse en las siguientes: venta de marcas y elaboración de vino para transnacionales (caso 7), incorporación de nuevas etapas de la cadena vitivinícola, como el embotellamiento (caso 8), incorporación de tecnología para mejorar la calidad y diversificar la producción atendiendo a diferentes mercados y segmentos de consumo (caso 9), entre otras. Dos cuestiones que también inciden en la permanencia son el acceso al financiamiento, especialmente, para transformar los sistemas de producción en los viñedos y bodegas, y la forma en que han podido sortear o aprovechar las zonas donde se encuentran localizados las bodegas y los viñedos, zonas valorizadas o no en relación a la calidad.

Caso 7: de capitales locales y predominantemente mercado internista

Desde su inicio en la década de 1980, esta bodega produce vinos con varietales puros y con mención de variedad (Cabernet, Chardonnay), por lo cual en la actividad se considera a su propietario como *“uno de los pioneros en traer los varietales acá”* (que implicaba el concepto de calidad) desde Estados Unidos. Además, la bodega fue equipada con *“...tecnología de avanzada para aquella época y que actualmente sigue usándose, canaletas de acero inoxidable, todas las cañería de acero inoxidable, las tapas de las piletas de acero inoxidable, piletas todas con epoxy y muchos tanques de acero inoxidable”*.

En 1997, *“...que fue una época muy mala de la vitivinicultura”*, la empresa se desprende de sus marcas vendiéndoselas a una transnacional (Seagram, luego absorbida por Diageo) y establece con esa empresa un contrato de provisión del producto, con lo cual las marcas le dejaron de pertenecer, pero siguió elaborando y fraccionándolas. A su vez, este vino era exportado por la empresa compradora. A partir de ese contrato, se genera el cambio de nombre de la sociedad, porque se había vendido la marca con el nombre de la bodega.

El contrato de provisión del producto era por diez años, es decir, hasta 2007, pero se prorrogó por dos años más. Luego de varias negociaciones, se llegó a un acuerdo por el cual la empresa recompró una de las marcas, quedando la otra en manos de Diageo así como su elaboración. De esta forma, la empresa se inserta nuevamente *“...al mundo de la comercialización de vinos propios”* con la marca que recompró y otras nuevas que desarrolló.

El objetivo de la empresa a largo plazo es vender la mitad de la producción de sus marcas propias en el mercado interno y la otra mitad al mercado externo. Sin embargo, ante la dificultad de ingresar a los mercados por sí solos, a comienzos de 2010 firmaron

otro acuerdo con una empresa inglesa (Argento Wine Company) que era propietaria de una marca (Argento) que hacía vino argentino y lo comercializaba con la Comunidad Europea, la cual hasta ese momento tenía un contrato firmado con otra bodega de Mendoza. Así el nuevo contrato (pactado a precio dólar) implica proveerlos del vino y del producto terminado con la marca de ellos. Lo que se elabora para la empresa inglesa en cantidad significa el 30% de la producción de la bodega, que se destina totalmente al exterior. Consideran que la ventaja de este acuerdo es que están en contacto permanente con exportadores los cuales los actualizan con las nuevas técnicas y les exigen que tengan alto nivel de calidad.

Caso 8: de capitales locales y predominantemente mercado internista

El cambio más grande de esta bodega a lo largo de evolución fue en 1980 que incorporó el fraccionamiento y embotellado de vinos en damajuana, con lo cual dejó de ser sólo una bodega trasladista. En la actualidad, la damajuana representa el 90% de lo que envasan, aunque tienen perspectivas de crecer en la franja de botellas. De todas formas, han continuado vendiendo vino a granel que en el presente representa el 30% de la cantidad que elaboran. Con el tipo de cambio de la convertibilidad pudieron incorporar tecnología, si bien “...no todo lo que uno hubiese querido, hubiese deseado”. La tecnología que incorporaron fue tanto importada (como los filtros al vacío) como nacional (equipos de fríos y de fraccionamiento) lo que les permitió aumentar la calidad del producto. También realizaron cambios en la parte de viñedos, como colocar malla antigranizo. Parte del financiamiento para la incorporación de tecnología lo tuvieron del Fondo para la Transformación y el Crecimiento.

Esta empresa es un ejemplo de la forma de las empresas que han permanecido en la actividad, a través de realizar cambios paulatinos, entre los cuales dos han sido fundamentales como agregar la etapa de fraccionamiento y la incorporación de cambios tecnológicos. Además, de tener la ventaja de estar situados en la zona del Valle de Uco, cuyas tierras, uvas y vinos fueron revalorizados a partir de la década de los '90.

Caso 9: de capitales locales y predominantemente mercado internista

Esta bodega localizada en la zona este de Mendoza, se encuentra en manos de la segunda y tercera generación de la familia del fundador. La zona Este es donde se destacan las uvas y los vinos comunes, por lo cual no es muy valorizada en términos de calidad.

Los dos cambios fundamentales que incorporaron en los '90 fueron la incorporación de tecnología y el ingreso al mercado externo. En esa década realizaron cambios tanto en los viñedos como en la bodega para modernizarlos, aprovechando especialmente el tipo de cambio, “...fue un cambio que no fue solamente en tecnología, sino que también fue un cambio mental que pasó de los viñedos. Nosotros tenemos viñedos de alta producción y bueno...empezar a hacer varietales y...a trabajar de otra manera y bueno...la bodega fue adquiriendo tecnología, acero inoxidable y un cambio mental

principalmente también en la parte enológica, ¿no?”. De esta forma aumentaron la producción de vinos varietales, de 5 a 10% del total elaborado. Los cambios tecnológicos los realizaron mayormente con capital propio, la menor parte fue financiada con créditos.

Respecto a las exportaciones comenzaron vendiendo a granel hasta que en el 99 pudieron comenzar a exportar en botella, principalmente, a Inglaterra. Actualmente, las exportaciones representan el 20% de lo producido y venden a pocos países en el exterior.

A partir del 2000 en la bodega siguieron incorporando tecnología como prensas neumáticas y han adquirido líneas de embotellado de vino, etapa que anteriormente era tercerizada.

Una de las estrategias más importante desde esta empresa para permanecer a largo plazo en la actividad tiene que ver con diversificar los productos: *“vendemos vino en damajuana hasta vino de la más alta gama, digamos...si nos baja la alta gama se nos aumenta la damajuana”* y de mercados, *“yo creo que el secreto va a estar un poco en no endeudarse mucho, y ir un poco paso a paso, y ir buscando los nichos de mercado que... yo creo que la gente no va a dejar de consumir... a lo mejor, en vez de tomar un vino más caro va a tomar un vino un poco más barato...y bueno pero yo creo que el mercado está”*.

Vale destacar que en el mercado interno también intervienen empresas que ingresaron a la actividad vitivinícola a partir del proceso de reconversión y que en parte las hemos analizado en el apartado anterior. Entre estas empresas encontramos tanto a aquellas que se dedican a la venta de vino a granel, bodegas trasladistas o a las que predominantemente orientan sus productos al mercado interno pero también exportan (los casos 11 y 12, ya tratados).

Así, otro sector importante en el mercado interno son las llamadas bodegas trasladistas, que son aquellas que elaboran mayormente vino común y lo venden a granel, principalmente, a las cuatro empresas fraccionadoras nombradas anteriormente, pero también a otras empresas. El nivel de tecnificación de estas empresas es sumamente variable, aunque en general son las que menos tecnología han podido incorporar. Del mercado trasladista participan tanto bodegas y cooperativas, que como hemos visto anteriormente, pueden destinar una parte o la totalidad de su producción a la venta a granel. Si bien la mayoría son bodegas existentes desde hace más de 30 años, también encontramos algunas que ingresaron a partir de reconversión (por ejemplo, los casos 4 y 5 que ya hemos analizado). Las bodegas trasladistas se ubican en su mayoría en el Este

de la provincia (ver capítulo 2). Recordemos que esta zona es tradicionalmente vitivinícola y, todavía hoy, representa casi el 50% de la producción de uva y elaboración de vino de la provincia. Sin embargo, también existen estos tipos de bodegas en el resto de la provincia (casos 2 y 3). Asimismo, también podemos encontrar bodegas trasladistas que elaboran vinos finos y que satisfacen la demanda de las bodegas dedicadas a productos de alta calidad.

En este tipo de empresas observamos trayectorias de pérdidas y de dificultades para adaptarse a los cambios en la actividad. Así una de las empresas entrevistadas, que es una cooperativa (caso 2), no pudo mantener un ritmo adecuado de incorporación tecnológica, y ha continuado vendiendo a granel. Al estar localizada en el Valle de Uco, zona altamente valorada por su uva en los últimos años, muchos de sus socios han optado por desarrollar estrategias individuales de venta de su producto, lo que ha implicado para la cooperativa la salida de una considerable cantidad de socios, sin que se haya producido un reemplazo de los mismos. Es decir, que lo que podría ser una ventaja como destacamos en un ejemplo anterior (el caso 1), se transforma en un obstáculo para el crecimiento cooperativo, no así para el de los productores de uva individualmente. De la misma forma, tampoco consideraron que integrarse a FECOVITA fuera beneficioso, lo que implica también que productores no cooperativizados de Tupungato prefieran establecer relaciones directas con la Federación y no con ellos, lo cual obstaculiza su crecimiento.

Una trayectoria diferente presentan las bodegas con larga permanencia en la actividad vitivinícola que han sufrido altibajos a lo largo de los años. Una de las empresas entrevistadas (caso 3) perdió casi la totalidad de su patrimonio por deudas contraídas a fines de los años '80, en pleno proceso hiperinflacionario, buscó adaptarse a los cambios de la vitivinicultura en los '90 incorporando tecnología y comenzando a exportar, lo cual en la década siguiente tampoco pudo sostener. Una manera que han encontrado para permanecer en la actividad fue transformar la concepción del negocio abandonando la idea de una empresa integrada verticalmente para privilegiar la venta de servicios con su infraestructura. Así, esta empresa vende la uva de producción propia a otras bodegas, alquila la bodega para guarda de vino y embotella a través del sistema de “fraccionamiento móvil”, además, de vender el vino a granel.

Caso 2: de capitales locales y mercado internista
--

En esta cooperativa se puede ver un proceso de “deterioro” y de decrecimiento, ya que desde su creación en 1966 pasó de tener 80 socios a 12 socios activos en la actualidad. Sus principales compradores son grandes bodegas, dedicadas al vino común. Aunque, incorporaron equipos de fríos en 2005 (a través de un crédito del Fondo para la Transformación y el Crecimiento), no han realizado suficientes inversiones en cambios tecnológicos, y no cambiaron la estrategia productiva, permaneciendo en la elaboración del vino común, comercializado a granel y sin integrarse a FECOVITA. El motivo que aducen desde esta cooperativa para que no se produjera su integración a la Federación es que no se pusieron de acuerdo en la cantidad de vino que le tenían que entregar para ingresar como socios.

Tecnológicamente, siguen produciendo con “*máquinas muy tradicionales*” y por la falta de socios se les hace muy difícil adquirir nuevas maquinarias. Además, cualquier arreglo o reforma en los edificios resulta muy costoso porque se trata de bodegas muy grandes (son dos edificios en el mismo predio), que tienen entre las dos una capacidad de 7 millones de litros.

Si bien se encuentra localizada en Valle de Uco -una de las regiones de la provincia que tomó mayor impulso con la reconversión- desde la cooperativa lo visualizan como una desventaja en cuanto consideran que fue una de las causas de que muchos socios se fueran de la cooperativa y nuevos productores no les interesara ingresar: *“Porque con el correr del tiempo se fueron yendo, porque ¿viste? el mercado fue cambiando...a algunos no les interesaba seguir asociados porque el mercado estaba muy tentador con el tema de la compra de las uvas, entonces por ahí la cooperativa no le podía cubrir el valor que pagaban otras bodegas afuera; entonces el socio veía como que perdía dinero...entonces muchos fueron renunciando con el correr del tiempo” “...los viñedos de altura tienen otro color, entonces buscan mucho las bodegas...principalmente las que están fraccionando para hacer el tetra brik, o alguna también, incluso para exportaciones. Buscan mucho estas uvas porque tienen muy buen color, buenos taninos, entonces la pagan bien. No es lo mismo un Malbec de esta zona que un Malbec de San Martín, por ejemplo, o un Cabernet de acá con un Cabernet de allá. La altura, parece que le da...la ubicación geográfica que tiene el viñedo es otra historia...”*.

Otro factor que consideran facilita la salida de socios y obstaculiza la incorporación de nuevos socios es FECOVITA. *“FECOVITA acaparó la mayoría de los productores. ¿Por qué, cuál es la política de FECOVITA? Y, FECOVITA si vos vas hoy y le decís ‘necesito dinero, adelanto para la cosecha’, ‘no hay ningún problema, ¿cuánto necesita? Tanto’. [...] Deben moler, para que vos tengas una idea, este año tienen que haber molido 250.000 kilos de uva, el 80% de la uva de Tupungato, se la llevan ellos. Principalmente común...”*. Es decir, que por las mismas facilidades, especialmente, de financiamiento que encuentran los productores, prefieren trabajar con FECOVITA, quien ni siquiera los obliga a asociarse a cooperativas para ello.

Vale destacar que respecto a los dos aspectos (la valorización de la región Valle de Uco y la importancia de FECOVITA para las cooperativas) observados negativamente por

esta empresa son considerados beneficiosos para la cooperativa codificada como caso 1.

Caso 3: de capitales locales y mercado internista

Esta empresa fundada en 1927 ha transitado por las diferentes etapas de la actividad vitivinícola de Mendoza. Desde sus comienzos se dedicó a la elaboración de vinos finos, vendidos a granel lo cual mantienen hasta la actualidad. Esta característica de dedicarse a los vinos finos los diferencia de la mayoría de las bodegas de la época “pre-reconversión” entre las cuales predominaban las grandes bodegas dedicadas a los vinos comunes.

A fines de los '70 intentaron incorporar la etapa de fraccionamiento, por lo cual compraron una bodega, pero dado que no obtuvieron la suficiente rentabilidad tuvieron que venderla en 1983. En la década de los '80 estuvieron apremiados por endeudamiento financieros, lo cual sumado a la hiperinflación del '89 los llevó a que perdieran tres cuartas partes de la empresa, especialmente viñedos. Hasta mitad de los '80, la calidad del vino realizado con variedades no se valorizaba en el mercado, por lo cual les costaba ser rentables: *“en los años 80 se privilegiaba mucho el consumo de vinos comunes, y en nuestra empresa no teníamos uvas comunes eran todas uvas finas, a título de ejemplo, lo que se vivía que hoy parece vergonzoso, nosotros en los años 80, elaboramos con Malbec, de Agrelo y de Ugarteche, que es uva de primera calidad, elaborábamos vinos blancos escurridos, porque era digamos más rentable que elaborar vino Malbec. Hoy día, el vino Malbec es un vino muy demandado de alto precio, en el mercado nacional y en el mercado extranjero. En esa época era exactamente al revés, el mercado extranjero era una economía cerrada la Argentina, se exportaba muy poco, la Argentina no exportaba ni siquiera el 1% de lo que exporta hoy día”*.

De todas formas, en los '90 intentaron adaptarse a los cambios que se estaban dando en la actividad y pudieron incorporar tecnología tanto en la etapa industrial (bodega) como en los viñedos, y comenzaron a vender en el comercio exterior, lo cual se les facilitaba por el tipo de producto que elaboraban. Comenzaron a exportar en 1995 hasta 1999, año que llegaron a exportar la mitad de lo producido y a partir de cual comenzaron a descender en exportaciones. Desde 2004 no exportan nada, lo cual llama la atención ya que es una época de pleno auge de las exportaciones vitivinícolas argentinas.

Actualmente, se les hace bastante difícil mantenerse en la actividad: por un lado, no se está produciendo un “traspaso generacional” (los hijos de los hermanos que integran la sociedad *“...realmente creo que no están muy interesados, porque no es un negocio muy atractivo desde el punto de vista de la obtención de utilidades, es un negocio de largo plazo, de rentabilidad incierta, y que depende de muchos factores aleatorios como el tiempo, la lluvia, el frío, la cantidad de nieve que hay en la cordillera, requiere trabajo 12 meses del año...”*), sólo venden en el mercado de traslado, donde la rentabilidad se da por la escala de la bodega y pasaron de ser una bodega que elaboraba grandes cantidades abasteciéndose con uvas propias y comprando en el mercado de traslado a vender la mitad de las uvas propias que producen y alquilar capacidad de

vasija a otras bodegas.

Así las estrategias que encontraron para mantenerse en la actividad, teniendo en cuenta que por su historia no quieren solicitar créditos a bancos u otros tipos de instituciones, es diversificar dentro de la actividad vitivinícola: vender la uva de producción propia a otras bodegas, alquilar la bodega para guarda de vino y en algunas muy pocas veces realizar fraccionamiento en el mismo edificio de la bodega a pedido sobre todo de clientes del exterior, a través del “fraccionamiento móvil”.

5.3. A modo de síntesis

A lo largo de este capítulo hemos intentado mostrar la importancia que conservan las empresas de capitales locales y/o nacionales. También nos aproximamos, mediante una indagación cualitativa, a los modos de acceso y permanencia y a las diferentes formas de inserción en la actividad.

De esta forma, es necesario destacar que la importancia dentro del mercado externo e interno que han mantenido las empresas nacionales estuvo acompañada de una serie de cambios en sus estrategias de inserción y expansión. Entre ellos encontramos: incorporación de tecnología, aumento en la calidad del producto, cooperativización, contratos de elaboración con empresas extranjeras, etc.

En ese sentido, uno de los casos más sugerentes es el de FECOVITA que por la magnitud del vino que fracciona y comercializa y la cantidad de cooperativas y productores que integra, constituye uno de los sujetos locales que dinamiza el sistema productivo.

Asimismo, entre las empresas locales y/o nacionales encontramos una enorme heterogeneidad dada sobre todo por los diferentes tamaños y escalas de las empresas y por las diferentes estrategias productivas que desarrollan. Así, en un extremo, están las grandes empresas con gran peso en el mercado interno y externo, que diversifican sus productos, elaborando diferentes calidades. Varias de ellas pertenecen a grupos económicos nacionales, son líderes en la industria de alimentos y bebidas o en otros sectores económicos, contando en tal sentido al momento de ingresar a la vitivinicultura, con canales de distribución y comercialización ya desarrollados, o con los capitales suficientes para hacerlo.

En el otro extremo, se ubican bodegas muy pequeñas que encuentran diferentes formas de insertarse en la actividad, a partir de la elaboración de vinos finos o vinos finos orgánicos, donde el mayor valor agregado está en el cuidado de la calidad. En el centro de la escala, encontramos una serie de empresas con estrategias y formas de inserción diversas.

En el caso específico de las empresas de capital local podemos distinguir las siguientes situaciones: a) aquellas empresas existentes desde antes de la reconversión y que deben buscar continuamente nuevas formas de permanecer en la actividad, b) aquellas empresas existentes desde antes de la reconversión, que pudieron incorporar cambios productivos acorde a las transformaciones en la actividad y tuvieron un crecimiento importante, c) aquellas que ingresaron a partir de la reconversión y contaban con importantes recursos propios por estar insertas en otras actividades económicas, y d) aquellos que ingresaron a partir de la reconversión con pequeñas bodegas y como cuentan con pocos recursos, se les hace más dificultosa la permanencia “exitosa” dentro de la actividad, incluso el ingreso de estas empresas ha sido paulatino y en etapas.

CAPÍTULO 6. LA RECOMPOSICIÓN ECONÓMICA DE LA BURGUESÍA VITIVINÍCOLA

A lo largo de los capítulos anteriores, analizamos las características actuales y las trayectorias socioeconómicas de las empresas vitivinícolas, vinculándolas con las profundas transformaciones que tuvieron lugar en esta actividad a partir de su creciente conexión a la economía globalizada. Estamos ahora en condiciones de retomar este análisis para reflexionar sobre cómo se recomponen los sujetos capitalistas en el contexto del pasaje de un modelo centrado en la producción para el mercado interno y la escasa diferenciación de productos, a otro orientado a satisfacer demandas de un consumidor (sea este nacional o extranjero), que requiere de lógicas de producción flexibles y demanda una intensificación de la capitalización, es decir, una mayor presencia del capital en los procesos productivos.

En los capítulos anteriores avanzamos algunos hallazgos en este sentido; en lo que sigue profundizamos el análisis realizado para desarrollar las relaciones que estructuran y conforman a la actual burguesía.

Cabe destacar que, como explicamos en la Introducción y en el capítulo 1, nuestro estudio de la burguesía vitivinícola se concentró en el lugar del capital, es decir, en las relaciones sociales que se despliegan bajo la forma de capital y no (exclusivamente) sobre los sujetos del capital (los individuos o agentes del capital). De esta manera, la “empresa” ha sido uno de los observables fundamentales de este trabajo, en tanto nos permitió incluir las dimensiones de la propiedad y del control de los medios de producción a la vez que considerar las diferenciaciones internas asociadas a la magnitud y a las características de los recursos controlados, a las formas de organización socio-productiva y a las estrategias de acumulación desarrolladas.

Este enfoque con el que abordamos el análisis de la burguesía nos permitió ubicar a los sujetos del capital en el marco de las relaciones que los constituyen. En tal sentido, la disminución de las empresas bajo el control del “bodeguero-patrón”, destacada por diferentes estudios, podría llevarnos a concluir que en el curso de las últimas décadas la pequeña burguesía vitivinícola desapareció de la estructura social. Nuestro análisis nos ha permitido mostrar que aunque debilitada la pequeña empresa ha persistido, aunque con formas de organización de la producción y de gestión de los recursos que no admiten asimilar de manera unívoca a los sujetos sociales con aquella tradicional figura. Como vimos, algunas de estas pequeñas empresas están en manos de profesionales que

mantienen esas actividades y en otros casos, la figura del titular se corresponde más con la de un administrador (cuando contrata el procesamiento y fraccionamiento a un tercero).

6.1. Entradas, salidas y persistencias

A lo largo de estos últimos tres capítulos hemos intentado mostrar que la reconversión no solo implicó la entrada de empresas, portadoras de nuevas lógicas de producción, y por tanto la salida de antiguas empresas (evidenciada en la importancia de la compra de bodegas por parte de los ingresantes) sino que hemos destacado un movimiento muchas veces relativamente ignorado: el de la persistencia. Así en el capítulo 3 pudimos ponderar la importancia de este conjunto de empresas preexistentes y visualizar sus características socio-productivas más relevantes. Este conjunto representa un sector no menor del total de empresas vitivinícolas: son el 41% del total, y como analizamos provienen de capitales nacionales y se orientan mayoritariamente al mercado interno. Más aún, uno de los emergentes más sobresalientes del proceso de recomposición es que esos capitales nacionales corresponden, en gran parte, a capitales locales. Este hallazgo resulta significativo en tanto complejiza las miradas sobre la globalización de las actividades económicas –que suelen prestar poca atención a la inserción de capitales y sujetos locales– a la vez que abre interrogantes en torno a las condiciones económicas y político institucionales que coadyuvan a su persistencia.

Ahora bien, su carácter local no hace de este conjunto de empresas un sector homogéneo, ni define una posición compartida en términos de la estructura de clases. Por el contrario, esta burguesía local está internamente diferenciada, no solo en relación con los recursos que controlan y su posicionamiento en el mercado, sino también con las trayectorias seguidas entre el inicio de la reconversión y la actualidad. Así, por un lado, podemos distinguir una capa de esta burguesía local cuya persistencia evidencia pérdida de capacidad productiva –signadas por endeudamiento y deterioro de su patrimonio–, visible en la debilidad de su posición actual. Incluso, encontramos en algunos casos más que la reiteración de antiguas estrategias, comportamientos de adaptación (como la especialización) para, como señalara Murmis (1998), sostenerse en la actividad. Aun así, su orientación productiva fundamental permanece en la venta de vino a granel, lo que implica menores ingresos.

Por otro lado, encontramos una burguesía local preexistente, con una posición acomodada, cuyos miembros desarrollaron trayectorias productivas y empresariales “exitosas” de reconversión para adaptarse a los cambios en la actividad vitivinícola y a las políticas económicas nacionales. Entre dichas estrategias podemos mencionar la búsqueda de mejorar la calidad y diversificar productos, la incorporación de tecnologías, la orientación y el crecimiento en el mercado externo. En tal sentido, y siguiendo a Robinson (2007), puede plantearse que con mayor o menor dificultad (y estabilidad) esta franja de la burguesía local, cuya dinámica de acumulación se realizaba en el marco del mercado interno, comienza una trayectoria de “internacionalización” en cuanto logra expandir su ámbito de influencia más allá de las fronteras nacionales, espacio en el que ahora se despliegan sus estrategias de acumulación.

Retomemos, ahora, el fenómeno del ingreso de nuevos sujetos a la actividad, los que en base a los datos del CIP adquieren un peso relevante en el total de empresas: casi el 59%. Esta cifra es elocuente respecto de la intensa recomposición operada en la vitivinicultura mendocina en cuanto al desplazamiento de sujetos preexistentes.

Ahora bien, junto con esta constatación interesa precisar la medida en que el ingreso de nuevas empresas ha implicado la emergencia de nuevos perfiles de actores o bien la persistencia de perfiles semejantes a los preexistentes aun cuando hayan cambiado los sujetos. Es decir, en qué medida la reconversión trajo aparejado aquel otro movimiento que señalábamos en capítulos anteriores, referido a la transformación en los rasgos hasta entonces predominantes en la burguesía vitivinícola.

Una primera tarea analítica en este sentido fue identificar las posibles diferencias internas de las nuevas empresas en cuanto al origen de su capital y a su tamaño. Tal como hemos señalado encontramos una heterogeneidad importante en este sentido: empresas de capitales extranjeros transnacionales y no transnacionales, junto con capitales locales y/o nacionales, grandes empresas, Pymes y micropymes. Por lo tanto, atendiendo al origen de los capitales, es posible identificar franjas que corresponderían a la clase capitalista transnacional, a una burguesía internacional o internacionalizada y a la burguesía de capitales locales y/o nacionales. Las primeras despliegan una lógica global de acumulación, y sus estrategias trascienden las fronteras nacionales, son capitales que tienen una lectura regional o global de su negocio y en ese sentido se definen los objetivos de gestión y las estrategias empresariales. Son empresas que se insertan en el territorio provincial pero no dependen enteramente –como sucede con las nacionales– de la dinámica local; su consumidor es global (que en algunos casos

también es parte del mercado interno) y en tal sentido también se desanclan progresivamente de la capacidad de compra de un mercado nacional. Por el contrario, tanto para la burguesía internacionalizada como para los capitales nacionales los espacios de acumulación mayoritariamente están dentro del país, y en el caso de la primera, se insertan a escala internacional a través de tradicionales relaciones de exportación.

Al mismo tiempo, junto con estas diferencias relativas a los ámbitos que definen las dinámicas de acumulación, las posiciones en la estructura productiva de estos nuevos capitales también están diferenciadas de acuerdo a su tamaño y a su poder de mercado. Considerando entonces estos criterios –que no siempre guardan correspondencia con el origen de los capitales– nuestro análisis identificó un conjunto de grandes empresas que ocupan posiciones dominantes en términos de su capacidad productiva y que concentran el mercado interno y/o externo. Si bien allí se ubican las grandes empresas transnacionales, también coexisten en ese segmento dominante con franjas de la burguesía que han emprendido una estrategia de internacionalización y con franjas de la burguesía nacional o local. Al mismo tiempo, tal como destacamos, el ingreso de nuevos actores también incluye a pequeños capitales, en particular en los últimos años, integrado por empresas orientadas al mercado externo y que producen vinos de alta calidad. Sin embargo, el desarrollo de un perfil en consonancia con las nuevas dinámicas globales no asegura a todas estas pequeñas empresas una inserción estable, tal como ejemplificaban los diferentes casos analizados. Ahora bien, una vez identificados los distintos sectores o franjas de la burguesía, resultantes de un proceso que expulsó sujetos, generó mayor concentración, pero también produjo una mayor heterogeneización de este sujeto social, nos proponemos recuperar los elementos aportados en los capítulos anteriores para explorar las relaciones que se establecen entre estas distintas franjas.

En este sentido, una primera cuestión a plantear se refiere a la medida en que el ingreso de capitales extranjeros pudo haber implicado la subordinación de la burguesía nacional y/o local. Es necesario destacar en este marco que si bien los cambios a los que debieron adaptarse las franjas locales y nacionales de la burguesía pudieron tener un carácter exógeno –la naturaleza de las innovaciones tecnológicas, los sistemas de producción en los viñedos, etc.– cuyo principal vector de canalización fueron las empresas extranjeras ingresantes, esto no implicó una subordinación total a esas empresas extranjeras o a sus lógicas productivas. Por el contrario, muchas empresas se mantuvieron en la actividad

adaptándose a los cambios. Asimismo también se dio el caso de nuevas empresas nacionales, de gran tamaño, las cuales estaban insertas en otros sectores de actividad con posiciones dominantes.

6.2. La perspectiva estructural en el análisis de los sectores de la burguesía vitivinícola

Tal como señalamos en los capítulos iniciales, consideramos que preguntarnos por la recomposición de la burguesía vitivinícola, teniendo en cuenta las dimensiones señaladas en los apartados anteriores, implicó distinguir analíticamente dos niveles: 1) qué diferencias surgen al interior de la burguesía vitivinícola, y en tal sentido, en qué medida su conformación actual da cuenta de la producción de nuevos cortes al interior de franjas anteriormente homogéneas; y 2) en qué medida han cambiado, se han actualizado o se han reproducido lógicas socio-productivas preexistentes (en relación a las formas de producción, a la orientación de mercado, a la diferenciación de productos, etc.). En definitiva, en qué medida en el marco del proceso de reconversión surgen nuevos perfiles socio-productivos que no son asimilables a los preexistentes (se trate o no de sujetos ya presentes en la actividad o que ingresaron a partir de la década de 1990).

Básicamente, proponemos considerar estos dos niveles de análisis para lograr una comprensión más fina de la configuración actual de la burguesía vitivinícola. Reducir todo el análisis a una sola dimensión (por ejemplo, lo “nuevo” y lo “viejo” o lo “moderno” y lo “tradicional”) o plantear la complejidad del problema, abordando diferentes dimensiones al mismo tiempo de manera no jerarquizada, puede llevar a reducir la estructura social vitivinícola a su relación con dos modelos productivos dicotómicos e independientes entre sí. Así, de un lado tendríamos a los sectores tradicionales, “viejos”, es decir, pre-existentes a la reconversión. Estos se caracterizarían por ser capitales de origen local y/o nacional, dedicarse a los vinos comunes y estar orientados al mercado interno. Del otro lado, hallaríamos a los sectores transnacionales y/o extranjeros, que ingresaron a partir de la reconversión. Estos se caracterizarían, en buena medida, por constituir el polo opuesto al sector anterior: estarían orientados exclusivamente al mercado externo, especializados en vinos de alta gama y altamente tecnificados.

Pero este tipo de perspectiva no permite hacer observable situaciones como las que ejemplifican Bodegas y Viñedos Peñaflor y Trapiche, cuya estrategia es la de abarcar una amplia gama de productos (desde mosto hasta vinos de alta gama), con una orientación tanto al mercado interno como externo. Es importante destacar que no se trata simplemente de un caso “excepcional” o “desviado” en la estructura de la actividad, sino que se trata de una empresa con un gran peso económico en términos de volumen físico y valor de producción (tanto en la actividad exportadora como en la orientada hacia el mercado interno). En ese sentido, el caso de Bodegas Chandon también es sugerente ya que su ingreso a la Argentina tenía como objetivo principal e inicial cuando desembarcó en la provincia desarrollar el vino espumante en este país para su venta al mercado interno, pero a partir de 2000 comienza a exportar vinos con la marca Terrazas de Los Andes.

Otro aspecto en que se nos revela que la composición interna y la diferenciación en sectores de la burguesía vitivinícola es más compleja que reducirla a estos dos modelos, es la tipología de empresas basada en los datos del Censo Industrial Provincial 2002/2003. Allí encontramos una gran cantidad de situaciones intermedias entre los dos extremos de la misma. Sumado a eso, a través de los casos estudiados por medio de entrevistas, también pudimos reflejar la heterogeneidad existente incluso al interior de cada uno de los tipos de empresas vitivinícolas.

Pero además de la necesidad de no construir un modelo analítico dicotómico de la estructura vitivinícola y de los rasgos de la burguesía vitivinícola, resulta importante avanzar hacia un análisis de carácter estructural: esto implica poder establecer las vinculaciones y las relaciones de funcionalidad (Stavenhagen, 1981) entre los diferentes sectores. Así nos parece apropiada la propuesta analítica de carácter sistémico de Stavenhagen quien plantea no sólo establecer cuán diferentes son las partes, sino estudiar qué relación tienen esas partes entre sí y especialmente, las relaciones de funcionalidad existentes entre las mismas; en definitiva, comprender cómo se estructura el objeto de estudio como una totalidad. Desde esta perspectiva es relevante pensar las funciones que cumple una región, un grupo o un sector, considerado atrasado, tradicional o arcaico en relación a otra región, otro grupo u otro sector considerado moderno y desarrollado⁶⁵.

⁶⁵ Vale aclarar que la propuesta de Stavenhagen fue pensada para estudiar procesos de cambios que se referían explícitamente al sistema colonial y a la expansión del capitalismo. Por ello, priorizamos el énfasis en su perspectiva *metodológica* de análisis, es decir, en este caso intentar articular estructuras

Así estas relaciones, son las que en última instancia, podrán funcionar como factores explicativos que permitan hacer inteligible las diversas inserciones en la estructura productiva de cada uno de los sectores de la burguesía vitivinícola: los que ya estaban y los que ingresaron en las últimas décadas, los nacionales y los extranjeros, los que se orientan al mercado interno, los que sólo exportan y los que combinan ambos mercados, los que venden a granel y los que fraccionan, los que producen sólo vino común, los que diversifican sus productos y los que sólo elaboran vinos finos.

En ese sentido, el análisis desarrollado en los capítulos anteriores, nos permite plantear las siguientes relaciones funcionales:

a) Como ejemplifican los casos de grandes empresas nacionales antes mencionados, así como algunas empresas extranjeras, la articulación entre mercados y productos. Esta articulación puede cumplir en algunos casos un papel significativo en la dinámica de acumulación de la empresa. Así, lejos de pensarlos como “modelos dicotómicos” en este caso se desarrolla una lógica que permite maximizar ventajas en ambos mercados, en un caso a partir de la gran escala (mercado interno) y en el otro (mercado externo) en base a los recursos disponibles para integrar mejores tierras, innovar tecnológicamente y desarrollar segmentos de mercado para diferentes productos (incluso de vinos comunes vendidos a granel).

b) La imagen de dos modelos productivos, cada uno orientado a un mercado diferente, tampoco permite dar cuenta de las nuevas relaciones que se establecen entre las empresas nacionales, especialmente las locales, y las extranjeras. En efecto, en las últimas décadas se establecen integraciones comerciales y financieras entre ambas que van más allá de simples vínculos comerciales: por ejemplo, cuando las empresas extranjeras (en algunos casos transnacionales) adquieren las marcas de empresas históricas de la vitivinicultura o firman acuerdos de elaboración con marcas propias. Así estas vinculaciones, si bien indican la conformación de tramas con signos de desigualdad, también constituyen formas que han permitido a la burguesía de capitales nacionales y/o locales permanecer en la actividad y no vender la totalidad de la empresa.

c) Otro tipo de relaciones funcionales son las que se dan entre el sector de bodegas trasladistas que abastecen a empresas que fraccionan, entre ellas, a las grandes empresas

productivas aparentemente antagónicas. En definitiva, la necesidad de no observar sólo estructuras parciales, sino tener en cuenta el aspecto de la totalidad de una estructura social y sus movimientos. Vale aclarar, que este autor no fue el único que propuso este análisis sistémico.

nacionales y extranjeras. Éste es un sector importante en términos de lo que representa en la totalidad de empresas y si bien, en gran medida se dedica a vinos comunes también hay una parte que elabora vinos finos. Lo que cabe resaltar aquí es que estos vínculos suponen integraciones productivas y económicas –en particular cuando existen relaciones de exclusividad– en las que la persistencia de este tipo de empresas se explica en buena medida por su funcionalidad a las dinámicas económicas de las empresas de mayor tamaño o de mayor integración (al abarcar el fraccionamiento y la comercialización).

d) Por último, el crecimiento del mosto, en sí mismo, “combina” parte de los dos modelos, ya que es un *commodity* (como el vino común, principal producto en la etapa previa a la reconversión vitivinícola) pero destinado casi en su totalidad al mercado externo. Así los sectores dedicados a elaborar mosto, o a concentrarlo y exportarlo cumplen una función significativa en la regulación de la sobreproducción de vino, especialmente, en el mercado interno.

Por tanto, con este abordaje, intentamos superar una mirada que hace predominantemente énfasis en los cambios de la actividad y en los nuevos sujetos que ingresan, es decir, haciendo sólo eje en lo nuevo, en las exportaciones, en los capitales extranjeros o transnacionales, en los nuevos productos, en el turismo, etc. En esa mirada identificamos dos problemas. El primero es que no logra ponderar qué importancia tienen los cambios sobre la estructura total, y más aún cómo se “anclan” en una estructura que tiene una larga trayectoria histórica. En tal sentido, un segundo problema es que tampoco logra hacer observable la persistencia de los tradicionales sujetos económicos. Por ellos, podríamos denominar a este primer enfoque unilateral.

A su vez, otra aproximación que pretendemos superar es aquella que pudiera resaltar la permanencia y vigencia de los sujetos tradicionales y planteara el hecho de que los cambios no han sido totales, y por tanto, que no ha habido un desplazamiento total de lo anterior. De esta manera, esta última aproximación abreviaría en la perspectiva de la coexistencia de los dos sectores y nos enfrentaríamos, otra vez, a las limitaciones de la dicotomía: 1) al conceptualizar la estructura de la actividad como polarizada (es decir, compuesta por dos sectores extremos y dicotómicos), no logra captar la variabilidad de situaciones en el “centro” de la escala donde se registra una multiplicidad de situaciones; y 2) la conceptualización dicotómica de dos sectores tiene como consecuencia la imposibilidad de analizar y comprender las relaciones de funcionalidad que existen entre los diversos sectores de la burguesía vitivinícola.

6.3. Una caracterización general de las distintas capas al interior de la burguesía vitivinícola

Podemos ahora integrar los resultados de nuestro análisis en una caracterización de las capas o franjas existentes al interior de la burguesía vitivinícola. Para ello, prestamos atención a dos dimensiones principales, que hemos analizado a lo largo de esta tesis: el poder de mercado y las condiciones de acumulación.

Así podríamos establecer en primer lugar, una capa dominante integrada por las grandes empresas extranjeras, particularmente transnacionales y por las grandes empresas nacionales que ocupan los primeros lugares en el mercado interno y también son importantes en el mercado externo. Si bien hay diferencias, especialmente de escala, entre empresas como Pernod-Ricard, Diageo o Chandon con Peñaflor o RPB Baggio, respecto a la actividad vitivinícola y al resto de las empresas se encontrarían en posiciones similares en la estructura socio-productiva. Una de las características de las empresas de esta capa es su alta flexibilidad en cuanto a productos (como producir, en algunos casos, productos de varios segmentos o calidades, desde vino común hasta vinos *Superpremium* e incluso hasta mosto) y mercados (como estar insertos tanto en el mercado interno como externo), que justamente es posibilitada por esta posición dominante ocupada.

En términos de la tipología que presentamos en el capítulo 3 este sector de la burguesía posee y controla empresas categorizadas como “nuevas, extranjeras y predominantemente mercado internistas” y “nuevas, nacionales y predominio del mercado interno”, que en conjunto representan el 63% de las ventas del mercado vitivinícola. En estas empresas predominan las formas corporativas de propiedad y gestión del capital, en las cuales se hace evidente de manera más clara la separación de propiedad y gerencia o dirección de la empresa.

Por debajo de esta franja, se pueden distinguir aquellas posiciones acomodadas, que logran acumular pero no llegan a ser dominantes. En estas posiciones encontramos en parte a la burguesía a cargo de empresas nacionales (especialmente locales) que lograron adaptarse a los cambios en la actividad vitivinícola de forma “exitosa”, es decir, fueron capaces de efectuar cambios “a tiempo” en sus orientaciones productivas: el pasaje de trasladista a fraccionadora, el pasaje de elaboración de vinos comunes a elaboración de vinos finos, la inserción en el mercado externo cuando antes se orientaban solamente al mercado interno. Una de las causas de esta capacidad de

transformación fue la disponibilidad de capital, proveniente de procesos de acumulación previos en la actividad. También ubicamos en esta posición a parte de la burguesía de capitales extranjeros o nacionales, que producen en bodegas pequeñas y medianas y se orientan principalmente al mercado externo, pudiendo acumular a partir de una alta diferenciación de segmentos de consumo en ese mercado, es decir, de la transformación del vino en un *speciality*. Sin dudas, el contexto de un tipo de cambio favorable constituyó una condición fundamental para ello. Esto último plantea el problema de la sostenibilidad de estos sectores frente a cambios en variables macroeconómicas. Sus escalas de producción, más bien pequeñas, y su dependencia del mercado externo permite preguntarse cómo impactaría sobre esta franja un ajuste en el tipo de cambio - que implicara una menor competitividad para las exportaciones- particularmente en el caso de las empresas nacionales, que no han aceptado aún conexiones financieras con importadores o grandes *dealers* del negocio a nivel mundial.

Considerando la tipología de empresas vitivinícolas, corresponderían a esta posición, las empresas “nuevas, nacionales, con predominio del mercado externo”, “antiguas, nacionales, predominio del mercado externo” y “nuevas, extranjeras y predominio del mercado externo”. También en estas empresas prima la separación de la propiedad y la dirección de las empresas, aunque su organización empresarial es de menor complejidad que la de las empresas de la primera capa.

Por último, encontramos posiciones que ni concentran proporciones significativas del mercado, ni logran acumular de manera sostenida, y que constituyen las posiciones más débiles y subordinadas. Las franjas de la burguesía vitivinícola ubicada en estas posiciones está integrada en buena medida por los tipos de empresas vitivinícolas “antiguas, nacionales, mercado internistas”, “nuevas, nacionales, mercado internistas” y “antiguas, nacionales y predominio del mercado interno”.

Una característica relevante que comparten es la flexibilidad como estrategia de supervivencia. De esta forma, de acuerdo al contexto de mercado, venden la uva sin elaborar, embotellan a partir del fraccionamiento móvil, venden a granel o producen mosto. Esta flexibilidad resulta de condiciones diferentes a la flexibilidad de las posiciones dominantes en la actividad. Mientras que en las primeras, la flexibilidad es un reflejo de su posición dominante, en estos casos, la flexibilidad es consecuencia de su posición desventajosa en la actividad.

Desde el punto de vista de las formas de gestión, en estas posiciones encontramos las figuras típicas de la empresa familiar capitalista. Si bien en la estructura vitivinícola

total es minoritaria la empresa formada jurídicamente como “unipersonal” (sólo el 23%), el 96% de las existentes se encontrarían dentro de estas posiciones (según datos del CIP 2002/2003). En este tipo de empresas la propiedad y gestión del capital se encuentra en manos de una misma persona o familia, lo que las asemejaría –al menos en función de este rasgo- al antiguo “bodeguero-patrón”. De todas formas, en estas posiciones observamos también que la mayoría de las empresas son sociedades colectivas: anónimas, de hecho, de responsabilidad limitada, etc.⁶⁶ También en estas posiciones subordinadas, registramos a una porción de las cooperativas vitivinícolas, en especial, aquellas que no se encuentran integradas a FECOVITA.

Vale aclarar que si bien establecimos diferentes posiciones según niveles de concentración, posibilidades de acumulación y de subordinación, como ya señalamos anteriormente, esto no implica que sean posiciones independientes y segmentadas, sino que por el contrario, tienen relaciones entre sí.

El planteamiento desarrollado en este capítulo también nos obliga a pensar cómo son las relaciones de estos diferentes sectores con el Estado y con sus políticas sectoriales, lo que implica visualizar cómo el fomento o el beneficio a unos de estos sectores, implica el perjuicio y la falta de apoyo a otros. El Estado contribuye, en cierta medida, no sólo a la existencia y a la persistencia de los grupos, sino también a la estructura de relaciones de fuerza entre ellos. De todas formas, el fomento o la falta de apoyo del Estado también se basan en las acciones que realicen los diferentes grupos, organizados tanto formal como informalmente para lograr beneficios sectoriales, así como también depende de la forma de organización de la burguesía vitivinícola en su conjunto.

Así estas últimas problemáticas planteadas es lo que desarrollaremos en los próximos dos capítulos.

⁶⁶ Si bien no se puede asimilar directamente forma jurídica con forma de gestionar la propiedad y la gestión del capital, estos datos del CIP 2002/2003 pueden brindar una aproximación a las formas de organización de las empresas.

CAPÍTULO 7. LA ORGANIZACIÓN DE LA BURGUESÍA VITIVINÍCOLA Y SU RELACIÓN CON EL ESTADO EN LA DÉCADA DE LOS '90

En los capítulos 7 y 8 nos proponemos analizar las formas de vinculación de la burguesía vitivinícola con el Estado, focalizando en la etapa que se abre con la reconversión de la actividad. Nuestra hipótesis es que los procesos de recomposición analizados en los capítulos anteriores, se tradujeron en el mapa institucional del sector y en las formas de demandar al Estado. Asimismo, sostendremos que las demandas históricas del sector –como vimos en el capítulo 2, que abarcaban desde reclamos por precios hasta control o liberalización de la producción – han dado lugar a una diversidad de temas e intereses de los distintos sectores de la burguesía, complejizando los modos de posicionarse ante el Estado. La heterogeneidad interna de la burguesía y los distintos clivajes que determinan el conjunto de variables analizadas (es decir, la orientación de mercado, la procedencia de los capitales, la mayor o menor dependencia de las dinámicas locales en el desarrollo de estrategias de acumulación, y la diversidad de tipos de relaciones y conexiones entre agentes en distintas posiciones), constituyen elementos que complejizan la construcción de alianzas, solidaridades y antagonismos.

En tal sentido, interesa conocer: a) cómo se ha organizado la burguesía vitivinícola para influir en la definición de políticas públicas y/o para demandar al Estado las condiciones que consideran adecuadas para su desarrollo; y b) qué papel ha jugado el Estado en la dinámica de cambios producidos, es decir, a través de qué instrumentos de política pública, y cómo ésta ha afectado de una u otra manera a los distintos sectores de la burguesía.

Abordaremos el accionar del Estado, limitándolo específicamente a los mecanismos de intervención en la actividad vitivinícola, los cuales, a su vez, se alimentan de las acciones o presiones de los empresarios de la actividad. Para ello consideraremos dos tipos de mecanismos, que ya mencionamos en el capítulo 1. Primero, los marcos normativos que regulan los mercados y la actividad vitivinícola (Castellani, 2007). Segundo, la orientación general del modelo de acumulación, por el cual aplica políticas económicas que promueven determinados intereses sectoriales por sobre otros, ya sea a través de transferencias directas hacia determinado sector empresarial y otras veces, a través de la generación de condiciones propicias para la acumulación de alguna fracción de la burguesía (Castellani, 2007). En este caso nos interesa analizar cómo estas

políticas benefician o perjudican a los diferentes sectores empresariales de la vitivinicultura, según los objetivos y recursos que ellas ponen en juego.

El argumento central de estos dos capítulos es que en la década de 1990 se establecieron desde el Estado provincial canales más cercanos de diálogo entre los sectores públicos y privados, y se impulsó (a través de nuevas normativas reguladoras, subsidios, créditos, entre otros) a la actividad vitivinícola en su conjunto. Es decir, si bien claramente algunos sectores se beneficiaron más que otros, ninguno fue expresamente perjudicado, dada la capacidad que la burguesía tuvo en su conjunto para posicionar sus intereses en un marco más amplio que el sectorial, asimilándolos a los intereses del conjunto de la economía mendocina. Ello requirió la construcción de consensos, que sin embargo no niegan la existencia de conflictos: por el contrario, remiten a una construcción institucional en la que las diferentes capas se involucraron. Estas nuevas formas de vinculación entre la burguesía vitivinícola y el Estado, y entre los distintos sectores de la burguesía, encontró un hito paradigmático con la conformación de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) en 2004, institución que desarrollaremos en el capítulo 8.

En este capítulo se trabajará a partir de las entrevistas a propietarios o gerentes de bodegas y de cámaras empresariales y a los informantes calificados. También utilizaremos documentación interna y pública de las organizaciones de la actividad vitivinícola, material periodístico y leyes y decretos.

7.1. El Estado y su relación con la actividad vitivinícola

7.1.1. Dimensión histórica

Si bien en el capítulo 2, presentamos el proceso histórico del desarrollo vitivinícola en Mendoza, así como las principales intervenciones del Estado, en este apartado recuperaremos algunos aspectos que nos permitirán contextualizar lo que sucedió a partir de la década de 1990.

Como destacamos en aquel capítulo, desde sus inicios y hasta la década de 1980, la vitivinicultura mostró cíclicas crisis de sobreproducción; en las diferentes coyunturas, el Estado (nacional y provincial) creó distintos instrumentos para intervenir frente a las derivaciones de dichas crisis, dando lugar a la creación de instituciones estatales con la misión de implementar diferentes estrategias regulatorias. Según Bragoni, Mateu,

Olguin y Mellado (2011), los empresarios tuvieron escasa participación en la toma de decisiones en los entes creados entre fines del siglo XIX y las primeras cuatro décadas del siglo XX; en todo caso, las influencias o participaciones de bodegueros o viñeteros se dieron, principalmente, en términos individuales.

Entre estos entes, cabe destacar: la Comisión para la Defensa de la Industria Vitivinícola (1897), la Comisión de Defensa y Fomento Industrial y Comercial (1914), la Comisión Autónoma de Defensa Vitivinícola (1933), la Junta Reguladora de Vinos (1934) y la Comisión Nacional de la Industria Vitivinícola (1938). Para Bragoni, Mateu, Olguin y Mellado (2011), estos organismos sirvieron de antecedentes para la creación del Fondo Vitivinícola de Mendoza y la COVIAR.

En 1959 se sancionó la Ley de Vinos 14.878, que aún está en vigencia, por la cual se creó el Instituto Nacional de Vitivinicultura. Además, como se señaló en el capítulo 2, en 1954 el Estado provincial adquirió el 51% del paquete accionario de Bodegas y Viñedos Giol, para comprar el 49% restante de las acciones en 1964. De esta forma, Giol se transformó en una empresa estatal, con la función de regular la vitivinicultura de Mendoza, a partir de su actuación en el mercado (Fabre, 2005).

Conformada como una de las principales actividades de la economía provincial, entre principios de siglo y 1980, el desarrollo de la vitivinicultura estuvo signado por una importante intervención del Estado, la cual si bien con marchas y contramarchas, y no siempre de manera consistente, se constituyó en un pilar decisivo de la evolución de la actividad. Richard-Jorba analiza estos años como un período de fuerte interacción del empresariado vitivinícola con el Estado (ya fuera que adoptase estrategias de promoción, regulación e incluso empresariales). Para el autor, “el empresario regional debió operar, entonces, atendiendo (y adaptándose) a las *reglas de juego* cambiantes e incoherentes impuestas por los organismos estatales, a veces por iniciativas desde el campo del poder político, pero también –y frecuentemente- como respuesta a presiones sectoriales parciales, o fragmentadas según qué subsector fuera el reclamante” (2008b). Entre estas medidas cambiantes e incoherentes, podemos mencionar: la fijación de cupos de producción y comercialización, el bloqueo de excedentes, la fijación de precios mínimos, las desgravaciones impositivas a las inversiones en tierras de baja

productividad, o la formación de empresas estatales provinciales como Giol o CAVIC (Corporación Agroeconómica Vitícola y Comercial) en San Juan⁶⁷.

Hacia fines de la década de 1980, se produce una nueva crisis de sobreproducción, profundizada por la creciente disminución de la demanda de vino para el mercado interno. Como ya hemos destacado, esta crisis constituyó un hito en la actividad y en esa época comenzó a plantearse la reorientación de la actividad al mercado externo y a la producción de vinos finos. Además, en ese contexto se produce la privatización de Bodegas y Viñedos Giol Sociedad del Estado en manos de la Federación de Cooperativas Vitivinícolas de Argentina (FECOVITA). Según los autores consultados, la privatización de Giol fue la consecuencia de la dependencia de la empresa estatal del poder político, que se traducía en cambios constantes de directores y gerentes (según la dinámica de las alianzas y conflictos políticos) y en la permanente incorporación de personal. En tal sentido, la empresa estatal encontraba permanentes dificultades para establecer una política de largo plazo (Olguín y Mellado, 2010). Sin embargo, el fracaso más importante de Giol fue la ineficacia para a partir de su función reguladora, modificar una estructura caracterizada por la atomización en el nivel de la producción agrícola y la concentración en el nivel industrial. “Por el contrario, el accionar de Giol introdujo nuevas distorsiones en los mercados a través del sostenimiento artificial de los precios y de la asistencia a viñateros y bodegueros, constituyendo un fuerte desincentivo al desarrollo de estrategias empresarias tendientes al aumento de la productividad, la mejora de la calidad, la diversificación productiva, la integración vertical, la búsqueda de nuevos mercados y la sofisticación del marketing y de la gestión organizacional, entre otros aspectos” (Olguin y Mellado, 2010).

7.1.2. El escenario político-económico de la década de 1990

Como destacamos anteriormente, en el marco de la amplia desregulación emprendida en el nivel nacional a partir de 1991, en la vitivinicultura se liberalizó la implantación y/o modificación de viñedos, y la producción y comercialización de vinos. Asimismo, se limitaron las facultades del INV para fiscalizar la genuinidad de los productos vitivinícolas y se dejó sin efecto la desgravación impositiva de tierras de baja productividad. En rigor, el INV quedó en riesgo de desaparición, ya que a través del

⁶⁷ Algunas de las normativas por medio de las cuales se llevaron a cabo estas medidas son la Ley N° 22.667 de Reversión Vitivinícola de 1982, por medio de la cual se bloqueó vino y el Decreto N° 440/84 de “prorrato”.

Decreto N°660/96 se dispuso su disolución, y la transferencia de todas sus funciones al SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria). Sin embargo, poco después, dicho decreto fue derogado por negociaciones entre los gobernadores de las provincias vitivinícolas y funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional, ante la presión de las diferentes cámaras empresariales vinculadas a la actividad (Azpiazu y Basualdo, 2001).

Dentro de la orientación del nuevo modelo de acumulación y específicamente, en el marco de la política cambiaria de los '90, con la convertibilidad peso-dólar, se generaron las condiciones propicias para la acumulación de un determinado sector dentro de la industria vitivinícola. En efecto, la sobrevaluación del peso argentino estimuló a una parte de la burguesía de capitales locales a desprenderse de sus activos súbitamente valorizados, produciéndose importantes ventas de empresas, lo que permitió el ingreso de capitales extranjeros y también nacionales. Otros empresarios locales debieron vender sus activos por encontrarse en situación de quiebra. Además, la relación peso-dólar es la que también posibilitó la incorporación de tecnología extranjera en esa década.

El Estado cumplió un rol fundamental en el ingreso de capitales extranjeros, al permitir la total liberalización de la entrada y salida de capitales, para promover el ingreso líquido de recursos externos. Más aún, una normativa de 1993, autorizó a las empresas extranjeras a invertir en el país sin necesidad de autorización previa, garantizándoles igualdad de tratamiento (impositivo, jurídico, etc.) con las empresas nacionales. Sumado a que “los inversores extranjeros están facultados para repatriar su capital y transferir las ganancias líquidas a sus países de origen, sin necesidad de formalidades o aprobaciones de ningún tipo” (Calvo Vismara, 2008: 11).

Si bien es innegable la importancia de la política macroeconómica en el crecimiento de las exportaciones (básicamente por la devaluación de la moneda), es importante mencionar otras políticas, de carácter fiscal, que también impulsaron la reorientación de la producción al mercado externo. En este caso, cabe destacar que por aplicación del Código Aduanero y la Resolución Ministerial 11/02, desde 2002 las exportaciones de vino y mosto están gravadas con derechos de exportación del 5%, a diferencia de otros productos agroindustriales. Este derecho del 5% neutraliza parcialmente el reintegro del 12% a estos productos desde el 2000, el que a partir de 2002 descendió al 6% (Azpiazu y Basualdo, 2003). Por último, desde 2009 a partir de un convenio, el Estado nacional

devuelve al sector vitivinícola, a través de los gobiernos provinciales, el 50% de lo que tributan, como derechos de exportación, los vinos y jugos concentrados de uva.

También es importante el fomento del Estado nacional a la producción de vinos espumantes. En febrero de 2010, se prorrogó por dos años la exención del pago de impuestos internos a los vinos espumantes de producción nacional a cambio de que las bodegas realicen inversiones por un 25% más de lo que se les descuenta por este gravamen cada año. El decreto prorrogado había sido firmado originalmente en 2005 por el presidente Néstor Kirchner, con una vigencia inicial de tres años, y había sido prorrogado por primera vez en febrero de 2008.

7.2. La representación gremial empresarial de la burguesía vitivinícola

Como ya mencionamos en el capítulo 1, las formas de organización y acción política de la burguesía son complejas. Un indicador de ellos es la diversidad de entidades, en las cuales los límites de intereses y miembros a veces no son tan claros (Viguera, 2000). Ello tiene que ver con la heterogeneidad de los capitalistas, pero también con múltiples factores que inciden en la organización, desde el tamaño de las empresas hasta las tradiciones políticas, culturales, pasando por los recursos estratégicos y organizacionales.

Desde los inicios de la vitivinicultura en Mendoza se crearon numerosas entidades empresariales con el fin de representar diversos intereses específicos (por ejemplo, de viñateros, de bodegueros, de fraccionadores, de comercializadores de vino, etc.), muchas de las cuales desaparecieron (Bragoni, Mateu, Olguin y Mellado, 2011). En este capítulo haremos referencia a aquellas entidades históricas que continúan presentes en la actividad, tanto si han persistido con el mismo nombre, si lo han cambiado o si se han reagrupado a su vez con otras cámaras u organizaciones. Asimismo también mencionaremos a las entidades que se crearon en las últimas décadas.

En primer lugar, encontramos aquellas que tienen una larga trayectoria histórica y que con algunos cambios menores, siguen vigentes: el Centro de Viñateros y Bodegueros del Este y la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas (ACOVI). El Centro de Viñateros y Bodegueros del Este es una entidad gremial empresaria que nació en 1942 bajo el nombre de “Filial del Este” del Centro de Bodegueros de Mendoza. En 1956 reformó su estatuto y adoptó la denominación actual. A diferencia de las otras cámaras, esta entidad integra, tanto a viñateros como a bodegueros. Tal como su nombre

indica, su cobertura alcanza a quienes se localizan en el Este provincial (los departamentos de General San Martín, Junín, Rivadavia, Santa Rosa y La Paz), y por tanto, tiene un alcance subprovincial. Como ya se mencionó, los viñateros y bodegueros (en su mayoría trasladistas) de esta zona aportan aproximadamente el 50% de la producción total de uva y vino, y se orientan principalmente a la producción de uvas y vinos comunes.

ACОВI se conformó en 1961 y actualmente, representa a 34 cooperativas de Mendoza, integradas mayoritariamente a FECOVITA. A nivel nacional, forma parte de la Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO). Este sector cooperativista ocupa posiciones muy ventajosas e influyentes al momento de disputar recursos, en buena medida por el peso que tiene FECOVITA (la segunda empresa vitivinícola del mercado interno) y porque a través de las 31 cooperativas, agrupa a unos 5.000 pequeños y medianos productores de uva.

En segundo lugar, encontramos a Bodegas de Argentina. Si bien su constitución es reciente (2001), resulta de la fusión de dos entidades tradicionales de la burguesía vitivinícola: el Centro de Bodegueros de Mendoza (fundado en 1935), que representaba, principalmente, a los elaboradores de vino y la Asociación Vitivinícola Argentina (fundada en 1904), con asiento en Buenos Aires y que representaba principalmente a los fraccionadores y comercializadores. Pero como en el 2001, la mayoría del fraccionamiento se realizaba en el lugar de origen de la producción y elaboración, aquella división perdió sentido⁶⁸ y ambas entidades se fusionaron. Bodegas de Argentina posee, actualmente, alrededor de 220 socios/bodegas de todo el país. El perfil societario es diverso: entre las bodegas asociadas se encuentran las principales empresas de origen extranjero, grandes bodegas nacionales, y pequeñas bodegas (las llamadas bodegas *boutique*). Estas últimas representan alrededor del 70% de los integrantes de esta cámara. En general, y dada la forma de organización corporativa de muchas de las empresas, quienes participan de las actividades de la entidad no son mayoritariamente los “dueños” de las bodegas sino los gerentes o directores. Esta cámara forma parte del Comité Ejecutivo de la Coordinadora de Productos Alimenticios (COPAL), la cual integra a diversas cámaras de la industria de alimentos y bebidas del país, y que, a su vez, está asociada a la Unión Industrial Argentina (UIA). Bodegas de Argentina es la entidad que tiene un discurso de corte más “liberal”, en contra de

⁶⁸ Este cambio en la organización de la producción vitivinícola se dio, en primer lugar por la Ley Nacional N°23.149 (sancionada en 1984) que establece el fraccionamiento y envasado de vinos en origen.

cualquier forma de intervención del Estado. Pese a ello, sus socios se encuentran entre los principales beneficiados por la política fiscal del Estado nacional, como la exención al pago de impuestos internos a los vinos espumantes de producción nacional, en vigencia desde 2005.

Por último, encontramos un conjunto de entidades y cámaras que se conformaron en las últimas décadas: la Unión Vitivinícola Argentina (UVA), la Cámara Argentina de Fabricantes y Exportadores de Mosto de Uva y Wines of Argentina. Esta última es básicamente una entidad de promoción. La UVA fue creada en 1984 bajo el nombre de Asociación de Fraccionadores de Vino en Origen de la República Argentina con el objetivo de fomentar la sanción de la Ley Nacional N°23.149 que estableció el fraccionamiento y envasado de vinos en los lugares de origen del producto⁶⁹. En 2000, la Asociación de Fraccionadores cambió su nombre por el actual de Unión Vitivinícola Argentina, con el objetivo de mostrar una visión más amplia e integradora, que tuviera en cuenta los cambios que se habían producido en la actividad vitivinícola argentina. En la actualidad, se encuentran asociadas, principalmente, las bodegas de capitales nacionales orientadas predominantemente al mercado interno y trasladistas, y la participación es, mayoritariamente, a través de los propios propietarios de las bodegas. Aunque tiene un alcance nacional, sus empresas asociadas son, predominantemente, mendocinas. La UVA es defensora de la intervención y regulación estatal, participa de todas las instancias y espacios de negociación con el Estado y está fuertemente involucrada en organismos como el Fondo Vitivinícola de Mendoza.

La Cámara Argentina de Fabricantes y Exportadores de Mosto de Uva fue creada en 1991, pero tomó impulso a partir de 2000, con el ingreso de nuevas empresas al sector. Tiene como objetivo la representación gremial-empresarial de los establecimientos dedicados a concentrar y exportar mosto de uva. Actualmente participan de esta cámara las 13 empresas que elaboran y exportan el 90% del jugo concentrado de uva.

Por último, Wines of Argentina A.C. (o Vinos de Argentina) es una entidad integrada por más de 190 bodegas ubicadas en todo el país, que en conjunto son responsables del 95% de las exportaciones de vinos argentinos. Surgió en 1993 como parte de la Asociación Vitivinícola Argentina, para terminar de conformarse en forma independiente en 1995, y tiene por objetivo principal promover los vinos argentinos en el mundo.

⁶⁹ Dicha ley quedó sin efecto con el Decreto 2284/91 (artículo 46) de Desregulación Económica.

Aunque las cámaras empresariales vitivinícolas tienen perfiles de representación bastantes definidos, vale destacar que las principales empresas vitivinícolas participan de al menos dos cámaras a la vez. Lo más usual es la combinación Bodegas de Argentina y Wines of Argentina. También encontramos empresas que se asocian a tres o más cámaras. Esto último se debe a que estas empresas por la escala que tienen y por participar de varios segmentos de mercado a la vez, tienen intereses dispersos en varias cámaras.

7.3. Una nueva forma de intervención del Estado provincial: la articulación público–privada

Richard-Jorba (2008a) sostiene que a partir de la década de 1990, el retiro del Estado nacional actuó como impulsor de reacciones regionales, en cuanto a las acciones que emprendió el Estado provincial. En esos años, se crearon una serie de entes provinciales mayormente mixtos, con preponderancia de recursos estatales. Si bien se conformaron con diferentes objetivos, sirvieron asimismo para propiciar ámbitos institucionales de negociación entre el Estado y los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola.

Un autor que ha seguido esta línea es McDermott (2007), quien sostiene que la creación de estas instituciones público-privadas es lo que permitió, en cierta forma, una reconversión vitivinícola “exitosa” en la Provincia de Mendoza, proceso que no sucedió en San Juan. Considera que lo que se produjo en Mendoza fue un desarrollo económico coordinado y adaptativo, el cual permitió el “empoderamiento” de los actores privados y el trabajo conjunto con actores gubernamentales en la formulación de políticas públicas y en la resolución de problemas y controles mutuos.

Entre estos entes mixtos, cabe destacar –por su relevancia para iluminar el accionar del Estado provincial y por su impacto en la actividad vitivinícola- el Instituto de Desarrollo Rural (IDR) formado en 1994; el Instituto de Sanidad y Calidad Agropecuaria Mendoza (ISCAMEN) en 1995; la Fundación ProMendoza en 1996 y el Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y de Servicios (IDITS) en 2002.

El IDR, integrado por seis dependencias estatales, veintisiete entidades privadas y una mixta, tiene por objetivo “generar acciones que contribuyan con el desarrollo rural”, según establece su misión. Sus actividades se centran en el asesoramiento a productores y empresas sobre líneas de financiamiento de diversos organismos públicos, centralizando la presentación de los diferentes proyectos ante los mismos; brinda también capacitación a cámaras y entidades para la formulación de proyectos, a la vez

que produce información sobre precios, mercados y diferentes cadenas productivas. Este instituto fue contratado en 2008 por la COVIAR para realizar el diagnóstico social y de problemáticas que afectaban a los pobladores rurales, especialmente, aquellos vinculados a la actividad vitivinícola. Este Instituto tuvo una activa participación en el diseño de lo que posteriormente sería el Plan Estratégico Vitivinícola.

El ISCAMEN es un ente provincial autárquico con personalidad jurídica y capacidad para actuar en el ámbito del derecho público y privado. Es un organismo de aplicación de leyes nacionales y provinciales en todo lo referido a la protección fitozoosanitaria, por lo cual tiene incumbencias en el control y fiscalización de semillas; sanidad vegetal y animal, y en el uso de agroquímicos, entre otros temas. El sector privado participa a través de un Consejo Asesor *ad honorem* conformado por un representante titular y un suplente por cada uno de los cuatro oasis productivos (Centro, Este, Valle de Uco y Sur) de Mendoza y el sector transportista.

La Fundación ProMendoza se creó a partir de un acuerdo entre el gobierno provincial, la Unión Comercial e Industrial de Mendoza, la Bolsa de Comercio y la Federación Económica de Mendoza, con el fin de impulsar la proyección internacional de las pequeñas, medianas y grandes empresas. Las acciones específicas para el sector vitivinícola son rondas de negocios, eventos, encuentros, misiones comerciales y asesoramiento en general.

El IDITS se constituyó como una entidad de carácter civil, sin fines de lucro. Sus objetivos principales son contribuir a la fijación de políticas industriales, generar alternativas de solución a los problemas del sector industrial y de servicios, y detectar y generar oportunidades en beneficios de sus asociados. Este organismo es dirigido por sectores del ámbito gubernamental y del ámbito privado. Su Comisión Directiva está integrada por catorce miembros: dos representantes del Ministerio de Producción, Tecnología e Innovación (Gobierno de Mendoza), uno de la Dirección General de Escuelas (Gobierno de Mendoza), dos del Sistema Académico, Educativo, Científico Tecnológico y de Investigación, un representante por cada una de las asociaciones de segundo y/o tercer grado, y un representante de cada una de las siete ramas industriales⁷⁰. Desde 2010 el Ministerio de Producción, Tecnología e Innovación

⁷⁰ Insumos para el transporte y Metalmecánica; Química, Petroquímica, Petróleo y gas, Plásticos e Industrias de base minera; Electrónica y Comunicaciones, Bioingeniería, Empresas de Base Tecnológica y Farmacéutico; Alimentos conservados, Alimentos no conservados, Bebidas vínicas, no vínicas, Frigoríficos; Servicios en general e Industrias Culturales; Construcción, Servicios y montajes industriales y Madera y muebles.

provincial lleva a cabo, a través del IDITS, el Sub Programa de Mejora en Prácticas Industriales Vitivinícolas PyMES.

Además de estas instituciones de alcance general en cuanto a los sectores de actividad a los que se abocan, se encuentran las dos más importantes para la actividad vitivinícola: el Fondo Provincial para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza creado en 1993 y el Fondo Vitivinícola de Mendoza en 1994.

El Fondo Provincial para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza es una entidad pública estatal, que tiene por objetivo fortalecer el sistema de financiamiento para la producción agroindustrial, actuando como un instrumento complementario a los bancos. Es un ente autárquico, con personería jurídica y capacidad para actuar pública y privadamente, dependiendo directamente del gobernador de la Provincia. Surgió a partir de una diferencia en la liquidación de Regalías de Hidrocarburos de la Nación a las provincias: en 1993, luego de un conflicto judicial, Mendoza cobró aproximadamente 617 millones de dólares, los cuales en su mayoría se utilizaron para la creación de este Fondo. Algunos datos revelan la relevancia que tiene este organismo en la actividad vitivinícola de Mendoza: según datos oficiales (publicados en su página web) en 2010 se destinaron a la actividad vitivinícola poco más de 32 millones de pesos, y a la cosecha y acarreo de uva, más de 34,6 millones, alrededor del 30% del total de créditos aprobados en ese año. A partir de mediados de la década del 2000, este organismo, comenzó a trabajar por medio de dos entidades creadas para dar apoyo financiero a diferentes actividades económicas de la provincia: Mendoza Fiduciaria S.A. y Cuyo Aval Sociedades de Garantía Recíprocas (S.G.R.).

Mendoza Fiduciaria es una sociedad anónima, conformada en 2005, entre el Gobierno de la Provincia de Mendoza a través del Ministerio de Producción, Tecnología e Innovación y entidades representativas de la actividad comercial y financiera de la provincia. Está constituida mayoritariamente (en un 97 %) por el Fondo para la Transformación y el Crecimiento, mientras que el 3% restante se divide entre el Banco Regional de Cuyo, el Mercado de Valores y la Bolsa de Comercio. A través de esta entidad, el gobierno provincial interviene en la compra de uva a pequeños productores - un precio parcialmente subsidiado- para la elaboración de mosto. De esta forma, establece un precio de referencia para operaciones posteriores entre bodegueros y productores, y por ello todos los años es causa de polémica el precio establecido.

Por su parte, Cuyo Aval S.G.R. se constituyó en 2005. Fue el resultado de la adhesión del gobierno provincial a la Ley nacional n° 24.467 que facultaba al Poder Ejecutivo

provincial a fomentar la constitución de una Sociedad de Garantía Recíproca. Esta sociedad tiene por objetivo facilitar el acceso al crédito de las PyMEs a través del otorgamiento de garantías para el cumplimiento de sus obligaciones. Actualmente, Cuyo Aval cuenta con 126 PyMEs mendocinas que revisten la categoría de Socios Partícipes que se benefician de sus servicios. Además, también es integrada por socios protectores que, a través de un fondo de riesgo, garantizan las operaciones crediticias que sus asociados concreten con entidades bancarias. El mayor aporte a este Fondo lo realiza el Gobierno provincial, a través del Fondo de la Transformación (otros socios protectores son Arpenta -un grupo de empresas que brinda un servicio financiero en el mercado de capitales-, el Colegio Farmacéutico de Mendoza, Banco Supervielle, Carlos Pierrini y la Universidad Nacional de Cuyo). Los aportes que los protectores realizan al Capital Social y al Fondo de Riesgo quedan exentos del pago al Impuesto a las Ganancias, así también quedan exentos de este impuesto las utilidades que Cuyo Aval obtiene. De igual forma, las comisiones que la SGR cobra a sus socios partícipes por los certificados que emite están exentas del pago del Impuesto al Valor Agregado y por las utilidades que Cuyo Aval obtenga tampoco se tributa este gravamen (IVA).

El Fondo Vitivinícola surgió como persona jurídica de derecho público no estatal, producto de un acuerdo entre las provincias de Mendoza y de San Juan⁷¹ (Ley Provincial 6216) sobre el destino de la producción. El objetivo principal del acuerdo fue regular la cantidad de vino elaborado por año y evitar, por tanto las crisis de sobreproducción de vino. Según estableció dicho acuerdo, los establecimientos vitivinícolas deben destinar un porcentaje mínimo de su uva (ya sea de producción propia o comprada) a la elaboración de mosto. Ese porcentaje (que ha oscilado en torno del 20%) es fijado cada año por ambos gobiernos. En rigor, el convenio obliga a las bodegas a producir un mínimo de mosto, en tanto quienes no cumplan con esa cuota, deben pagar una contribución obligatoria⁷². En un principio, este mecanismo no tenía por objetivo influir sobre el precio al que se vendiera el mosto sino aumentar el precio del vino. Sin embargo, en los hechos “*el precio del mosto fue no tan bajo como se pensaba, Argentina empezó a sumar volumen y en la práctica se convirtió una*

⁷¹ El Fondo Vitivinícola de San Juan nunca se creó. “Las razones deben ser encontradas en una mayor propensión de la industria sanjuanina a la elaboración de mosto (superando incluso el porcentaje estipulado en los acuerdos anuales, lo cual hacía inútil el control del cumplimiento del acuerdo), y en la menor experiencia de asociación público-privada” (Bertranou, 2009: 120).

⁷² Es una “contribución obligatoria que la provincia le impone a los establecimientos inscriptos en el Instituto Nacional de Vitivinicultura en su territorio, de 0,01 (*centavos*) por cada kg de uva que se vinifique, a partir de 1995” (Bertranou, 2009: 118).

alternativa que empezó a funcionar” (entrevista a dirigente del Fondo Vitivinícola Mendoza, 2010).

El Fondo se financia del pago de la contribución obligatoria y de un aporte del Estado provincial en concepto de reintegro global por cargas y contribuciones que gravan a la industria. Con este financiamiento, el Fondo se dedica a la fiscalización de los cupos a la vinificación establecidos por el Acuerdo, a promover el consumo del vino en Argentina -a través de distintas estrategias y acciones de comunicación- y, en menor medida, a incentivar las exportaciones. Entre las principales acciones de promoción llevadas a cabo por el Fondo están las campañas que incentivan el consumo genérico de vino; las capacitaciones en degustación de vinos a público en general; el nombramiento de reconocidos deportistas y artistas como Embajadores del Vino Argentino para la promoción del producto en el mundo; la promoción de actividades artísticas como el evento “Música clásica por los Caminos del Vino”; la creación y mantenimiento de un viñedo en el Aeropuerto de Mendoza (El Plumerillo); la funcionalización y mantenimiento de la Enoteca Giol, en el Centro de Exposiciones; la realización de estudios; análisis de medidas arancelarias externas, etc. (Bertranou, 2009).

Según dirigentes de las cámaras empresariales, la idea de este acuerdo provino del sector privado en el contexto de fuertes desequilibrios entre la producción y el consumo. De acuerdo a datos del INV, la elaboración de vinos en Argentina había variado de 20 millones de hectolitros en 1989 a 18 millones de hectolitros en 1994 y el consumo *per cápita* había caído de 56 a 43 entre los mismos años⁷³. Así para uno de nuestros entrevistados, el Acuerdo surge ante la necesidad de buscar una regulación nueva respecto a todo lo que se había probado anteriormente.

“Entonces dijimos: ‘bueno, realmente ¿cuántos vinos hacen falta para abastecer el mercado?, sumando el mercado interno y exportaciones: tanto’. ‘Bueno, vamos a llegar a un acuerdo donde nosotros no vamos a destinar más uva a vino de la necesaria, el resto va a ir a mosto, y esto va a ser un acuerdo privado que lo vamos a tratar de armar institucionalmente, entonces, o sea se acabó el subsidio, o sea un sistema de autorregulación’, ¿por qué? Porque la otra era dejar que esto muriera y bueno, ahí van a quedar 200.000 hectáreas menos y se van a morir un montón, ¿viste?...” (Entrevista a dirigente de UVA, 2010).

Ante la presión de los sectores exportadores, reglamentaciones posteriores atendieron la promoción de las exportaciones, como otra forma de ampliar el destino de la

⁷³ Vale aclarar que la vitivinicultura posee una característica particular: la vid por ser un cultivo perenne posee una alta rigidez, por lo cual no puede ajustarse la producción o ser reemplazada por otro cultivo, rápidamente.

producción, en vez de implementar las históricas propuestas de regular la cantidad producida. Como consecuencia se estableció un crédito compensatorio para aquellos establecimientos que exportaran y que no hubieran cumplimentado total o parcialmente la pauta diversificadora⁷⁴. Precisamente esta reglamentación se estableció en 2002, cuando comenzaron a crecer fuertemente las exportaciones de vino.

De la misma forma, en 2007 y 2008 el Gobierno aprobó -a través de dos decretos (324/07 y 406/08)- la compensación del sobrante de elaboración de mosto en relación con la cuota obligatoria de determinados establecimientos vitivinícolas, con los déficits registrados en establecimientos que elaboran y fraccionan variedades no convenientes por su calidad para mosto o que resultan apropiadas para exportaciones de vino fraccionado (Bertranou, 2009). Es decir, que se agregó una excepción para el caso de establecimientos vitivinícolas que elaboran vino con variedades de uvas no convenientes para mosto o apropiadas para exportaciones de vino fraccionado, los cuales no se encuentran obligados a producir mosto, compensándose la cuota con aquellos establecimientos que elaboran mosto por encima de lo pautado. De esta forma, “se congenian el respeto global a la pauta diversificadora establecida por las Provincias de Mendoza y San Juan, y la promoción y protección de la producción de uvas finas, proclives a una mayor colocación en el exterior” (Bertranou, 2009: 123). La aprobación de estas nuevas normativas fue consecuencia, en parte, de la presión ejercida por los sectores dedicados a la elaboración de vinos finos.

La administración del Fondo Vitivinícola está a cargo de un Consejo integrado por ocho miembros del sector privado designados por el Poder Ejecutivo a propuesta de las entidades representativas; un representante del gobierno provincial y un síndico designado por el Poder Ejecutivo (Bertranou, 2009). Del Fondo participan entidades empresariales como UVA; ACOVI; la Cámara de Fabricantes y Exportadores de Mosto; la Asociación de Viñateros de Mendoza; las Cámaras de Agricultura, Industria, Comercio y Ganadería de Tupungato, de San Rafael, de General Alvear, y de Tunuyán; la Cámara Empresaria de Rivadavia y el Gobierno de Mendoza. En cambio, no forman parte de este organismo, Bodegas de Argentina y el Centro de Viñateros y Bodegueros del Este. Si bien esta última entidad participó inicialmente del Fondo, lo abandonó en 2009, por no coincidir con las formas de hacer publicidad genérica del vino, en tanto sostenían que sus asociados necesitaban publicidades que enfatizaran la región de

⁷⁴ Cada año el Consejo de Administración del Fondo Vitivinícola establece cuánto se considerará como litro diversificado (es decir, destinado a mosto) por determinada cantidad exportada.

origen de su vino (el Este). Igualmente, siguen estando de acuerdo con el establecimiento de la cuota mínima de elaboración de mosto. En cambio, Bodegas de Argentina no participó nunca de este Fondo, entre otras razones, por disentir con el establecimiento de dicha cuota. Cabe recordar que las empresas que forman parte de esta entidad se dedican mayoritariamente a la producción de vino fino y a la exportación, por lo que consideran que elaborar mosto con uvas de alta calidad no es rentable para estas empresas. Si bien las reformas posteriores al Acuerdo, dieron lugar a la exención del cumplimiento de la cuota de mosto en el caso de las empresas exportadoras o a las que se dediquen sólo a vinos finos, Bodegas Argentinas sigue oponiéndose a esa normativa.

Algunos de los entrevistados pertenecientes a organizaciones como la UVA o ACOVI destacaron que a través del Acuerdo y del accionar del Fondo se logró limitar la oferta pero fundamentalmente señalaron la importancia de contar con un ente que por primera vez –aunque aún de manera incipiente– comienza a ocuparse del consumo y la demanda.

Otro efecto significativo del Acuerdo es el crecimiento de la producción de mosto, lo que además de diversificar productos y mercados, benefició a un sector específico de la burguesía vitivinícola: los empresarios dedicados a la concentración y exportación de mosto.

En el cuadro 7.1 presentamos el presupuesto del Fondo Vitivinícola para el período 2004- 2008. Allí es posible observar la importancia de los aportes del Estado provincial⁷⁵, los que han sido siempre mayores al proveniente del sector privado a través de la contribución obligatoria. Así, si bien para la regulación de la actividad no han sido fundamentales los aportes del estado, para el funcionamiento del Fondo sí.

⁷⁵ Como ya mencionamos, el Estado provincial realiza estos aportes al Fondo Vitivinícola Mendoza en concepto de reintegro global por cargas y contribuciones que gravan a la industria.

Cuadro 7.1. Presupuesto del Fondo Vitivinícola de Mendoza. Años 2004-2008 (en pesos corrientes).

Concepto	Años				
	2004	2005	2006	2007	2008
Ingresos					
Por contribución Ley 6216	1.383.191,0	574.732,9	611.609,0	327.532,1	578.951,2
Por intereses financiación planes de pago	108.384,3	131.113,6	84.155,3	61.339,1	63.895,1
Por compensación Prov. De Mza.- Ley 6216	1.510.826,3	705.846,6	695.773,2	393.597,7	622.668,4
Otros ingresos	19.659,1	18.145,7	35.838,1	30.231,0	54.456,0
Aporte no reintegrable Provincia de Mendoza				400.000,0	420.000,0
Total ingresos	3.022.060,6	1.429.838,9	1.427.375,6	1.212.699,8	1.739.970,6
Egresos					
Administración Ley 6216	502.191,7	668.641,0	525.465,2	638.177,3	806.479,1
Promoción	490.647,8	653.270,9	513.386,3	296.896,2	305.899,1
Enoteca	104.409,5	139.015,6	109.248,2	229.317,7	321.489,0
Proyecto Calidad					4.951,3
Gastos financieros	38.096,6	50.723,5	39.862,1	36.867,3	18.481,8
Total gastos	1.135.345,6	1.511.651,0	1.187.961,8	1.201.258,4	1.457.300,3
Unidad ejecutora COVIAR- Vino Argentino ⁷⁶			7.487.737,7	7.250.199,1	7.879.510,9

Fuente: Bertranou, 2009 en base a datos del Fondo Vitivinícola Mendoza.

En la actualidad, la vigencia del Acuerdo Mendoza-San Juan y las acciones del Fondo Vitivinícola de Mendoza suscitan nuevas controversias, que si bien no se reflejan en las

⁷⁶ En el apartado sobre la Corporación Vitivinícola Argentina de este capítulo explicaremos qué significa que el Fondo Vitivinícola participe como Unidad Ejecutora.

posiciones públicas de los referentes de las distintas cámaras, fueron planteadas en las diferentes entrevistas mantenidas a lo largo de esta investigación.

La cuestión de la contribución obligatoria para quienes no destinan un porcentaje mínimo de su uva para mosto, sigue siendo controversial, más allá de las diferentes “correcciones” y exenciones que se dieron frente al descontento y presión de los exportadores y productores de vinos finos. Estos sectores siguen estando en desacuerdo con la existencia de la ésta; argumentan que la misma representa una potencial limitación a la inserción productiva en el mercado interno de quienes producen vinos finos. Del mismo modo, varios de los bodegueros entrevistados plantean que el Acuerdo desincentiva la producción de variedades, lo que en su opinión, implica crecientes limitaciones para el aprovisionamiento de estas uvas en el futuro.

Otro eje controversial se relaciona con las “distorsiones” que el Acuerdo introduce ya no solo en el mercado del vino sino también en el del mosto. Según uno de nuestros entrevistados,

“tenemos productores que derivan su uva ahí por una ley, por una obligación pero que no están produciendo en forma eficiente, es decir, hoy una industria del mosto podría ser sustentable y eficiente si tuviera materia prima de productores que estuvieran produciendo entre 350, 400 o más quintales por hectárea, en donde lo que se tiene que producir es azúcar, hoy si esos productores, si esos 8.000 que te digo, estuvieran produciendo eso, y para mosto, que no pudieran decir, bueno, ahora no me conviene el mosto, me mando al vino y producen una distorsión en el vino, si ellos estuvieran, a lo mejor hoy tendríamos una industria del mosto mucho más competitiva, una cantidad de productores estarían insertos dentro de una vitivinicultura sustentable...” (Entrevista al gerente de una empresa transnacional, 2010).

Quienes más fuertemente apoyan el Acuerdo son los sectores de la burguesía vitivinícola que venden en el mercado interno; entre ellos, se encuentra el sector cooperativo integrado a FECOVITA, que no se ve perjudicado por la cuota ya que la Federación la distribuye entre las cooperativas cuyos asociados producen por debajo y por encima de la misma.

Sin embargo, también existen algunas disidencias de los sectores de la burguesía vitivinícola que venden en el mercado interno con las acciones de promoción del Fondo⁷⁷. Reclaman así que el Fondo sólo realiza promoción de vinos finos en botella, por lo cual no son favorecidos quienes venden a granel y consideran que esa situación no se refleja en los aportes al Fondo que se financia principalmente del cobro por la no

⁷⁷ Disidencias que surgen de visiones sobre acciones del Fondo Vitivinícola que no siempre coinciden con lo que esta entidad, realmente, realiza.

diversificación. Proponen en este sentido que la integración de fondos de la entidad se modifique, con un mayor aporte de las bodegas que embotellan y del cálculo de la contribución obligatoria a partir de lo exportado.

7. 4. A modo de síntesis

La intervención del Estado (nacional y provincial) tiene una larga historia en la actividad vitivinícola. En cada momento histórico, y ciertamente también en las últimas dos décadas, la intervención del Estado está en la base de las transformaciones que hemos analizado a lo largo de esta tesis, y en el fortalecimiento o debilitamiento de los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola.

Dicha intervención se ha hecho visible, por un lado, en los marcos normativos que han regulado la producción y la comercialización de uvas y vinos, así como también de aquellas leyes que han tenido un mayor alcance al fijar la orientación general del modelo de acumulación (por ejemplo, las referidas a la desregulación de las actividades económicas).

Por otro lado, la intervención del Estado también tiene lugar a través de la formación de distintas instituciones provinciales. Creadas a partir de los años de 1990, estos diversos entes (la mayoría mixtos), con fuerte presencia estatal, cubren una amplia variedad de objetivos y por tanto, de intereses sectoriales. Todos incluyen como beneficiarios a los actores de la vitivinicultura aunque, a excepción del Fondo Vitivinícola, tienen una población objetivo más amplia. De hecho, salvo en el caso del Fondo Vitivinícola⁷⁸, los empresarios vitivinícolas no participan de estos entes a través de sus organizaciones gremiales-empresariales sino que lo hacen como socios directos con sus empresas o integrando cámaras departamentales que abarcan a varias actividades económicas. En todo caso, lo que hacen las organizaciones gremiales vitivinícolas es difundir, colaborar, facilitar el acceso a las convocatorias que realizan desde estos entes, los cuales, según se puede observar en los proyectos que desarrollan, están enfocados principalmente a las pequeñas y medianas empresas industriales y a pequeños productores de uva.

Con la creación del Fondo Vitivinícola se institucionaliza una nueva forma de accionar del empresariado en el ámbito público-estatal. En efecto, en este Fondo, las cámaras participantes poseen un poder de decisión importante en el diseño e implementación de

⁷⁸ Vale aclarar que el Centro de Viñateros y Bodegueros del Este participa del Instituto de Desarrollo Rural.

las acciones que se llevan a cabo desde esta institución. Por las acciones promocionales y los sectores que están implicados, tanto el Fondo como el Acuerdo Mendoza-San Juan parecen haber favorecido fundamentalmente al sector de la burguesía vitivinícola identificado con las empresas que elaboran vinos comunes para el mercado interno así como al sector cuyas empresas se dedican a la concentración y exportación de mosto. Esto se ve, especialmente, en el tipo de campañas que ha realizado el Fondo, en el control de la oferta de vino en el mercado interno para evitar la sobreproducción y en las cámaras con mayor involucramiento en esta institución (UVA, Cámara de Concentradores y Exportadores de mosto y ACOVI). De todas formas, los ajustes al Acuerdo, como las compensaciones por las exportaciones, permiten plantear, por un lado, que la relación entre los distintos sectores de la burguesía y el Estado no adquiere un único sentido. Por otro lado, las referencias recogidas en las entrevistas realizadas a la burguesía “internacionalizada” y a aquella que produce vinos de calidad, permiten plantearse el interrogante acerca de la medida en que, más allá de las opiniones que expresan, para ellas también el Acuerdo en ciertas coyunturas, ofrece condiciones que contribuyen a sostener sus estrategias de acumulación (como el sostenimiento de la producción de uva, en una actividad en la cual no todas las empresas apuestan a la integración vertical directa).

En definitiva, la década de 1990 aparece como un momento de transición en la relación de la burguesía vitivinícola con el Estado, particularmente a nivel del Estado provincial. En tal sentido, es posible plantear que el establecimiento del Acuerdo y la creación del Fondo Vitivinícola sirvieron como antecedentes de la emergencia de nuevas modalidades de vinculación que se cristalizarían en la década siguiente con la propuesta y el diseño del Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) y la conformación de la COVIAR.

CAPÍTULO 8. LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE UN ÁMBITO ESPECÍFICO DE ARTICULACIÓN DE LA BURGUESÍA VITIVINÍCOLA CON EL ESTADO: LA CORPORACION VITIVINÍCOLA ARGENTINA

En este capítulo nos centraremos en la conformación de la Corporación Vitivinícola Argentina y sus principales características. El foco en esta institución permitirá dar cuenta de cambios en las lógicas de representación político-gremial por parte de la burguesía; en efecto, la COVIAR refleja –y es producto de– una suerte de abandono (aunque no, ciertamente, de manera definitiva) de la lógica de la representación por “sector” (los del Este, los exportadores, los productores de mosto, etc.) y la emergencia de la construcción y preservación de la “unidad” del conjunto de los sectores. El material de campo en torno a esta institución, nos remitió de manera constante a la idea de “unidad”, de “consenso” entre los diferentes sectores, a pesar de reconocer sus diferencias internas. Al profundizar en esa apelación al “consenso” por parte de muy diversos entrevistados –y luego de entender que no se trataba meramente de una formalidad en el marco de una entrevista– fuimos comprendiendo que éste aludía a una nueva manera en que los diferentes sectores de la burguesía se relacionaban entre sí y con el Estado.

En tal sentido, como argumentaremos en este capítulo, el consenso y la unidad en las posiciones –como veremos, supone una verdadera construcción en palabras de los propios sujetos– son dos elementos que han permitido a la burguesía actuar como “corporación” frente al Estado, lo cual parece haber fortalecido en su capacidad de demanda al sector en su conjunto. Ahora bien, ¿por qué la lógica de la unidad y el consenso aparece como un rasgo relevante en estos años, desplazando el conflicto entre organizaciones empresariales? Nuestra hipótesis es que, entre otros factores, hay que prestar atención al tipo de intervención que el Estado privilegió en las últimas décadas, a partir de formas de articulación público-privadas, y que en el caso de Mendoza no se constituyeron por “producto” o cadena de valor, sino orientándose hacia un tipo de empresa específica más allá de su rubro de actividad –las pequeñas y medianas– o de manera general al conjunto de sectores de actividad. En ese marco, reafirmar la centralidad de la vitivinicultura para la provincia, parecer haber requerido de nuevas formas de posicionarse ante el Estado.

Una hipótesis a considerar –que abordaremos en este capítulo a partir del análisis de la distribución de recursos y proyectos desarrollados por la COVIAR– es que la necesidad

de consenso para presentarse como “unidad” en el ámbito público estuvo motorizada por los sectores de la burguesía vinculados a los capitales locales y nacionales, ante el posible avance de grandes empresas (especialmente, transnacionales) en la negociación con el Estado, que las relegaría en esa relación.

A partir de entrevistas a propietarios y gerentes de bodegas y de cámaras empresariales y a informantes calificados; de documentación institucional de las diferentes organizaciones vitivinícolas; de material periodístico; y de la recopilación de leyes y decretos, en este capítulo abordaremos el surgimiento de la COVIAR, su organización y objetivos, la distribución de su presupuesto y el proyecto más importante que está llevando a cabo: “Proyecto de Integración de Pequeños Productores a la Cadena Vitivinícola”.

8.1. El surgimiento de la COVIAR

Como hemos analizando en el capítulo anterior, con el Acuerdo Mendoza-San Juan se había logrado articular a parte de las organizaciones empresariales de la vitivinicultura y los gobiernos de Mendoza y de San Juan, y establecer una nueva forma de regulación regional. Pero el Acuerdo encerraba una paradoja: en la medida en que se avanzara en el objetivo de diversificar la producción y los mercados (por la elaboración de mosto o por las exportaciones), menos empresas pagarían la contribución obligatoria. En otras palabras, el “éxito” del Acuerdo implicaba que el Fondo Vitivinícola de Mendoza tuviera una recaudación decreciente, y por tanto contara con menos financiamiento para la promoción del consumo interno, el cual había seguido cayendo a lo largo de la década de los '90.

Paralelamente, otros países como Australia, Chile, Sudáfrica y casi todos los países llamados del “Nuevo Mundo Vitivinícola”⁷⁹, habían comenzado a organizar su producción a partir del diseño de sus respectivos planes estratégicos con un horizonte de largo plazo. Estos factores impulsaron localmente la necesidad de hacer lo propio, superando el alcance (regional y de corto plazo) del Acuerdo, mediante una política sectorial nacional que incluyera a todas las provincias vitivinícolas, sus gobiernos y al gobierno nacional. Además, respecto a la estructura vitivinícola interna “se veía cómo las inversiones extranjeras, orientadas a la producción de vinos de mayor calidad enológica, cambiaban el escenario de empresas locales, mientras persistían sectores de

⁷⁹ Los cuales incluye a Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile y Argentina.

escasa rentabilidad provenientes de la producción de uvas de baja calidad enológica y de bodegas sin modernización” (Ruiz y Vitale, 2011: 7)⁸⁰.

De esta forma, la idea del diseño de un plan a largo plazo surgió a fines de 2000, principalmente, entre un grupo de organizaciones empresariales relacionadas con la vitivinicultura que tenían representación en el Consejo Local Asesor⁸¹ de la Estación Experimental Agropecuaria de Mendoza del INTA. En ese marco se sumaron instituciones estatales, algunos de los entes mixtas creados en la década de 1990 y las instituciones del sistema de Ciencia y Técnica (como la Facultad de Ciencias Agrarias y Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo). Desde ese marco institucional, se comenzó a diseñar un plan estratégico que sirviera de guía para el desarrollo de la vitivinicultura argentina, teniendo como objetivo el año 2020. El organismo financiador inicial de este proceso de planificación fue el Fondo Vitivinícola de Mendoza, y el INTA se responsabilizó de formar un equipo de trabajo interinstitucional, que se encargó de los aspectos técnicos del plan (Ruiz y Vitale, 2011).

Una vez definido, el Plan Estratégico Vitivinícola 2020 fue presentado ante los legisladores de las provincias vitivinícolas para su posterior elevación al Congreso Nacional. Las cámaras empresariales tuvieron un activo rol en la difusión y presentación del PEVI ante los poderes políticos provinciales. Es interesante señalar que en esta instancia, el sector privado “informó” a los legisladores sobre el contenido del Plan, sin dar lugar a sugerencias o modificaciones por parte de aquellos: *“un día juntamos a todos los legisladores de las provincias vitivinícolas, y ‘mirá muchachos, éste es el plan’, empezaron ‘que le cambio esto, que le cambio aquello’ y le dijimos*

⁸⁰ Brevemente, podemos caracterizar a la actividad vitivinícola en el momento en que se está comenzando a pensar el PEVI de la siguiente forma. La elaboración de vino (con algunos vaivenes) durante la década de los '80 se había contraído un 45%; para en la década siguiente seguir disminuyendo pero en mucha menor medida: 9%. Las bodegas inscriptas en Mendoza pasaron de ser 1248 en 1990 a 813 en 2000. De igual forma la superficie implantada con vid en Mendoza, disminuyó un 37% entre 1980 y 1990, tendencia a la baja que continuó en la década siguiente pero mucho más atenuada, ya que la disminución que se registró entre 1990 y 2000 fue de 4% (datos INV). Si bien en 2000, en despachos de vinos autorizados para el consumo, los vinos de mesa representaban el 68% y el 53% de los ingresos, los vinos finos había aumentado notablemente el peso en la industria tanto en cantidades como en ingresos: pasaron de representar el 17% en 1991 del total de vinos autorizados para consumo a representar el 30% y en ingresos sufrieron una evolución similar, pasando de representar el 5,4% en 1991 a significar el 32,5% en 2000. En cuanto a los mostos, el porcentaje sobre la producción total de productos vitivinícolas (vinos y mostos) había aumentado desde el Acuerdo Mendoza-San Juan, alcanzando en el 2000 casi el 26% (datos INV). Por último, en cuanto a la orientación del mercado, las exportaciones (entre vinos y mostos) representaban el 42% del total de ingresos del sector vitivinícola (DEIE, 2010).

⁸¹ Los Consejos son ámbitos de participación de algunas organizaciones de la sociedad sobre las actividades de la institución y están integrados por representantes de los diferentes sectores involucrados en la actividad agropecuaria de la región.

'mirá, si Uds. cambian algo, se rompe el acuerdo'' (Entrevista a Gerente de cámara empresarial, 2010).

Finalmente, el proyecto fue presentado con la firma de los diez diputados nacionales por Mendoza, junto a tres diputados nacionales de otras provincias vitivinícolas ante el Congreso Nacional. Mediante la Ley Nacional 25.849 (sancionada en diciembre de 2003 y promulgada de hecho en febrero de 2004), se creó la COVIAR, como persona jurídica de derecho público no estatal, a cargo de la implementación del mencionado Plan Estratégico. Entre las principales funciones otorgadas a la COVIAR figuran la selección y evaluación de proyectos, y la administración de los recursos recaudados para financiar acciones alineadas con los siguientes objetivos estratégicos: 1) posicionar los vinos varietales argentinos en los mercados del Norte, 2) desarrollar el mercado latinoamericano y reimpulsar el mercado argentino de vinos, y 3) apoyar el desarrollo de pequeños productores de uva y su integración al negocio vitivinícola. Estos objetivos reflejan el interés en promover el crecimiento de la demanda así como por mejorar los sistemas de producción de los agricultores, en particular, de aquellos con escasos grados de articulación con el sector bodeguero.

Según el decreto 1191/04 de reglamentación de la Ley por la cual se creó la COVIAR, este organismo se debe regir por normas del derecho público respecto a la determinación y recaudación de sus recursos. En cuanto a las restantes funciones y facultades, se aplican las disposiciones del derecho privado. Su órgano de gobierno es el Directorio de Representantes, en el cual el sector privado tiene mayor peso que el estatal: de las diecisiete instituciones que conforman su directorio, doce pertenecen a entidades empresarias (Bodegas de Argentina, UVA, Centro de Viñateros y Bodegueros del Este, Cámara Argentina de Fabricantes y Exportadores de Mosto, Cámara de Productores Vitícolas de San Juan, ACOVI, Cámara Riojana de Productores Agropecuarios, Asociación de Viñateros de Mendoza, Cámara de Bodegueros de San Juan, Cámara Vitivinícola de San Juan, Productores de Uvas de Mesas y Pasas, y un representante de las demás provincias vitivinícolas) y cinco al sector público (INV, INTA, Gobierno de Mendoza, Gobierno de San Juan y Gobierno de La Rioja). Además, vale destacar que desde su formación las principales autoridades han estado asociadas a los sectores de pequeños y medianos productores y al sector cooperativo⁸².

⁸² Las primeras autoridades de la COVIAR (que asumieron a fines de 2004) fueron Eduardo Sancho (representante de ACOVI) como presidente y José Molina (Productores Vitícolas de San Juan) como vicepresidente primero. Luego, a fines de 2007 se eligieron nuevas autoridades, aunque finalmente sólo

La Corporación inició sus actividades en 2005 imponiendo una contribución obligatoria a los establecimientos vitivinícolas, excluyendo a los que actuaban solamente en la producción primaria. En tal sentido, las cámaras que participan en la COVIAR consideran que las acciones de este organismo son financiadas por el propio sector privado. Sin embargo, la Ley 25.849 menciona específicamente los aportes que pudieran realizar las provincias productoras (“*que al efecto asignen*”) para el desarrollo de la vitivinicultura, y más aún señala que estos serán “*equivalentes a los montos que efectivamente se recauden del sector privado por la contribución instituida*” por la misma ley. La Corporación también puede recibir otros recursos, de los Estados nacionales o provinciales, o de organismos y agencias de asistencia financiera, estatales o privadas. De hecho, como se puede apreciar en el cuadro 8.1, el aporte total del sector público desde 2005 ha sido en conjunto apenas menor al realizado por el sector privado.

Cuadro 8.1. Financiamiento del Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020 (en dólares).

Año	Sector privado	Sector público
2005	6.269.186	1.054.724
2006	6.156.208	1.659.194
2007	7.292.663	904.179
2008	8.256.993	2.127.927
2009	8.409.350	1.799.562
2010	10.708.657	17.336.734
2011 y enero 2012	*13.033.637	*28.124.316
Total	*60.126.694	*53.006.636

* estimado

Fuente: elaboración propia en base a datos publicados en Documento Institucional 2012 de la COVIAR (<http://vitivinicultura2020.com.ar>).

8.2. Las principales demandas empresariales y la toma de decisiones a partir del “consenso”

La COVIAR ha canalizado parte importante de las demandas de la burguesía vitivinícola al Estado (especialmente al nacional), obteniendo respuestas relativamente satisfactorias. Entre las más relevantes pueden mencionarse: a) la gestión de un crédito

fue un cambio de puestos ya que José Molina fue elegido presidente y Eduardo Sancho vicepresidente primero. A principios de 2011 se debían renovar, una vez más, las autoridades de la Corporación, quedando seleccionados Lorenzo Capece (Cámara Riojana de Productores Agropecuarios) presidente y José Molina vicepresidente primero.

del Banco Interamericano de Desarrollo para un proyecto asociativo de pequeños productores (que más adelante desarrollaremos); b) la baja de las retenciones a la exportación de productos vitivinícolas; si bien este pedido no fue aceptado por el Estado nacional, las cámaras empresariales lograron que se devolviera la mitad de los fondos recaudado por el Estado nacional a través de las retenciones a los gobiernos provinciales, los que los asignan a la actividad con la intervención de la COVIAR; c) líneas de crédito subsidiadas para pequeños productores de uvas, a partir de convenios con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y del Banco Nación (con el programa PRODER); y d) el desarrollo de acciones para la promoción del vino como bebida nacional, con la promulgación del Decreto 1800/2010. Entre los argumentos que las cámaras empresariales lograron instalar para fundamentar el Decreto, se destacan la historia de esta bebida en el país, las transformaciones iniciadas en la actividad con la orientación de la producción a los vinos de calidad, la internacionalización de la actividad, la conformación de la COVIAR y la articulación entre los sectores públicos-privados, así como la importancia regional de la vitivinicultura en términos de la generación de empleo directo e indirecto.

Pero además de demandar medidas al Estado, la COVIAR busca desarrollar prácticas “propositivas” a partir del tratamiento de proyectos tendientes al logro de los objetivos planteados en el en el Plan Estratégico Vitivinícola. Este rasgo ha permitido a las cámaras empresariales cimentar una imagen pública que busca resaltar su capacidad de orientar una estrategia de desarrollo de la vitivinicultura –y en ese sentido, vale subrayar la importancia que adquieren los proyectos destinados a pequeños productores-, ligándola a su centralidad para las economías regionales. De tal forma, a través de espacios como la COVIAR la burguesía vitivinícola busca presentarse como un sujeto que tiene intereses más amplios –el crecimiento de las economías provinciales– que los sectoriales. De hecho, la COVIAR ha sido considerada un modelo para otras industrias, de trabajo consensuado y conjunto para planificar el desarrollo a largo plazo⁸³ (Bocco *et al.*, 2007).

En ese contexto, la capacidad de actuar por “consenso” contribuye a su legitimación simbólica. Como hemos destacado anteriormente, a lo largo del trabajo de campo y del análisis del vasto material recopilado, la cuestión del “consenso” como práctica institucional al interior de la COVIAR, llamó nuestra atención. En efecto, todos los

⁸³ Uno de los casos en donde se señaló a la COVIAR y al PEVI como “un modelo de integración y consenso del sector, con su mirada estructural a largo plazo” fue en el Coloquio de IDEA de 2010.

representantes de cámaras empresariales entrevistados destacaron que las decisiones al interior de la COVIAR se toman a través del “consenso”, ya que no hay un sistema de voto, lo que implica que todos tienen que estar de acuerdo en las decisiones que se toman. ¿Cómo se construyen los consensos? ¿Qué lo habilita y por qué parece ser una práctica positivamente significada por sujetos con intereses no solo diferentes, sino a veces incluso antagónicos? ¿Qué disputas obtura? Y en tal caso, ¿entre quiénes? ¿En qué medida el consenso constituye una suerte de estrategia de presentación de unidad hacia los interlocutores externos?

Ciertamente, existen elementos que ponen, en cuestión esta idea de consenso y unidad, lo que hace que la misma deba ser indagada, no tanto en su “realidad” sino en el sentido que adquiere para los propios involucrados, no solo en términos discursivos, sino particularmente en relación a las prácticas que construyen ese horizonte simbólico.

Como venimos de resaltar, la historia de la Corporación muestra la existencia de diferentes desacuerdos e incluso enfrentamientos. De ello da cuenta el proceso mismo de constitución de la Corporación: en efecto, no todos los sectores de la burguesía habrían estado de acuerdo con la creación de la COVIAR. Según algunos entrevistados, hubo incluso intentos de veto de la ley que le dio origen, por parte de las grandes empresas que estaban acostumbradas a “*moverse por otros lados*”, es decir, al ejercicio de “prácticas de influencia directa (lobby)” (Castellani, 2007: 17).

“Entonces sacar esa ley, bueno obviamente hubo intereses que antes se sentaban directamente con los poderes de turno de la propia industria vitivinícola y que ahora, se rompía ese eje y aparecían viñateros, riojanos, salteños, mosteros, todos sentados en una mesa, acordando políticas y se logró la ley en tres meses, y ahí se formó la Corporación Vitivinícola Argentina, o sea un hecho inédito, muy complejo porque no es un mar de rosas, porque hay intereses económicos, políticos, también a la propia política entre comillas es un hecho nuevo, porque el poder pasa a...no a ‘te doy me das’, no es la mesa de enlace contra el gobierno, el gobierno contra la mesa de enlace, esto no, estamos todos en la misma mesa, es una visión de largo plazo” (Entrevista a dirigente de la COVIAR, 2010).

“Mirá, la Corporación Vitivinícola Argentina ha sido un gran avance desde el punto de vista organizativo e institucional, porque a la mesa antes de la Corporación, venía uno de estos gerentes multinacionales, se iba y hablaba con el Ministro de Economía, porque ¿viste? quién lo va a dejar de recibir ¿viste? y asumían la representatividad de la industria, decían: ‘bueno mira, que hay que hacer esto...’. Hoy, habiendo esta mesa institucional, nadie en el gobierno nacional ni el provincial ni en la relación con Cancillería toma decisiones que van a ser consultadas en el sector privado, sin pasar por la mesa de la Corporación” (Entrevista a dirigente de la COVIAR, 2010).

Asimismo, si bien son pocos los conflictos que se han hecho públicos desde su formación, pudimos registrar algunos: en 2009, el Centro de Viñateros y Bodegueros del Este se opuso al aumento de la alícuota, a la que consideraban un costo sin retorno (Los Andes, 17 de octubre de 2009) y en 2010, la Asociación de Viñateros Independientes (de San Juan) acusó a la COVIAR de extorsionar a los productores, mediante un convenio a diez años por la venta de la uva (Diario de Cuyo, 28 de junio de 2010). Otro eje de controversias fue la discusión de un proyecto presentado al Congreso Nacional por un legislador de San Juan, que establecía la prohibición de implantar nuevos viñedos. Al respecto, un entrevistado nos comentaba, *“era muy crítico, porque algunos estaban con la libertad de mercado total, y los otros estaban con el cierre de mercado total. Y llegamos a una cosa lógica, creo, después de varias discusiones, decir, ‘bueno, miren no prohibimos la implantación de viñedos, pero sí que el Estado no promocióne la implantación de nuevos viñedos’”* (Entrevista a dirigente de COVIAR, 2010). De esta forma, la solución encontrada buscaba introducir pautas más flexibles en relación a la ampliación de la producción de uva, respecto de los cambios en el mercado y en los niveles de demanda.

Por otra parte, si analizamos lo que representa la COVIAR para aquellos que no participan directamente de la entidad (los propietarios, gerentes y directivos de los establecimientos vitivinícolas), podemos observar visiones encontradas. En efecto, hay empresas que no integran las cámaras que conforman la COVIAR, pero están igualmente obligadas a hacer el aporte, y por tanto, no se sienten reflejados en las decisiones y proyectos que emprende la Corporación. Algunos bodegueros entrevistados entendían ese aporte a la COVIAR como un impuesto más que deben pagar; inclusive en algunos casos no lo distinguían de otros impuestos nacionales y provinciales. También pudimos registrar visiones diferentes e incluso contradictorias en relación a lo que es la COVIAR y las acciones que lleva a cabo. A modo de síntesis, los entrevistados manifestaron: a) acuerdo con las actividades de promoción de las exportaciones que desarrolla la COVIAR; b) acuerdo con el importante apoyo que se da al sector cooperativo desde la Corporación; c) disconformidad con las propagandas que realiza la Corporación para fomentar el consumo del vino de mesa; d) disconformidad con el fomento desde la COVIAR de las exportaciones de vino embotellado, dejando de lado la venta externa a granel.

Finalmente, en temas coyunturales siguen existiendo diferencias entre las diferentes organizaciones en torno de por ejemplo, el porcentaje de elaboración de mosto o el

pronóstico de cosecha que todos los años hace el INV⁸⁴. Estos temas, en particular la cuestión del porcentaje mínimo de producción de mostos, que enfrentan de manera clara a los distintos sectores de la burguesía (como analizamos en el capítulo anterior) encuentran otros espacios de discusión, es decir, “quedan fuera” del ámbito de incumbencia de la COVIAR. Según manifestaron algunos entrevistados, ello obedece a la importancia otorgada por estos mismos sectores a la COVIAR como un espacio diferenciado de los existentes, donde se puedan trazar políticas de largo plazo para la “actividad”. En otras palabras, el “consenso” implica dejar “fuera” los temas que más claramente iluminan los antagonismos al interior de la burguesía, lo que aparece como necesario para sostener su consideración social como un actor con capacidad dirigencial, que puede pensar en el largo plazo. En tal sentido, el “consenso” es valorizado como una práctica política “moderna” acorde con la emergencia de una burguesía competitiva e inserta en el mundo.

“Entonces lo que la COVIAR aporta es la institucionalidad y el fortalecimiento de ese diálogo, es lo que se ha aportado en el PEVI estos años, porque nos sentamos acá y cuando debatimos sobre temas de mediano y largo plazo, en general, hay acuerdos [...] muchas veces se sientan a debatir el hoy los mismos actores institucionales, pero no en el marco del PEVI, porque como aquí hay muchos más intereses encontrados, en el corto plazo muchas veces no se ponen de acuerdo, para no poner en riesgo el plan estratégico y la COVIAR, esas cosas se debaten afuera” (Entrevista a directivo de la COVIAR, 2010).

Es interesante destacar que las empresas transnacionales y las grandes empresas extranjeras no participan activamente de la COVIAR, no han demostrado interés en involucrarse en las discusiones en su interior o en los problemas que aborda. Para las empresas de origen nacional, esta falta de participación en las instancias corporativas comunes al resto de los sectores de la burguesía es explicada en términos a que “no lo necesitan” ya que por sus características pueden movilizar sus capitales entre países ante situaciones políticas o económicas potencialmente adversas.

“Y una vitivinicultura en donde los grandes inversionistas extranjeros, les da lo mismo que esté o no el PEVI, que esté o no la COVIAR, porque...no sé, digo: pensar en Chandon. Chandon va a seguir siendo lo que es, con PEVI o sin PEVI, porque es una bodega muy grande pero que está aliada a una multinacional de bebidas y alimentos, entonces bueno, su independencia es muy grande. Pero otros sectores...como puede ser el sector cooperativo, como puede, digo...FECOVITA y todas sus cooperativas..., estos pequeños y medianos productores, pequeñas y

⁸⁴ Se pone en cuestionamiento la forma de calcular el pronóstico de la cosecha, y la subestimación de los efectos de las tormentas y la piedra, con el objetivo de bajar el precio de la uva, lo cual favorecería a los grandes bodegueros y tenedores de vino.

medianas bodegas...obviamente no serían lo mismo si no estuviera la COVIAR...o el PEVI” (Entrevista a dirigente de la COVIAR, 2011).

Sin embargo, no importa tanto a nuestro análisis que las empresas transnacionales y extranjeras no “necesiten” de este ámbito, como la necesidad que sí tienen de él los sectores nacionales de la burguesía vitivinícola de generar condiciones institucionales que contribuyan a ser viable su persistencia y/o expansión, distintas de aquellas que existieron en el pasado y que no siempre fueron “exitosas” en este sentido.

8. 3. Principales proyectos desarrollados por la COVIAR

Los proyectos que formula la COVIAR son llevados a cabo por Unidades Ejecutoras, las cuales son entidades públicas o privadas, habilitadas conforme a ley y que, entre otros requisitos, acrediten antecedentes de abordaje en la temática propuesta. Como se puede registrar en el cuadro 8.2, la Unidad que ha ejecutado los mayores montos es la Asociación *Ad-hoc* de pequeños productores (liderada por el sector cooperativo, a través de ACOVI) con más de la mitad del presupuesto total. En segundo lugar, se ubica Vinos de Argentina A.C., asociación formada por las bodegas exportadoras y en tercer lugar, el Fondo Vitivinícola Mendoza, enfocado principalmente al mercado interno y por ende, a la promoción del vino común o de menor diferenciación de calidad.

Cuadro 8.2. Unidades Ejecutoras del PEVI 2020 por Presupuesto total, Solicitado a la COVIAR, Aporte de la contraparte (recursos propios de la Unidad Ejecutora) y aportes de otras instituciones.

Unidades Ejecutoras	Presupuesto total en pesos	Solicitado a la COVIAR	Aporte de la contraparte	Aportes de otras instituciones
Asociación Ad – Hoc Pequeños Productores Vitivinícolas	333.766.204,9	0	0	333.766.204,9
Vinos de Argentina A.C.	115.256.734	51.872.993	62.152.141	1.231.600
Fondo Vitivinícola Mendoza	60.690.514	58.803.490	1.887.024	0
Asociación Ad – Hoc (lidera INTA)	18.503.480	450.000	4.853.480	13.200.000
IDITS y Mendoza Fiduciaria	11.208.200	0	11.208.200	0
INTA	10.811.779	4.635.179	6.176.600	0
Bodegas de Argentina	9.485.820	180.500	9.305.320	0
COVIAR – Entidades Vitivinícolas – Empresas del sector	8.508.725	0	2.637.549	5.871.176
Fundación ProMendoza	5.491.800	0	5.491.800	0
ISCAMEN	3.100.000	0	3.100.000	0
Mendoza Fiduciaria	2.000.000	0	2.000.000	0
AACREA	1.242.320	600.000	642.320	0
Resto*	2.769.337	1.094.538	1.674.799	0
Total general	582.834.913,9	117.636.700	111.129.233	354.068.980,9

*En “Resto” algunas de las unidades ejecutoras que se encuentran son Cámara Argentina de Fabricantes y Exportadores de Mosto de Uva, ACOVI, Cámara de Comercio Exterior de San Juan, Bolsa de Comercio de Mendoza y Unión Industrial Argentina.

Nota 1: de los 53 proyectos que se han realizado o están en ejecución actualmente en el marco de la COVIAR en este cuadro no se ha incluido la información de 7 proyectos por no contar con los datos sobre los montos de su financiamiento.

Nota 2: hay 5 proyectos (cuyas unidades ejecutoras son ACOVI, Gob. De San Juan, Gob. De La Rioja y Bolsa de Comercio de Mendoza) cuyos montos no están especificados, pero cuyo financiamiento está incluido en el proyecto “Programa de Integración del Aglomerado Vitivinícola en la Región Andina (PI-TEC)”, en el cual las Unidades Ejecutoras son COVIAR, Entidades Vitivinícolas, Empresas del sector.

Fuente: elaboración propia en base a datos publicados por la COVIAR en el documento “Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020, proyectos ejecutados, en ejecución y en elaboración”.

Esta distribución es consistente con la asignación del presupuesto según los objetivos estratégicos definidos en la creación de la COVIAR. En efecto, como hemos registrado en el cuadro 8.3, la mayor parte del presupuesto se ha destinado al objetivo de “integración de los pequeños productores a la etapa industrial”. Le sigue en orden de importancia, el presupuesto asignado a proyectos vinculados con el objetivo de aumentar las ventas a los países del norte (Reino Unido, Irlanda, Alemania, Benelux y Escandinavia, América del Norte y Japón) a partir de la venta de vinos de segmentos de precio alto y medio-alto. Los proyectos vinculados al objetivo de impulsar las ventas hacia el mercado nacional y latinoamericano, ocupan el tercer lugar en términos de los

montos utilizados. En este caso, los proyectos impulsan principalmente, las exportaciones y las ventas al mercado interno de vinos comunes y finos, pero de precio bajo a mediano.

Cuadro 8.3. Objetivos (estratégicos y transversales) por Presupuesto total, Solicitado a la COVIAR, Aporte de la contraparte (recursos propios de la Unidad Ejecutora) y aportes de otras instituciones.

Objetivos	Presupuesto total (en pesos)	Solicitado a la COVIAR	Aporte de la contraparte	Aportes de otras instituciones
Estratégicos				
Desarrollo de los pequeños productores de uva para integrarlos al negocio vitivinícola y del jugo concentrado de uva	347.744.194	4.629.847	9.348.142	333.766.205
Posicionamiento de grandes vinos varietales argentinos en los mercados del norte	117.273.995	52.478.493	63.563.902	1.231.600
Desarrollo del mercado latinoamericano y reimpulso del mercado argentino de vinos	77.390.514	58.803.490	18.587.024	0
Transversales				
Investigación y Desarrollo	28.413.105	1.138.580	8.203.349	19.071.176
Turismo del vino	8.960.820	-	8.960.820	0
Jugo concentrado de uva	2.555.560	330.514	2.225.046	0
Programas estratégicos sectoriales	297.950	157.000	140.950	0
Monitoreo y evaluación del plan estratégico argentina vitivinícola 2020	198.776	98.776	100.000	0
TOTAL GENERAL	582.834.914	117.636.700	111.129.233	333.766.205

Nota: de los 53 proyectos que se han realizado o están en ejecución actualmente en el marco de la COVIAR y de los Objetivos Estratégicos o Transversales, en este cuadro no se ha incluido la información de 7 proyectos por no contar con los datos sobre los montos de su financiamiento.

Fuente: elaboración propia en base a datos publicados por la COVIAR en el documento “Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020, proyectos ejecutados, en ejecución y en elaboración”.

8.3.1. El Proyecto de Integración de Pequeños Productores a la Cadena Vitivinícola

Como evidencia el cuadro 8.3, éste es el proyecto más importante que se viene desarrollando en el marco de la COVIAR. Tal como su nombre lo indica, este proyecto está destinado a pequeños productores vitícolas con una superficie total cultivada con viñedos menor o igual a 20 hectáreas, los cuales deben integrarse a grupos asociativos con establecimientos vitivinícolas⁸⁵ que lideren Planes Integrados de Negocios (PIN) por un plazo de 10 años. Cada grupo presenta un PIN, en el que se deben precisar las inversiones a realizar por los pequeños productores y las que prevén realizar el establecimiento líder. Los grupos pueden ser ya existentes o de reciente formación. Uno de los objetivos principales de este proyecto es integrar a este tipo de productores al mercado, mejorar técnicamente sus viñedos, aumentar la protección climática y en los casos que fuera necesario, reconvertir las variedades de uva.

Los fondos de este Proyecto provienen del Banco Interamericano de Desarrollo, los cuales son transferidos por el Estado Nacional a la COVIAR como organismo subejecutor del proyecto (Decreto 158/2009). El Proyecto cuenta con 50 millones de dólares, los cuales deben ser devueltos al BID por el Estado Nacional, y llegan a los productores en forma de subsidios (como aportes no reembolsables). Estos aportes pueden cubrir hasta el 50% del PIN presentado, debiendo el grupo aportar el 50% restante. Este último se integra con el valor de la mano de obra aportada por los productores para llevar a cabo las inversiones previstas y aportes de capital propio, o provenientes de otras líneas de financiamiento a las que puedan haber accedido los productores o el establecimiento líder.

Asimismo, este Proyecto recibe parte de los fondos de la devolución que realiza el Estado Nacional del 50% de lo recaudado por aranceles a la exportación del sector vitivinícola (vino y mosto) que es del 5%. Esta devolución fue de 54 millones de pesos (por año) en 2009 y en 2010.

Según nuestros entrevistados, el sector cooperativo, vinculado a la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas y a FECOVITA, fue quien impulsó en gran medida este Proyecto. Los datos referidos a la ejecución presupuestaria lo corroboran: como se observa en el cuadro 8.4, los grupos asociativos vinculados al sector cooperativo de

⁸⁵ Los cuales pueden ser bodegas elaboradoras de vinos y/o mostos, trasladistas o fraccionadoras; galpones de empaque de uvas; secaderos; concentradoras de mosto o comercializadoras de productos vitivinícolas.

Mendoza representaron el 40% del total de grupos participantes, y el 52% del total de pequeños productores. En tal sentido, cabe destacar, por su importancia en el mercado interno e incluso externo, el lugar que logra el sector cooperativo.

Cuadro 8.4. Grupos asociativos participantes del “Proyecto de Integración de Pequeños Productores a la Cadena Vitivinícola” por cantidad de grupos, productores admitidos, aportes no reembolsables (ANR) aprobados, contraparte (aporte del grupo asociativo) e inversión total según región y/o sector (al 31 de agosto de 2011).

Región y/o sector	Cantidad de grupos	Pequeños productores admitidos	ANR aprobados (en U\$S)	Contraparte (en U\$S)	Inversión Total (en U\$S)
Totales Mendoza no cooperativas	21	378	5.684.568	9.286.771	14.971.339
Totales Mendoza cooperativas	26	768	11.170.227	18.462.499	29.632.726
Totales San Juan	10	200	3.027.112	5.629.236	8.656.348
Totales La Rioja y Noroeste	8	119	1.425.983	4.580.473	6.006.457
Totales	65	1.465	21.307.890	37.958.980	59.266.870

Fuente: elaboración propia en base a datos publicados por la COVIAR en el documento “Vinculación con los sectores productivos- Cadenas de valor” (<http://www.vinculacion.uncu.edu.ar/upload/coviar.pdf>).

Desde la COVIAR se espera llegar, al final de los 5 años de ejecución de este proyecto, a 3.500 productores de uva, aunque se estima que los que se encuentran en una “situación de vulnerabilidad” son alrededor de 11 mil productores. En las entrevistas realizadas a quienes están involucrados en la dirección de este Proyecto, se destaca que el objetivo principal no es lograr la mayor cobertura sino contar con una suerte de “caso testigo” exitoso en relación con los beneficios de la integración agroindustrial, para los productores más pequeños.

Ahora bien, ¿cómo comprender la centralidad de este Proyecto en el marco de una Corporación en la que participan las cámaras empresariales, cuyos miembros están lejos de las situaciones de vulnerabilidad que caracterizan a la población objeto del mismo? En este punto, cabe subrayar la importancia que el desarrollo de este tipo de mecanismos de integración tiene para las empresas. En efecto, a través de fondos aportados por créditos garantizados por el Estado Nacional, se fomenta la reconversión de viñedos y la introducción de mejoras tecnológicas, transformaciones que son requeridas y valorizadas por las empresas que actúan en la etapa de la elaboración de vinos y mosto. De tal forma, a partir de un proyecto capaz de concitar diversos apoyos y construir legitimidad en torno al accionar de la COVIAR, la burguesía vitivinícola logra

consolidar sus estrategias de integración sin cargar con los costos de financiar el mejoramiento o cambio de variedades, como sucede en los esquemas típicos de agricultura de contrato, donde las empresas, además de pactar con el productor la entrega de una determinada cantidad de producto, promueven mediante diferentes mecanismos financieros y de asesoramiento técnico, la adecuación de calidades y cantidades a sus necesidades.

“el proyecto tiende a producir un cambio de mentalidad en el productor, por un lado en la integración, que como te digo en una cooperativa es fácil, pero también tenemos que integrarlo a las bodegas familiares o de sociedades anónimas, entonces ahí lo que determinamos es que una forma de integración para que ese productor se acerque al mercado, era que hiciera contratos a largo plazo” (Entrevista a participante de la Asociación Ad-hoc de Pequeños Productores, 2010).

Sin embargo, como analizamos en capítulos anteriores, hay sectores de la burguesía que están integradas verticalmente o se abastecen de un conjunto “estable” de productores, a los que les supervisan el manejo de las labores para asegurar la calidad de la uva según sus necesidades de mercado. Las capas mejor posicionadas de la burguesía vitivinícola, integradas como ya mencionamos por las empresas transnacionales y las grandes empresas nacionales, se encuentran en esta situación. En efecto, las primeras, se abastecen en gran parte de sus propios viñedos y los productores a quienes les compran, en general, producen uvas finas. Los segundos, además de abastecerse también con los viñedos propios, elaboran una gran variabilidad de productos, desde mosto hasta vinos de alta calidad. Compran la uva a productores a los que les ofrecen diferentes ventajas⁸⁶, garantizándose así una suerte de “proveedores cautivos”, lo que hace que estas grandes bodegas no necesitan comprometerse en una asociación a 10 años donde deban respetar un precio determinado.

Cabe entonces preguntarse para qué sectores de la burguesía vitivinícola es funcional un proyecto de este tipo en el marco de la COVIAR, el cual, como analizamos, insume una parte significativa de los recursos de la misma. Nuestra hipótesis, sustentada en el amplio material analizado, es que el Proyecto parece tener como principal beneficiario a la pequeña y mediana burguesía nacional y/o local y al sector cooperativo. El Proyecto parece así apoyar la transición de este sector hacia la mejora de calidad de sus productos (incluso de los vinos comunes) y en algunos casos hacia la especialización en la

⁸⁶ Por ejemplo, si los productores tienen pérdidas de producción o calidad por problemas climáticos, estas empresas suelen comprarles una parte para productos de baja calidad o para mosto.

elaboración de vinos finos, lo que requiere de la mejora en la etapa de producción primaria.

En definitiva, la creación de esta Corporación traduce la emergencia de una nueva forma de relación entre las cámaras empresariales y el Estado, signada por la búsqueda de consenso al interior de la burguesía vitivinícola, que tiene representación mayoritaria en este ente mixto. En palabras de los empresarios entrevistados, esta suerte de “armónica convivencia” se fundamentaría en la necesidad de lograr medidas en las cuales primen las consideraciones de quienes conocen de primera mano el funcionamiento del mercado, por sobre las diferencias internas que pudieran tener: *“a la larga si nosotros no trabajamos en conjunto, no vemos a la industria como un conjunto, se meten los de afuera, digamos, la política”* (Entrevista a dirigente de la COVIAR, 2010). Así las políticas y medidas que influyen en la actividad vitivinícola deben adaptarse a lo decidido en el Plan Estratégico. Por ello, los representantes del sector privado, destacan que el mayor logro que alcanzaron con el PEVI ha sido establecer una “política de Estado” para la actividad, que supera a los cambios de gobiernos nacionales y provinciales.

“...de repente nos pasó, un diputado de San Juan, mandó una ley al Congreso sobre prohibición de implantación de viñedos, al gobierno de San Juan ‘che...’, para colmo era el hermano del Gobernador, ‘che, ¿éste no se enteró que existe un Plan Estratégico?’, ‘¿por qué?’, ‘porque Uds. como provincia están sentados a la mesa, si tienen alguna inquietud que la pongan en la mesa, pero vos como provincia estás de acuerdo con esto, vos como señor no, porque sos nuevo, pero vos ocupás el lugar de la gobernación’, ¿verdad?” (Entrevista a dirigente de la COVIAR, 2010)

En esta lógica de funcionamiento, que se orienta no ya por la negociación del precio del producto o por el control o la liberalización de la producción sino por la integración productiva, las diferentes entidades y por tanto los sectores de la burguesía que las integran parecen valorar positivamente el impacto concreto de las acciones de la COVIAR en sus estrategias productivas y de mercado. De hecho, como muestra el cuadro 8.2 todas las organizaciones son responsables, en mayor o menor, medida de la administración de recursos.

De esta forma, pareciera que la conformación de la COVIAR ha implicado un funcionamiento institucional centrado en principios (en especial, lo referido a la integración de su presupuesto) en los cuales lo que está en juego no es la determinación de precios o la participación del Estado en la actividad promoviendo el mercado interno o el mercado externo, sino la distribución de los recursos estatales y de los excedentes

que a partir de la fijación de las contribuciones integran el presupuesto de la COVIAR. Es decir, la actual burguesía no discute ya la intervención del Estado sino que a tono con las nuevas formas institucionales que promueve el agronegocio, orientan sus prácticas políticas y económicas a la construcción de la “coordinación” de la cadena agroindustrial. Es en ese sentido que la COVIAR aparece como una instancia –al menos hasta ahora– relevante para fortalecer las posibilidades de disputa (y en consecuencia de permanencia) de los sujetos locales/nacionales en la coordinación de una cadena crecientemente globalizada.

La COVIAR se constituye así como un ámbito diferente a los históricos espacios de negociación entre el sector agrario y el industrial o entre productores y comercializadores, traduciendo la materialidad de una actividad crecientemente integrada, cuya dinámica no puede comprenderse acabadamente a partir de considerar a los diferentes sectores (productores, trasladistas, fraccionadores, comercializadores, etc.) como separados e independientes. Así, se refleja en el plano institucional, la profundización del proceso de integración industrial y el mayor control que sobre el conjunto de la cadena ejercen los bodegueros.

Proyectos como el aquí analizado permiten observar que esas disputas no parecen por el momento establecerse en términos absolutos –control del financiamiento por un tipo de proyecto y sujeto– sino relativos: todos los sectores obtienen algún beneficio, aun cuando su impacto relativo, en términos de las estrategias y posiciones empresariales en el mercado no sea el mismo.

8. 4. A modo de síntesis

En el desarrollo de este capítulo, así como también en el capítulo 7, hemos intentado mostrar que el proceso de recomposición de la burguesía vitivinícola en las últimas décadas fue acompañado de cambios en su organización gremial-empresarial así como en las formas de accionar ante el Estado.

En este sentido, el aspecto más relevante en términos de las relaciones entre la burguesía vitivinícola y el Estado se refiere, principalmente, a la pérdida de importancia relativa de formas de acción caracterizadas por la reacción ante medidas políticas o la presión al Estado (ya fuera a través de las cámaras y organizaciones o bien de manera individual), y paralelamente a la emergencia de prácticas tendientes a la construcción de ámbitos de articulación público–privado, de la cual la COVIAR es el ejemplo

paradigmático. Espacio donde la iniciativa está en manos del sector privado, el cual tiene una posición dominante para decidir los horizontes de cambio de la industria vitivinícola argentina, de qué es prioritario ocuparse y cuánto financiamiento se necesita, primando el carácter propositivo. Los representantes gremiales empresariales de esta agroindustria destacan que la Corporación permitió crear el espacio para “*la designación de interlocutores válidos y consensuados por la industria*”, ante el Estado. De esta forma, la COVIAR funciona como un “canal institucionalizado” (Acuña, 1995) con el que cuentan los empresarios y sus entidades representativas para influenciar y negociar las políticas públicas y las reglas que definen el funcionamiento de la actividad y para llevar a cabo “prácticas institucionalizadas” (Castellani, 2007).

En este marco, organismos como el INV pasaron de tener un rol central en la regulación de precios y cuotas de producción junto con las empresas estatales como Giol o CAVIC, a cumplir básicamente funciones de fiscalización.

Es posible plantear que la formación de la Corporación Vitivinícola Argentina cristaliza un conjunto de procesos de cambio institucional iniciado en la década de 1990, con la creación de los entes mixtos en la Provincia de Mendoza, como el Fondo Vitivinícola de Mendoza o entes estatales con el objetivo principal de apoyo a actividades económicas como el Fondo para la Transformación y el Crecimiento. Si bien inicialmente estos entes, siguieron en la línea de la “necesidad histórica” de regulación e intervención por parte del Estado provincial, también apoyaron financieramente a parte de la burguesía vitivinícola ante los problemas que se habían producido a fines de la década de los '80 con la crisis de sobreproducción y el descenso del consumo de vino en el mercado interno. Pero a partir del 2000, se priorizó la iniciativa y el lugar de los representantes de la actividad vitivinícola, aunque siempre con la ayuda y el financiamiento estatal.

La COVIAR cristaliza asimismo nuevas formas de relacionamiento al interior de la burguesía. En este capítulo, intentamos mostrar la importancia que juega en este sentido la noción de “consenso” -que deja “fuera” del ámbito de la COVIAR las cuestiones conflictivas como la cuota de mosto- para poder posicionarse ante el Estado como un actor capaz de diseñar y planificar políticas relacionadas con la actividad vitivinícola. No fueron pocos los entrevistados que analizaron este proceso como el pasaje de “*un gremialismo empresarial sectorial a uno más transversal*”, proyectando la “unidad” de la cadena como *leit-motiv*, lo que parece haber fortalecido a los bodegueros, en tanto sujetos ubicados en la etapa núcleo de la cadena, en su capacidad de demanda frente al

Estado. En particular, fortalece a los sujetos más débiles, en términos relativos, de ese núcleo, las pequeñas y medianas empresas locales y nacionales, y al sector cooperativo.

CONCLUSIONES

El caso de la reestructuración vitivinícola en la provincia de Mendoza ilumina una serie de fenómenos relacionados con su creciente conexión a la economía globalizada (como el ingreso de los capitales extranjeros, la concentración productiva, o la desregulación de los mercados); dichos fenómenos fueron objeto de análisis de economistas, sociólogos, agrónomos durante la década de 1990, período en que los mismos se desplegaron con mayor intensidad. ¿Cómo evolucionaron en la década posterior? ¿Qué estructura socioeconómica queda cristalizada? Estas preguntas constituyeron los disparadores iniciales de nuestra investigación de tesis.

Las principales transformaciones que se produjeron en la agroindustria vitivinícola en la década de 1990 estuvieron constituidas por el aumento de las exportaciones y las inversiones extranjeras; la expansión del consumo de vinos finos y la disminución del consumo interno de vinos comunes; la profundización de la integración vertical y el surgimiento de nuevas actividades como el turismo o la gastronomía y una mayor diferenciación de productos. También se produjeron cambios en la etapa primaria que afectaron especialmente a los productores más pequeños: la erradicación de viñedos, la reducción de hectáreas cultivadas con uvas para vinos comunes y el aumento para vinos finos y la introducción de modernas tecnologías de riego y cultivo.

En esta investigación nos interrogamos por los impactos de estos procesos sobre un sujeto específico: la burguesía vitivinícola. Nos preguntamos cómo y en qué medida había cambiado este sujeto, qué procesos de recomposición habían operado en la burguesía vitivinícola. Ello implicó atender tanto el ingreso de nuevos sujetos como la persistencia de sectores ya insertos en la actividad.

Esta tesis se propuso abordar dos grandes dimensiones de análisis: a) la económica, en relación a las empresas y sus características socio-productivas y b) la gremial-empresarial donde incluimos tanto las formas de organización de la representación de intereses, como la relación de las entidades con el Estado.

En los capítulos 3, 4, 5 y 6 desarrollamos elementos que nos permitieron poner a prueba una de nuestras hipótesis, referida al peso que aún conserva la burguesía ligada a capitales locales o nacionales en la estructura productiva, económica y social. Si bien el ingreso de empresas extranjeras y transnacionales ha desplazado a un conjunto no menor de empresarios locales, en conjunto la burguesía vitivinícola local y/o nacional encuentra

nuevas formas de estar presentes en la actividad, formas que en algunos casos permiten su persistencia en condiciones de fragilidad, pero en otros no son desventajosas: en efecto, hay franjas de la burguesía de capitales locales/nacionales que han logrado conservar posiciones de poder en la estructura vitivinícola.

A partir del análisis de datos del Censo Industrial Provincial 2002/03, la base de elaboración propia sobre operaciones de capital en la vitivinicultura mendocina y los casos que abordamos a través de entrevistas a propietarios y gerentes de bodegas, pudimos dar cuenta de una serie de aspectos relevantes en función de esa primera hipótesis.

En primer lugar, constatamos la existencia de un intenso proceso de recomposición, uno de cuyos principales indicadores es que casi el 60% de las empresas vitivinícolas actualmente en actividad, ingresaron en las últimas dos décadas. Dentro de estas empresas nuevas, el mayor número corresponde a las de capitales nacionales.

En segundo lugar, encontramos que el proceso de reconversión de la vitivinicultura no sólo implicó una recomposición en términos de la expulsión de antiguos sujetos y el ingreso de nuevos, sino también al interior de las franjas de la burguesía de capitales nacionales, signada por la existencia de un intenso desplazamiento de sectores tradicionales vinculados a la pequeña y mediana burguesía y a la persistencia de algunas de las grandes empresas nacionales. Sin embargo, ese desplazamiento fue acompañado de la constitución de una nueva pequeña y mediana burguesía, proveniente de distintas actividades económicas e incluso surgida de la disolución patrimonial de tradicionales familias vitivinícolas. Esta pequeña y mediana burguesía se orienta al mercado interno y, no obstante su considerable peso “demográfico” en relación a la cantidad de empresas, su posición en el mercado es poco relevante.

A su vez, y paralelamente a los procesos mencionados, registramos el ingreso de grandes empresas de origen nacional, muchas de ellas propiedad de grandes grupos económicos. Las mismas se orientan al mercado interno, aunque una parte importante también diversifica sus estrategias hacia el mercado externo.

En cuanto al ingreso de capitales extranjeros, encontramos que el mismo no fue importante en cantidad de empresas (el CIP registró 16 nuevas empresas de este tipo); sin embargo, dicho proceso tuvo significativas implicancias en términos de la profundización de la concentración empresarial: recordemos que pocos años después de su arribo, habían logrado concentrar el 30% del mercado vitivinícola. El ingreso de estas empresas extranjeras marcó el tono del desplazamiento del antiguo modelo socio

productivo, basado en la escala y la producción de vinos comunes para el mercado interno, hacia otro caracterizado por la diversificación de productos, la especialización en nichos de calidad y la inserción en el mercado externo. En efecto, el perfil de las empresas extranjeras mejor posicionadas combina la inserción en ambos mercados. Sin embargo, un hallazgo importante de esta investigación es que el mercado interno no desempeña un papel complementario o secundario en sus lógicas de acumulación, sino que por el contrario, es priorizado en muchos casos por estas empresas.

Asimismo, y a partir de la distinción analítica entre nuevos y antiguos sujetos, nuestro abordaje profundizó en la comprensión de las características socio-productivas de las empresas, sus trayectorias y dinámicas de ingreso y persistencia. Ello nos permitió constatar una alta heterogeneidad tanto entre tipos de empresas vitivinícolas (que distinguimos a partir de la consideración de tres variables: el origen del capital, el año de inicio en la actividad y la orientación de mercado), como al interior de cada tipo. De esta manera intentamos evitar una imagen lineal y monolítica de la estructura productiva de la actividad y, por ende, de la burguesía.

Además, sobre la base de estos resultados, intentamos dar cuenta del grado y profundidad del proceso de transnacionalización o extranjerización de la actividad vitivinícola. Recordemos que esta hipótesis signa muchos de los estudios existentes, si bien no siempre se sostienen sobre análisis empíricos circunstanciados. En ese sentido, pudimos matizar la centralidad otorgada en estos trabajos a la presencia de capitales extranjeros como equivalente a un fenómeno de extranjerización de la estructura vitivinícola. En efecto, tal como hemos mencionado, la persistencia de sectores ligados a la tradicional burguesía de capitales locales así como el ingreso de capitales nacionales y locales de diverso tamaño, permite poner bajo interrogante aquella imagen que daba por sentada la extranjerización de la actividad vitivinícola. Esa presencia (que incluye la cuestión de la persistencia también) devino un problema de especial relevancia en nuestra investigación, así como la comprensión de las formas de adaptación desarrolladas, básicamente relacionadas con la capacidad de reorientar la producción de estas empresas hacia patrones de mayor especialización productiva y diversificación de mercados. Asimismo, nuestro análisis permitió dar cuenta de formas de persistencia en condiciones de vulnerabilidad, lo que conforma un problema sociológicamente relevante para futuras investigaciones.

Posteriormente, a partir de una perspectiva estructural, integramos el análisis de estos diferentes movimientos para comprender las relaciones que estructuran y conforman a

la actual burguesía. Esta perspectiva nos resultó útil para poder establecer las vinculaciones y las relaciones de funcionalidad (Stavenhagen, 1981) entre los diferentes sectores o franjas de la burguesía en el actual escenario. En ese sentido, pudimos identificar una serie de relaciones funcionales que explican cómo los nuevos sujetos que ingresaron a la actividad se vinculan con los preexistentes, así como también los modos en que estos últimos se adaptaron a las nuevas características y dinámica de la actividad vitivinícola. Entre las relaciones de funcionalidad que pudimos observar, merece mencionarse:

a) Como ejemplifican los casos de grandes empresas nacionales antes mencionados, la articulación entre mercados, regiones y productos puede cumplir en algunos casos un papel significativo en la dinámica de acumulación de la empresa. Así, lejos de pensarlos como “modelos dicotómicos” en este caso se desarrolla una lógica que permite maximizar ventajas en ambos mercados, en un caso la gran escala (mercado interno) y en el otro los recursos disponibles para integrar mejores tierras, innovar tecnológicamente y desarrollar segmentos de mercado para diferentes productos.

b) La imagen de dos modelos productivos, cada uno orientado a un mercado diferente, tampoco permite dar cuenta de las nuevas relaciones que se establecen entre las empresas nacionales, especialmente las locales, y las extranjeras. En efecto, en las últimas décadas se establecen integraciones comerciales y financieras entre ambas que van más allá de simples vínculos comerciales: por ejemplo, cuando las empresas extranjeras (en algunos casos transnacionales) adquieren las marcas de empresas históricas de la vitivinicultura o firman acuerdos de elaboración con marcas propias. Así estas vinculaciones, si bien indican la conformación de tramas con signos de desigualdad, también constituyen formas que han permitido a la burguesía de capitales nacionales y/o locales permanecer en la actividad y no vender la totalidad de la empresa.

c) Otro tipo de relaciones funcionales son las que se dan entre el sector de bodegas trasladistas (muchas de ellas presentes antes de la reconversión y prioritariamente de capitales locales) que abastecen a empresas que fraccionan, entre ellas, a las grandes empresas nacionales y extranjeras. Éste es un sector importante en términos de lo que representa en la totalidad de empresas y si bien, en gran medida se dedica a vinos comunes también hay una parte que elabora vinos finos. Lo que cabe resaltar aquí es que estos vínculos suponen integraciones productivas y económicas –en particular cuando existen relaciones de exclusividad– en las que la persistencia de este tipo de

empresas se explica en buena medida por su funcionalidad a las dinámicas económicas de las empresas de mayor tamaño.

d) Por último, el crecimiento del mosto en sí mismo, “combina” parte de los dos modelos, ya que es un *commodity* (como el vino común, principal producto en la etapa previa a la reconversión vitivinícola) pero destinado casi en su totalidad al mercado externo. Así los sectores dedicados a elaborar mosto, o a concentrarlo y exportarlo cumplen una función significativa en la regulación de la sobreproducción de vino, especialmente, en el mercado interno.

A partir de la integración de los resultados del análisis, nos fue posible identificar diferentes capas o franjas existentes al interior de la burguesía vitivinícola. Nos centramos para ello en dos dimensiones principales: el poder de mercado y las condiciones de acumulación. De esta forma pudimos establecer tres capas al interior de este grupo social.

La primera integrada por las grandes empresas extranjeras, particularmente transnacionales y por las grandes empresas nacionales que ocupan los primeros lugares en el mercado interno y también son importantes en el mercado externo. Esta posición dominante es la que les permite una alta flexibilidad en cuanto a productos y mercados. Debido a la escala de estas empresas, predominan en ellas formas corporativas de propiedad y gestión del capital, con la separación de la propiedad y el gerenciamiento y dirección de la empresa.

La segunda capa está constituida por aquellas posiciones acomodadas que logran acumular en gran escala pero no tienen posiciones dominantes en el mercado. En estas posiciones encontramos, en primer lugar, a parte de la burguesía a cargo de empresas nacionales (especialmente locales) que lograron adaptarse a los cambios en la actividad vitivinícola de forma “exitosa”. Se ubica también en esta capa parte de la burguesía de capitales extranjeros o nacionales, que produce en bodegas pequeñas y medianas y se orientan principalmente al mercado externo, pudiendo acumular a partir de la alta diferenciación de productos. Este último tipo de empresas toma un fuerte impulso a partir de la devaluación del peso argentino en 2002. En relación a este punto, se plantea el problema de la perdurabilidad o la permanencia de estos sectores frente a un ajuste del tipo de cambio, no beneficioso para las exportaciones. También en las empresas que forman parte de esta capa de la burguesía prevalece la separación entre la propiedad y la dirección de las empresas, aunque su organización empresarial es de menor complejidad que la correspondiente a la primera capa.

Por último, encontramos las posiciones más débiles y subordinadas las cuales no concentran porcentajes importantes del mercado, y enfrentan una serie de dificultades en su proceso de acumulación. La burguesía correspondiente a esta franja parece compartir la flexibilidad como forma de supervivencia, al recurrir a diferentes estrategias como vender la uva sin elaborar, embotellar a través del fraccionamiento móvil, vender vino a granel o producir mosto. En relación a las formas de gestión, en estas posiciones encontramos las figuras típicas de la empresa familiar capitalista, dirigidas por la figura del “bodeguero-patrón”, pero también formas separadas de propiedad y gestión de empresa. En términos generales, se ubican en estas posiciones la burguesía orientada totalmente al mercado interno (ya sea que ingresó a la actividad antes o después de la reconversión) de capitales nacionales, y especialmente locales. También aquella que ya estaba inserta en la actividad, proveniente de capitales nacionales, y orientada predominantemente al mercado interno.

En los capítulos 7 y 8 abordamos la segunda hipótesis que guió nuestra investigación: la misma planteaba que la reconversión de la actividad vitivinícola y la recomposición de la burguesía se había traducido en la emergencia de nuevos tipos de vínculos con el Estado. Estos nuevos tipos de vínculos han dado lugar a la conformación de espacios institucionalizados de encuentro entre las cámaras empresariales y las instituciones estatales (tanto provinciales como nacionales). Estos espacios parecen haber sido útiles para, por un lado, afrontar el poder que históricamente ejercieron las grandes empresas a través de prácticas de *lobby* (fortalecidas asimismo por las conexiones sociales y familiares entre los miembros de la antigua burguesía local y los funcionarios de gobierno) y, por el otro, lograr un mejor posicionamiento de la pequeña y mediana burguesía de capitales locales o nacionales, especialmente, aquellas cuya producción se orienta al mercado interno.

En el capítulo 7, caracterizamos las formas de intervención del Estado (nacional y provincial) considerando dos niveles: por un lado, los marcos normativos (leyes y decretos nacionales y provinciales) y, por otro, la creación de entes provinciales.

En relación al primer nivel, nos referimos a aquellos marcos normativos específicos que han regulado la actividad de esta agroindustria, y a aquellos de mayor alcance que han fijado la orientación general del modelo de acumulación. El interés estuvo puesto en comprender las condiciones macro-institucionales que moldearon los cambios en la actividad, los que por otra parte fortalecieron o debilitaron el posicionamiento de los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola. Ejemplo de ello son el fomento a las

inversiones extranjeras en la década de 1990 o la devaluación de la moneda en 2002, que otorgaron claras ventajas a las empresas exportadoras.

En cuanto al segundo nivel, analizamos la conformación de una serie de organizaciones mixtas (y una organización estatal) creadas desde el Estado provincial en los años '90, la cuales contaron con la participación de sectores privados de varias actividades económicas de Mendoza. Entre ellas se destaca el Fondo Vitivinícola de Mendoza. Esta institución se conformó a partir del Acuerdo Mendoza-San Juan, el cual tenía como objetivo principal la regulación de sobreproducción de vino con la elaboración de mosto.

Al observar tres aspectos de esta institución (el tipo de acciones promocionales que realiza, las cámaras empresariales que tienen mayor participación, y los mismos objetivos de control de la producción en el mercado interno) se hace evidente que la creación del Fondo tendió a favorecer a sectores definidos de la burguesía vitivinícola. Nos referimos a aquellos identificados con estrategias empresariales de orientación al mercado interno (entre los cuales la producción de vino común tiene un peso fundamental) y a aquellos dedicados a la concentración y exportación de mosto. Dos grupos mayoritariamente de capitales locales y/o nacionales.

Tanto la constitución del Fondo como el establecimiento del Acuerdo y la creación del Fondo Vitivinícola sirvieron como antecedentes de la emergencia de nuevas modalidades de vinculación que se cristalizarían en la década siguiente con la propuesta y el diseño del Plan Estratégico Vitivinícola 2020 y la COVIAR. En este sentido, el aspecto más relevante en términos de las relaciones entre la burguesía vitivinícola y el Estado se refiere, principalmente, a la pérdida de importancia relativa de formas de acción caracterizadas por la reacción ante medidas políticas o la presión al Estado (ya fuera a través de las cámaras y organizaciones o bien de manera individual), y paralelamente a la emergencia de prácticas tendientes a la construcción de ámbitos de articulación público-privado, de la cual la COVIAR es el ejemplo paradigmático.

En la Corporación Vitivinícola, el alcance y la participación del sector público y el sector privado es notablemente más amplio que en el Fondo Vitivinícola. A través de la constitución de este espacio, la burguesía vitivinícola en conjunto fue capaz de avanzar en el fortalecimiento de sus demandas frente al Estado. En esta entidad el sector privado detenta la mayoría del directorio, y la iniciativa frente al sector estatal para decidir las grandes líneas políticas y económicas del sector, el rumbo de la industria vitivinícola

argentina, la definición de áreas prioritarias y el financiamiento destinado a dichas áreas.

De esta manera, la constitución de la COVIAR también implicó una nueva forma de organización al interior de los sectores de la burguesía vitivinícola. Un primer indicador en este sentido es la participación de todas las cámaras empresariales en esta entidad. Si bien nos fue posible registrar diferencias, no deja de ser cierto que las diversas entidades (y, por ende, los sectores a los que representan) logran cierto “acuerdo” para pensar objetivos a largo plazo de la actividad y para participar en diferentes proyectos (con financiamiento en el marco de la COVIAR). La cuestión del “acuerdo” y el “consenso” llamaron nuestra atención y por ello, quisimos comprender su significado para los sujetos participantes. Es decir, ¿por qué la lógica de la unidad y el consenso aparece como un rasgo relevante en estos años, desplazando el conflicto entre organizaciones empresariales? Ciertamente, la participación de las empresas extranjeras y transnacionales en este ámbito no es importante. Pero como pudimos observar, ello no agotaba el problema. En efecto, poco podíamos comprender si concluíamos que las empresas transnacionales y extranjeras simplemente no “necesitan” de este ámbito; de lo que se trataba, por el contrario, era de dar cuenta de la necesidad que sí tienen los sectores nacionales de la burguesía vitivinícola de generar condiciones institucionales que contribuyan a ser viable su persistencia y/o expansión. Estas condiciones, dados los cambios en la intervención del Estado, son distintas de aquellas que existieron en el pasado. En tal sentido, encontramos que la necesidad de “consenso” y “unidad” para presentarse en el ámbito público estuvo motorizada por los sectores de la burguesía vinculados a los capitales locales y nacionales, ante el posible avance de las empresas extranjeras en la negociación con el Estado, que las relegaría en esa relación. Ese “consenso” implicó dejar “afuera” los temas que más claramente iluminan los antagonismos al interior de la burguesía, lo que aparece como necesario para sostener su consideración social como un actor con capacidad dirigencial, que puede pensar en el largo plazo.

Aun así, puede registrarse cómo el sector cooperativo (de capitales mayormente locales y con una importante inserción en el mercado interno) es uno de los más favorecidos en términos de control del financiamiento de la entidad. Este factor le facilita, en cierta manera, incorporarse e integrarse a la reconversión vitivinícola.

Sin embargo, los resultados expuestos no constituyen el punto final del problema en cuestión. Como toda investigación, esta tesis abre una serie de problemas a ser abordados en el futuro.

Un primer conjunto de problemas se relaciona con la evolución futura de los procesos que hasta aquí hemos desarrollado. En primer lugar, sería interesante continuar el análisis de organizaciones como la COVIAR a lo largo del tiempo de modo de poder comprender más profundamente las implicancias que tendrá su accionar en términos de la modificación o no de las características generales de la actividad en Argentina, así como también de la burguesía vitivinícola y del resto de los sujetos involucrados en otras etapas de la cadena (productores, trabajadores, etc.). En segundo lugar, es posible preguntarse cómo se comportará la burguesía vitivinícola ante cambios (reducciones) en el financiamiento de esta entidad, por ejemplo, en caso de que algunos sectores no puedan ser incluidos en ningún proyecto. Es decir, en qué medida, será posible sostener la lógica del consenso como práctica institucional. En tercer lugar, nos preguntamos sobre las posibilidades de persistencia, ante escenarios adversos, de los sectores más débiles de la burguesía vitivinícola, especialmente, los vinculados con las bodegas trasladistas y con pequeñas empresas que han iniciado la venta al mercado externo con productos de calidad bien diferenciados. Al mismo tiempo y teniendo en cuenta también la dependencia de las exportaciones de diferentes franjas de la burguesía ¿cuáles serían los impactos de la modificación de algunas variables macroeconómicas fundamentales, como por ejemplo, un proceso de apreciación cambiaria?

Una segundo gran conjunto de problemas que quedaron sin tratarse en esta investigación, se relaciona con la vinculación de la burguesía y el Estado, a través de lo que Castellani (2007: 17) denomina “las prácticas de colonización de algunos reductos de la administración pública por parte de los empresarios (o de sus representantes)” (2007: 17). Estas prácticas conformarían un tipo distinto de las aquí analizadas (prácticas institucionalizadas y prácticas de influencia directa). Sería sugerente y productivo intentar un análisis de este tipo de prácticas, particularmente en el aparato estatal de Mendoza. Las ocupaciones de cargos en los principales ministerios, en las gobernaciones así como también en las organizaciones provinciales creadas en los '90, constituyen indicadores fundamentales de la existencia de este tipo de prácticas. ¿En qué medida los diferentes sectores de la burguesía vitivinícola logran ocupar con sus cuadros técnicos y políticos cargos en el aparato estatal de la provincia?

Un tercer aspecto necesario de abordar en el futuro refiere a la historia y la trayectoria de aquellas franjas de la burguesía vitivinícola que fueron desplazadas de la actividad con la crisis de fines de los '80 y el posterior proceso de reconversión. ¿Qué trayectorias laborales y sociales han transitado estos sectores “expulsados” de la actividad? ¿Han logrado reinsertarse o han debido abandonar la actividad definitivamente? ¿En qué condiciones lo han logrado? ¿Qué características productivas y sociales presentan? Si bien pudimos distinguir y esbozar algunas características socio-productivas de estos sectores, sería necesario estudios posteriores para profundizarlas.

Finalmente, plantearemos dos problemas de carácter general que quedan abiertos a partir de los resultados expuestos en esta investigación. El primero de ellos toma en cuenta la forma concreta en que se dio el ingreso de capitales extranjeros y transnacionales en la actividad vitivinícola y la consecuente persistencia de los sectores ligados a capitales nacionales. Así, puede plantearse las siguientes preguntas: ¿en qué medida esta persistencia adquiere un carácter transicional? ¿Qué tipo de procesos de recomposición se profundizarán? ¿En qué medida los mecanismos que han permitido la persistencia de las capas de la burguesía nacional, en particular las tramas institucionales constituidas, son sostenibles en el tiempo? En definitiva, ¿cuáles son los alcances efectivos del proceso de extranjerización y transnacionalización en el largo y mediano plazo?

El segundo de estos problemas se relaciona con la necesidad de profundizar en el análisis de los procesos de separación entre la propiedad y el control y gestión del capital. Este proceso, que se vincula con la profundización del desarrollo capitalista en la actual etapa de globalización, plantea un conjunto de cuestiones referidas a las formas de organización empresarial y al rol que pasan a tener los funcionarios asalariados, específicamente aquellos que ocupan puestos gerenciales. ¿Qué grado de autonomía logran en el ejercicio de sus funciones? ¿Cómo se evalúa su desempeño? ¿Cuáles son sus trayectorias sociales y laborales? ¿Qué credenciales educativas se les exigen? ¿En qué medida se ha conformado un mercado de trabajo en el sector gerencial de la actividad? ¿Cómo son sus contratos de trabajo y condiciones laborales? ¿Cómo se logra su adhesión a los objetivos de acumulación de las empresas? ¿Qué papel juegan en este sentido las formas de retribución de su trabajo? ¿En qué medida llegan a obtener acciones de las empresas y participar en su propiedad? Ante un cambio de propietarios de las empresas, ¿permanecen los gerentes y directivos en los mismos puestos? ¿Qué

tipo de trayectoria emprenden aquellos que abandonan una empresa determinada?

¿Inician nuevos emprendimientos vitivinícolas como propietarios?

Estos problemas integran la agenda de una futura investigación.

Referencias bibliográficas

Acuña, C. (1988). “Empresarios y Política. La relación de las organizaciones empresarias con regímenes políticos en América Latina: los casos argentino y brasilero”; *Boletín informativo Techint* 255.

Acuña, C. (1992). “Organizaciones empresariales y políticas públicas en Argentina”, en *Organizaciones empresariales y políticas públicas*, CESU-FESUR, Montevideo.

Acuña, C. (1995). *La Burguesía Industrial como actor político*. Tesis Doctoral, Department of Political Science University of Chicago, inédita.

Anderson, K. (2003). “Wine’s New World”, en *Foreign Policy*, 136, pp 46-54.

Anderson, K. (2010). *Globalized Wine Markets: the New World’s Expanding Role*. Conferencia presentada en el VI Foro Internacional Vitivinícola, Mendoza.

Aparicio, S. y Benencia, R. (1999). *Empleo Rural en tiempos de flexibilidad*, Editorial La Colmena, Bs. As.

Arceo, E. (2005). “El impacto de la globalización en la periferia y las nuevas y viejas formas de dependencia en América Latina”, en *Cuadernos del CENDES*, 60, pp 25-61.

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2001). *El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones*, FLACSO, Bs. As. (disponible en: http://www.flacso.org.ar/uploaded_files/Publicaciones/Azpiazu.Basualdo_Complejo.Vitivinicola.Argentino.2001.pdf)

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2003). *Industria vitivinícola*, Estudio 1, CEPAL-MECON, Bs. As. (disponible en: <http://www.eclac.org/argentina/noticias/paginas/8/12238/Informe336IndVitiv.pdf>)

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2008). “Cambios en la estructura de propiedad y modificaciones tecno-productivas en el complejo vitivinícola argentino durante los años noventa”, en Mateu, A. M. y Stein, S. (comp.) *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina*, Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.

Azpiazu, D., Basualdo, E. y Khavisse, M. (1986). *El nuevo poder económico en la Argentina de los años 80*, Ed. Legasa, Bs. As.

Barsky, O. y Pucciarelli A. (Eds.) (1997). *El agro pampeano. El fin de un período*, FLACSO, Bs. As.

Basualdo, E. y Khavisse, M. (1993). *El nuevo poder terrateniente*, Planeta, Bs. As.

Beltrán, G. (2007). *La Acción Empresarial en el contexto de las reformas estructurales de las décadas de los ochenta y noventa en Argentina*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UBA, Bs. As., inédita.

Bertranou, J. (2009). *Gestión público-privada en la reforma del estado en el nivel provincial. Creación de agencias descentralizadas en los años noventa en la provincia de Mendoza*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UBA, Bs. As., inédita.

Bocco, A. (2007). “Transformaciones sociales y espaciales en la vitivinicultura mendocina”, en Radonich, M. y Steimbregger, N (comp.) *Reestructuraciones sociales en cadenas agroalimentarias*, La Colmena, Bs. As.

Bocco, A. (2008). “Reestructuración vitivinícola, integración agro-industrial y nuevas relaciones entre las bodegas y los productores de uvas finas”, en Mateu, M. A. y Stein, S. (comp.) *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina*, Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.

Bocco, A. *et al.* (2007). “La trama vitivinícola en la provincia de Mendoza”, en Delfini, M. *et al.* (comp.) *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina*, Prometeo, Bs. As.

Bocco, A. y Dubbini, D. (2007). “Regulaciones laborales y calidad de empleo en la trama vitivinícola de Mendoza”, *V Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo*, Uruguay.

Bocco, A.; Dubbini, D.; Rotondo, S.; Yoguel, G. (2007). “Reconversión y empleo en la industria del vino. Estructura productiva y dinámica del empleo en el complejo vitivinícola: un análisis del sector bodeguero nacional”, Investigaciones. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Bs. As. (disponible en: http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/descargas/oede/Sector_Bodeguero.pdf)

Bourdieu, P. (1997). *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona.

Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.

Bragoni, B.; Mateu, A.; Olguín, P. y Mellado, V. (2011). “Asociacionismo empresario en el siglo XX: origen y formación de las entidades vitivinícolas argentinas”, en Mateu, A. M. (comp.) *Vinos y competitividad agroindustrial: un largo camino*, INCIHUSA-CONICET, Mendoza.

Calvo Vismara, J. (2008). *Evolución de la inversión extranjera directa en Argentina. Una comparación entre la década del '90 y el período post-crisis*, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata (disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/643/1/calvo_vismara_jp.pdf.)

Carroll, W. y Carson, C. (2003). “The Network of Global Corporations and Elite Policy Groups: a Structure for Transnational Capitalist Class Formation?”, en *Global Networks*. 3, (1), pp 29-57.

Castellani, A. (2007). “La relación entre intervención estatal y comportamiento empresario. Herramientas conceptuales para pensar las restricciones al desarrollo en el caso argentino”, en *Papeles de Trabajo*, IDAES/UNSAM, año 1, nro. 1, (disponible en: <http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/CASTELLANI.pdf>.)

Cernadas, J. y Forcinito, K. (2004). “Aportes para una caracterización económica del complejo vitivinícola de cuyo (argentina) en la etapa inicial de la reestructuración neoliberal, 1976-1989”, en *II Congreso de Historia Económica*, Asociación Mexicana de Historia Económica, México D.F.

Consejo Empresario Mendocino (CEM). (1999). *Las inversiones extranjeras en Mendoza*, CEM, Mendoza (disponible en: http://www.cem.org.ar/publicaciones/febrero010/Inversiones_Extranjeras_1999.pdf)

Cortese, C. (1992). “El latifundio vitivinícola”, en *Colección Primera Fila*, Mendoza.

Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) (2011), “Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020, proyectos ejecutados, en ejecución y en elaboración”, documento inédito.

Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) (2011), “Vinculación con los sectores productivos. Cadenas de valor” (disponible en: <http://www.vinculacion.uncu.edu.ar/upload/coviar.pdf>)

Dahl, R. (1961). *Who Governs? Democracy and Power in an American City*, Yale Univ Pr, Cumberland, Rhode Island, U.S.A.

Dahrendorf, R. (1962). *Las clases sociales y su conflicto en la sociedad industrial*, Rialp, Madrid.

de Saint Martin, M. (2001). “¿Reproducción o recomposición de las élites? Las élites administrativas, económicas y políticas en Francia”, en *Anuario IEHS*, n° 16, Tandil, pp 59-72.

De Sousa Santos, B. (2003). “Los procesos de globalización”, en *La caída del Angelus Novus: Ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política*, ILSA- Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE) (2010). *Informe Económico 2010*, Ministerio de Producción, Tecnología e Innovación, Gobierno de Mendoza, Mendoza (disponible en: http://www.deie.mendoza.gov.ar/publicaciones/detalle_publicaciones.asp?filtro=Publicaciones+Econ%F3micas&id=59)

Elias, N. (1987). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, Fondo de Cultura Económica, México.

Erikson, R. y Goldthorpe, J. (1993). *The Constant Flux: a Study of Class Mobility in Industrial Societies*, Claredon Press, Oxford.

Fabre, P. (2005). “La privatización de Bodegas y Viñedos Giol. Una experiencia exitosa”, *Naciones Unidas, CEPAL, Bs. As.*, en: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/20886/docgiol.pdf>

Ferrari, M. (2001). “La categoría ‘élites’ como herramienta conceptual: de la discusión a la aplicación”, en *Anuario IEHS*, n° 16, Tandil.

Galbraith, J. (1967). *El Nuevo Estado Industrial*, Editorial Ariel, Barcelona.

García de Martín, G. y Gutiérrez de Manchón, M. (2003). “El vino y la empresa global”, en *Anales de la Sociedad Chilena de Ciencias Geográficas*, Sociedad Chilena de Ciencias Geográficas, Santiago de Chile.

Giarracca, N. (2006). “Avance del “agronegocios”, en *Cash*, *Página 12*, 30 de julio.

Giménez, P. *et al.* (2004): “Perfil y características de la estructura industrial actual de la provincia de Mendoza”, en *Serie Estudios y perspectivas*, CEPAL, n° 19, Bs. As.

Gras, C. (2005). *Entendiendo el agro: trayectorias sociales y reestructuración productiva en el noroeste argentino*, Biblos, Bs. As.

Gras, C. (2012). “Los empresarios de la soja: cambios y continuidades en la fisonomía y composición interna de las empresas agropecuarias”, en *Mundo Agrario*, n° 24, Centro de Estudios Históricos Rurales, FAHCE, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Gras, C. y Hernández, V. (comp.) (2009). *La Argentina rural*, Biblos, Bs. As.

Gunder Frank, A. (1972). *Lumpenburoesía: lumpedesarrollo. Dependencia, clase y política*, Editorial LAIA, Barcelona.

Heredia, M. (2005). “La Sociología en las alturas. Aproximaciones al estudio de las clases/elites dominantes en la Argentina”, en *Apuntes de investigaciones del CECYP*, n° 10, Bs. As.

Heredia, M. (2010). “Las clases altas frente al nuevo espíritu del capitalismo: el caso de las elites vitivinícolas mendocinas y la globalización del vino”, ponencia presentada en *Latin American Studies Association 2010 Congress*, Toronto.

Hernández, V. (2009). “Ruralidad globalizada y el paradigma de los agronegocios en las pampas gringas”, en Gras, C. y Hernández, V. (comp.) *La Argentina rural*, Biblos, Bs. As.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) (2012). *Operativo de Actualización del Registro Nacional de Viñedos 2010/2011*, INV, Mendoza.

Kulfas, M.; Porta, F. y Ramos, A. (2002). “Inversión extranjera y empresas transnacionales en la economía argentina”, en *Serie Estudios y Perspectivas*, CEPAL,

n° 10, Bs. As. (disponible en: <http://economicas2.unlam.edu.ar/unlam100/biblioteca/cepal/SEyP10.pdf>)

Maclaine Pont, P. y Thomas, H. (2009). “¿Cómo fue que el viñedo adquirió importancia? Significados de las vides, calidades de las uvas, y cambio socio-técnico en la producción vinícola de Mendoza”, en *Apuntes de Investigación del CECYP*, n° 15, Bs. As. (disponible en: <http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/60/55>).

Martín, F. (1992). *Estado y Empresas: relaciones inestables. Políticas estatales y conformación de una burguesía industrial regional*, EDIUNC, Mendoza.

Martín, F. (2009). *Las transformaciones recientes en la agricultura de oasis en Mendoza, Argentina. Una aproximación al caso de la reestructuración vitivinícola desde la economía política de la agricultura*. Tesis de Maestría en Estudios Sociales Agrarios. FLACSO- Argentina.

Marx, K. (1956) *El Capital. Crítica de la Economía Política* (Tomo I), Editorial Cartago S.R.L., Bs. As. (1° edic. 1867 en alemán).

Marx, C. (1968). *El Capital. Crítica de la Economía Política*, (Tomo III), Fondo de Cultura Económica, México (1° edic. 1894 en alemán).

Marx, K. (1976). *El Capital. Crítica de la Economía Política* (Tomo I), Siglo XXI, Bs.As. (1° edic. 1867 en alemán).

Mateu, A. (2002). “Aproximación a la empresa Arizu: algunas estrategias de la conformación e incremento del patrimonio societario y familiar 1884-1920”, en *Quinto Sol, Revista de historia regional*, Instituto de Estudios Socio-históricos. Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de La Pampa, pp 107-127.

Mateu, A. (2004). “Entre el orden y el progreso”, en Roig, A., Lacoste, P. y Satlari, M. (comp.) *Mendoza a través de su historia*, Caviar Bleu, Mendoza.

Mateu, A. (2005). “La vitivinicultura mendocina en los años treinta: entre el derrame de vinos y la profusión de estudios sobre la crisis”, en *Primer Congreso de Historia Vitivinícola Regional*, Montevideo, octubre.

Mateu, A. (2007a). “El modelo centenario de la vitivinicultura mendocina: génesis, desarrollo y crisis (1870-1980)”, en Delfini, M. *et al.* (comp.). *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina*, Prometeo, Bs. As.

Mateu, A. (2007b). “Los caminos de construcción del cooperativismo vitivinícola en Mendoza. Argentina (1900-1920)”. *Documento de Trabajo N° 176*, Universidad de Belgrano, Bs. As. (disponible en: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/176_mateu.pdf)

Mateu, A. y Gascón, M. (1990). “El surgimiento de la burguesía vitivinícola en la provincia de Mendoza. Argentina a finales del siglo XIX”, en *Revista Paraguaya de Sociología*, enero-abril, pp 127-139.

McDermott, G. (2007), “The politics of institutional renovation and economic upgrading: recombining the vines that bind in Argentina”, en *Politics & Society*, Vol. 35, n°1, marzo, pp 103-143.

Mellado, V. (2008). “Empresariado y vitivinicultura: trayectoria y caída del grupo Greco”, en Mateu A. M. y Stein S. (comp.). *El vino y sus revoluciones*, Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.

Michels, R. (1996). *Los partidos políticos I. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*, Amorrortu Editores, Bs. As. (1° edic. 1962 en inglés).

Miliband, R. (1988). *El estado en la sociedad capitalista*, Siglo XXI, México.

Mills, C. W. (2005). *La elite del poder*, Fondo de Cultura Económica, México (1° edic. 1956 en inglés).

Mosca, G. (1984). *La clase política*, Fondo de Cultura Económica, México (1° edic. 1896 en italiano).

Müller, K. (2004). *Chile vitivinícola en pocas palabras*, Facultad de Ciencias Agronómicas, Departamento de Agroindustria y Enología, Universidad de Chile (disponible en: <http://www.gie.uchile.cl/pdf/Katrina%20Muller/Chile%20Vitivin%EDcola%20en%20pocas%20palabras.pdf>)

Murmis, M. y Portantiero, J. (1971). *Estudios sobre los orígenes del peronismo*, Siglo XXI, Bs. As.

Murmis, M. (1998). "Agro argentino: algunos problemas para su análisis" en Giarraca, N. y Cloquell, S. (comp.). *Las agriculturas del MERCOSUR. El papel de los actores sociales*, La Colmena. Buenos Aires.

Naciones Unidas (ONU) (2009). "Informe sobre las inversiones en el mundo. Empresas transnacionales, producción agrícola y desarrollo". *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, Nueva York y Ginebra (disponible en: http://unctad.org/es/Docs/wir2009overview_sp.pdf.)

Neiman, G. y Bocco, A. (2001), "Mercados de calidad y trabajo: el caso de la vitivinicultura argentina", ponencia presentada en *V Congreso Nacional de Estudios del Trabajo*, Bs. As. (disponible en: <http://www.aset.org.ar/congresos/5/aset/PDF/NEIMAN.PDF>)

Neiman, G y Bocco, A. (2005) "Estrategias empresariales y transnacionalización de la vitivinicultura en la Argentina", en Cavalcanti, J. S. B. y Neiman G. (comp.). *Acerca de la Globalización en la Agricultura. Territorios, Empresas y Desarrollo Local en América Latina*, Ediciones CICCUS, Bs. As.

Neiman, G.; Bocco, A. y Martín, C. (2001), "Tradicional y moderno: una aproximación a los cambios cuantitativos y cualitativos de la demanda de mano de obra

en el cultivo de vid", en Neiman, G. (Comp.), *Trabajo de campo: producción, tecnología y empleo en el medio rural*, CICCUS, Bs. As.

O'Donnell, G. (1975). *Acerca del "corporativismo" y la cuestión del Estado*. Doc. 2, CEDES, Bs. As.

O'Donnell, G. (2007). "Notas para el estudio de la burguesía local, con especial referencia a sus vinculaciones con el capital transnacional y el aparato estatal", en *Catacumbas*, Prometeo, Bs. As.

Olguin, P. y Mellado, V. (2010) "Fracaso empresario en la industria del vino. Los casos de Bodegas y Viñedos Giol y del Grupo Greco" en *Anuario IEHS*. n° 25, Tandil, pp 497-514.

Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) (1999). *Situación y Estadísticas del Sector Vitivinícola Mundial en 1999*, Suplemento del Boletín de la OIV, París (disponible en: <http://news.reseau-concept.net/images/oiv/Client/Stat%2099.pdf>)

Organización Internacional de la vid y el vino (OIV) (2007). *Situación y Estadísticas del Sector Vitivinícola Mundial en 2007*, Suplemento del Boletín de la OIV, París, (disponible en: http://news.reseau-concept.net/images/oiv_es/Client/Statistiques_commentaires_annexes_2007_ES.pdf)

Ospital, M. S. (2009). "Modernización estatal y regulación económica en provincias vitivinicultoras. Mendoza, 1936-1946", en *Mundo Agrario*, n°18, Centro de Estudios Históricos Rurales, FAHCE, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Palomino, M. (1987). "Las entidades agropecuarias", en *Ensayos sobre la transición democrática en la Argentina*, PuntoSur Ed., Bs. As.

Pareto, V. (1980). *Forma y equilibrio sociales. Extracto del Tratado de Sociología General*, Alianza Universidad, Madrid (1° edic. 1959 en italiano).

Pastore, R. y Teubal, M. (1992). “Articulaciones agroindustriales en el complejo cervecero” en *Desarrollo Económico*, vol. 31, n° 124, Bs. As.

Pizzolato, D. y Goldfarb, L. (2010). “La demanda de mano de obra en uva para la elaboración de vinos finos, provincia de Mendoza”, en Neiman, G. (director). *Estudio sobre la demanda de trabajo en el agro argentino*, CICCUS, Bs. As.

Polanyi, K. (2003). *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica, Bs. As. (1° edic. 1957 en inglés).

Poulantzas, N. (2005). *Las clases sociales en el capitalismo actual*, Siglo XXI, Bs. As. (1° edic. 1974 en francés).

Pucciarelli, A. (1986). *El capitalismo agrario pampeano (1880-1930)*, Hyspamérica, Bs. As.

Rabelo, M. (s/f). “La perspectiva crítica sobre desarrollo y subdesarrollo. Un proyecto de investigación”, (disponible en: www.nodo50.org/cubasigloXXI/taller/grabelo_060404.pdf)

Reygadas, L. (2008), *La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad*, Anthropos editorial, UAM-Iztapalapa.

Richard-Jorba, R. (2008a). “Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005”, en *Estudios Sociales*, vol. XVI, n° 31 (disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/417/41703103.pdf>)

Richard-Jorba, R. (2008b), “Los empresarios y la construcción de la vitivinicultura capitalista en la provincia de Mendoza 1850-2006”, en *Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XXII, n° 271, Universidad de Barcelona (disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-271.htm>)

Richard-Jorba, R. (2008c). “Cuando el pasado nos acompaña. La vitivinicultura capitalista en Mendoza y San Juan en clave histórica, 1870-2006”, en Balsa, J.; Mateo, G. y Ospital, M.S. (comp.) *Pasado y presente en el agro argentino*, Ediciones Lumiere S.A., Bs. As.

Richard-Jorba, R. (2010). *Empresarios ricos, trabajadores pobres: vitivinicultura y desarrollo capitalista en Mendoza 1850-1918*, Prohistoria, Rosario.

Robinson, W. (2007). *Una teoría sobre el capitalismo global. Producción, clases y Estado en un mundo transnacional*, Ediciones Desde abajo, Bogotá.

Rostow, W.W. (1957). *Las etapas del crecimiento económico. Un manifiesto no comunista*, Fondo de Cultura Económica, México.

Rozé, J. (2004). “El apogeo y crisis de una burguesía hegemónica al defensismo de una burguesía en disolución. El caso de Chaco. 1970-2000”, en *Theomai*, primer semestre, n°9, Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes.

Rozé, J. (2007). *Lucha de clases en el Chaco contemporáneo*, Librería de la Paz, Resistencia.

Ruíz, A.M. y Vitale J. (2011). “Perspectiva y estrategia: el caso del Plan Estratégico Vitivinícola 2020 (PEVI)”, en *Estudios Socioeconómicos de los Sistemas Agroalimentarios y Agroindustriales*, n°7, Ediciones Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, INTA Centro Regional Mendoza-San Juan.

Sábato, J. (1988). *La clase dominante en la Argentina Moderna: formación y características*, CISEA/ Imago Mundi, Bs. As.

Sidicaro, R. (1982). “Poder y crisis de la gran burguesía agraria argentina” en Rouquié, A., *Argentina hoy*, Siglo XXI, México D.F.

Sklair, L. (2002). “La clase capitalista transnacional y el discurso de la globalización”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, n°186, Universidad Nacional Autónoma de México, México D. F.

Smith, P. (1986). *Carne y política en Argentina*, Hyspamérica, Bs. As.

Stavenhagen, R. (1981). “Siete tesis equivocadas sobre América Latina” en Stavenhagen, R. *Sociología y Subdesarrollo*, Nuestro Tiempo, México.

Teubal, M. (2001). “Globalización y nueva ruralidad en América Latina”, en Giarraca, N. (comp.) Grupo de Trabajo de CLACSO: *Desarrollo Rural ¿Una nueva ruralidad en América Latina?*, CLACSO, Bs. As.

Therborn, G. (1987). *¿Cómo domina la clase dominante? Aparatos de estado y poder estatal en el feudalismo, capitalismo y socialismo*, Siglo XXI, México.

Thwaites Rey, M. y Castillo, J. (1999), “Poder estatal y capital global: los límites de la lucha política”, en Borón, A.; Gambina, J.; Minsburg, N (comp.) *Tiempos violentos; Neoliberalismo, globalización y desigualdad en América Latina*, EUDEBA, CLACSO, Bs. As.

Trajtenberg, R. (1999). “El concepto de empresa transnacional”, *Documento de Trabajo*, n° 10/99, Universidad de la República. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Economía, Montevideo (disponible en: <http://www.fcs.edu.uy/archivos/Doc1099.pdf>)

Vergara, S. (2001). “El mercado vitivinícola mundial y el flujo de inversión extranjera a Chile”, en *Serie Desarrollo Productivo*, Naciones Unidas, CEPAL, Santiago de Chile (disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/8013/LCL1589.pdf>)

Viguera, A. (1996). “Empresarios y acción política en América Latina. Una perspectiva comparada”, en *Nueva Sociedad* N°143, mayo-junio, pp 174-189.

Viguera, A. (2000). *La trama política de la apertura económica en la Argentina (1987-1996)*, Ediciones Al Margen, Colección Universitaria, La Plata.

Wainer, A. (2010). *Clase dominante, hegemonía y modos de acumulación. La reconfiguración de las relaciones de fuerza en el interior de la burguesía durante la crisis y salida de la convertibilidad (1998-2003)*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Sede Académica Argentina, inédita.

Wallerstein, E. (1988). "The Bourgeois(ie) as Concept and Reality" en *New Left Review I*, N°167, enero/febrero.

Weber, M. (1964). *Economía y Sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, Fondo de Cultura Económica, México (1° edic. 1922 en alemán).

Winesur (2012). *Terroir, un término complejo*, en <http://www.winesur.com/es/wines-of-argentina-es/terroir-un-termino-complejo>

Wright, E.O. (1978). *Class, Crisis and State*, New Left Books, Londres.

Wright, E.O. (1985). *Classes*, Verso, Londres.

Páginas web consultadas:

Bodegas de Argentina, www.bodegasdeargentina.org/

Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), <http://vitivinicultura2020.com.ar/>

Fundación de Instituto de Desarrollo Rural (IDR), www.idr.org.ar/

Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza, <http://www.ftyc.com.ar/index.php>

Fundación ProMendoza, www.promendoza.com/

Fondo Vitivinícola Mendoza, <http://www.fondovitivinicola.com.ar/>

Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y de Servicios (IDITS), www.idits.org.ar/

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). www.indec.gov.ar

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), www.inv.gov.ar

INTA Centro Regional Mendoza-San Juan, Mendoza,
<http://www.inta.gov.ar/region/mesa/index.htm>

Wines of Argentina, <http://www.winesofargentina.org/>

Otras fuentes consultadas:

Argentina Wines, (disponible en: <http://argentinewines.com/>)

Diario Los Andes (Mendoza)

Diario Uno (Mendoza)

Diario Mdz on line (Mendoza)

Diario La Nación (Buenos Aires)

Diario Clarín (Buenos Aires)

Diario de Cuyo (San Juan)

Revista Mercado, junio 2012

Conferencia de prensa en Casa Rosada del presidente de FECOVITA, 2009. En:
<http://www.en.argentina.ar/informacion/conferencias/20544>

Caucasia Wine Thinking (2011). Exportaciones de la Industria Vitivinícola Argentina
Enero a abril 2011.

ANEXO I. FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS SECUNDARIOS

En nuestra investigación utilizamos datos provenientes de una gran cantidad de fuentes secundarias. Fue necesaria, entonces, una revisión de las diferentes publicaciones, indicadores y fuentes disponibles en diversas instituciones. Las fuentes utilizadas provienen de los siguientes organismos: Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) y la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE). También utilizamos datos de instituciones como ProMendoza, Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza, Instituto de Desarrollo Rural y la Bolsa de Comercio de la Provincia de Mendoza. Se consultaron tabulados de acceso público en publicaciones impresas y en los sitios web de los organismos correspondientes. Además, se accedieron a algunas bases de datos, a partir del procesamiento de las cuales nos fue posible construir indicadores más cercanos a nuestros objetivos de investigación que los provenientes de la información ya procesada y publicada por las instituciones anteriormente mencionadas. Intentaremos a continuación realizar una reseña de la información.

A.I.1. Base de datos de bodegas del Instituto Nacional de Vitivinicultura

El INV dispone de información completa (a partir del procesamiento de registros administrativos propios) sobre las características de los viñedos y de la etapa de procesamiento de la uva, y de fraccionamiento y comercialización de vino. En este caso, la unidad estadística es el viñedo o la bodega empadronados y se utilizaron tanto series de tiempo como datos de años puntuales. Esta fuente abarca a la totalidad del universo de análisis. Al mismo tiempo, es necesario destacar que el registro elaborado por esta institución tiene como función la fiscalización de diversos aspectos vinculados a la cantidad y calidad de los productos elaborados por bodegas y viñedos. De esta forma se asegura la correcta cobertura de la fuente de datos en cuestión. A su vez, tiene la desventaja de no tratarse de un registro elaborado con fines estadísticos, lo cual trae entre otros problemas, algunas inconsistencias en los datos que tratamos de controlar. Sobre la materia prima proveniente de estos registros administrativos (y adicionalmente a los datos publicados por el organismo) nos fue posible trabajar con una base de datos de bodegas brindada especialmente por el organismo por pedido especial. Los

resultados de estos procesamientos fueron utilizados en el capítulo 2. Valen algunas aclaraciones previas: fue necesario realizar una limpieza de los registros en la base de datos. En efecto, en primer lugar, fue necesario excluir aquellas bodegas que aparecen como “registradas” por el INV, pero que no estuvieron activas (es decir, no elaboraron vino) en el año correspondiente. Este criterio se corresponde con la distinción que elabora el mismo organismo entre empresas “inscriptas” (que figuran en el registro) y empresas “elaboradoras” (que han producido vino en el año correspondiente). Distinción que responde al hecho de que existen locales (bodegas) que salen y bodegas que entran de la producción. En segundo lugar, fue necesario excluir del análisis aquellas que podían presentar algunas inconsistencias: por ejemplo, que no registraban litros de vino elaborados, pero que sí registraban litros de vino fraccionado o exportado⁸⁷. El resultado de estas exclusiones fue el siguiente:

Tipo de bodega	Año	
	2004	2011
Elaboradoras (incluidas)	621	694
No elaboradoras (excluidas)	264	251
Total	885	945

Allí elaboramos una tipología de bodegas de la Provincia de Mendoza a partir de la combinación de tres variables.

- forma de comercialización, es decir, si la bodega sólo vende a granel (exclusivamente) o fracciona (aunque sea en un pequeño porcentaje). Esta variable tiene dos categorías: bodega trasladista o bodega fraccionadora, respectivamente. La variable fue construida a partir de otras dos: “cantidad de vino elaborado” y “cantidad de vino fraccionado”. Aquellas bodegas que habían elaborado vino, pero no habían elaborado vino fraccionado fueron clasificadas como trasladistas y el resto como fraccionadoras.

-orientación de mercado: la misma fue elaborada a partir de calcular el porcentaje de vino (fino o común) o mosto exportado, sobre el total de vino elaborado. A partir de esta proporción las bodegas fueron clasificadas de la siguiente manera: a) orientadas exclusivamente al mercado interno (aquellas que exportaban el 0% del vino elaborado); b)

⁸⁷ Lógicamente, cabe la posibilidad de que se trate de bodegas que no elaboraron vino en el año y que se dedicaron a exportar lo elaborado en años anteriores. Sin embargo, a los efectos de contar con un criterio uniforme y unívoco se decidió excluirlos del análisis. También existe la posibilidad de que existan bodegas que fraccionan pero no elaboran, pero ante la imposibilidad de confirmar la existencia de estas situaciones optamos por excluirlas.

orientadas predominante al mercado interno (aquellas que exportaban igual o menos del 50% del total de vino elaborado) y c) orientación predominante al mercado externo (aquellas que exportaban más del 50% del total de vino elaborado).

-orientación productiva: esta variable fue construida solamente para aquellas bodegas que fueron clasificadas como fraccionadoras. Esto se debió a la limitación existente en el hecho de no disponer para el total elaborado por todas las bodegas el dato de lo que correspondía a vino genérico y lo que correspondía a vino varietal. En cambio, para las bodegas fraccionadoras sí disponíamos cuánto fraccionaban y qué producto (genérico o varietal) cada una. De esta manera, a partir de relacionar los dos tipos de vinos, las bodegas fueron clasificadas en dos categorías: a) aquellas en las que predominaba el vino varietal (la proporción de vino varietal fraccionado sobre el total fraccionado era mayor a 50%); b) aquellas en las que predominaba el fraccionamiento de vino común (la proporción de vino común fraccionado sobre el total fraccionado era mayor al 50%).

Presentamos en el capítulo 2 el resultado de los tipos de bodegas para los años 2004 y 2011. Luego, para 2011 presentamos datos por tipo de bodega de elaboración promedio y cantidad total de elaboración de vino y mosto, por tamaño a partir de la cantidad de elaboración, por regiones geográficas y por producto exportado.

A.I.2. Base de datos del Censo Industrial Provincial (DEIE)

La DEIE es la institución del Gobierno de la Provincia de Mendoza encargada de los relevamientos económicos y sociales (censos y encuestas) en ese territorio. De esta institución utilizamos procesamientos inéditos de datos provenientes y elaborados por INV (por ejemplo, ingresos del sector vitivinícola según producto), así como también los informes económicos que publican anualmente. Además, también realizamos procesamientos especiales de la base de datos del Censo Industrial Provincial (CIP) 2002/2003 el cual nos fue útil para construir una tipología de empresas vitivinícolas (dedicadas a vino y/o mosto). Si bien este relevamiento tenía como unidad estadística el local industrial, los técnicos construyeron una base de datos cuya unidad de análisis es la empresa industrial, la cual produce a través de uno o más locales.

Así, la tipología de empresas vitivinícolas se construyó incorporando las siguientes variables (en el capítulo 3 realizamos una explicación más detallada de algunas cuestiones ligadas a la construcción de la tipología):

- año de inicio de actividad,
- origen del capital a partir de la pregunta 4.2 del cuestionario: “¿Tiene la empresa participación de capital de origen extranjero?”. Categorizamos como “nacionales” a las empresas que se encuentran constituidas íntegramente por capital nacional y “extranjeras” a todas aquellas empresas, que en cualquier porcentaje tengan alguna participación del capital extranjero.
- orientación de mercado de acuerdo a la pregunta 10.5 del cuestionario: “¿Qué porcentaje de sus productos vendió en el mercado externo durante el año 2002?” medido a partir del porcentaje sobre el monto total de ventas del año 2002. Esta variable podía resultar en tres categorías: 1) las empresas que venden sus productos sólo en el mercado interno (exclusivamente mercado interno), 2) aquellas que orientan más del 50% de la venta de sus productos al mercado interno (predominio del mercado interno) y 3) por último, aquellas empresas que destinan más del 50% de las ventas de sus productos al mercado externo (exportadoras).

A partir de estas tres variables construimos la tipología con ocho tipos de empresas vitivinícolas en la Provincia de Mendoza. Posteriormente, presentamos datos de estos tipos de empresas vitivinícolas respecto a tamaño de acuerdo a participación en ventas, a tamaño de las empresas según valores de ventas, a personal ocupado, a regiones geográficas, a vinculación o control por otra empresa o grupo económico y a compra de insumos en el mercado extranjero.

Remitimos para mayor información sobre este Censo al Informe publicado en CEPAL de Giménez, Patricia *et al.* (2004).

A.I.3. Base de datos sobre operaciones de capital en la vitivinicultura de Mendoza

Además, construimos una base de datos sobre las operaciones de capitales que se habían realizado en la vitivinicultura mendocina, especialmente, en el período comprendido entre comienzos de la década de los '80 y 2011. La unidad de análisis y registro estuvo constituida por cada operación de capital referida a transferencias de propiedad, venta de acciones o inversiones. Esta base de datos fue complementada a partir de la revisión de diarios de Mendoza (Los Andes, Uno y Mdz on line) y de Buenos Aires (La Nación y Clarín) de la revisión de material institucional (páginas web, documentos, etc.) de las propias empresas y de la bibliografía existente (Azpiazu y Basualdo, 2001, 2008,

Neiman y Bocco, 2005 y Bocco, 2007). Las variables que registramos de cada unidad fueron las siguientes:

- período de ingreso: antes de 1995, entre 1995 y 2001 y entre 2002 y 2011.
- según origen del capital: extranjero, nacional y mixto
- según inserción sectorial del capital: diversificado, vitivinícola y vitivinícola y otras bebidas.
- según forma del capital: pequeño capital, gran capital transnacional, transnacional y fondo financiero.

A.I.4. Algunas consideraciones sobre los datos utilizados

La triangulación entre estas tres bases de datos al estar formadas por unidades de análisis diferentes permitió complementar las entradas al objeto de estudio. Sin embargo, es necesario tener en cuenta los alcances de cada una de las fuentes. La base de datos del INV cuya unidad de análisis era la bodega oculta la posibilidad de que varias bodegas correspondieran a una misma empresa. De esta forma, no consiste en una fuente óptima, por ejemplo, para analizar procesos de concentración de la propiedad en la actividad. En cambio, sí brinda una imagen confiable de la estructura productiva vitivinícola y una primera aproximación a los tipos de bodegas en cuanto a sus características socio-productivas. Además, permite ponderar en el total de bodegas el fraccionamiento y el predominio de vino genérico o vino varietal. Es, además, una fuente de datos confiable y adecuada para un potencial análisis de entradas y salidas de la actividad de las diferentes bodegas (demografía de empresas).

La base de datos del CIP 2002/2003 constituye una fuente muy importante en nuestra aproximación al objeto de estudio. En primer lugar, porque la unidad de análisis es la empresa, con lo cual se supera la limitación que señalamos anteriormente (referida a los procesos de concentración de la propiedad de las empresas). En segundo lugar, hace posible realizar un acercamiento al análisis del origen de los capitales que operan en la vitivinicultura, así como del momento de ingreso en la actividad (año de inicio), dos variables ausentes en los datos del INV.

Por último, la base de datos de elaboración propia de operaciones de capital en la vitivinicultura, permite por un lado, ampliar el período de estudio ya que se extiende hasta 2011 respecto a los datos del Censo Industrial y por otro lado, permite en relación

al ingreso de nuevos capitales en la vitivinicultura ponderar los orígenes de los capitales así como llegar a una mayor desagregación, principalmente local/nacional, extranjero y mixto. Además, permite aislar el análisis de los capitales transnacionales del total de los capitales extranjeros, sus características y dinámicas de inserción. Por supuesto, por la forma de construcción de la base, ésta tiene la desventaja de no poder cubrir el universo de las operaciones de capital.

ANEXO II. TRABAJO DE CAMPO

Para alcanzar los objetivos de esta investigación realizamos varias instancias de trabajo de campo en la Provincia de Mendoza, basadas en la administración de entrevistas semi-estructuradas a propietarios y personal gerencial y técnico de bodegas y de cámaras empresariales, y a funcionarios de organismos de gobierno.

La primera de estas etapas de recolección de información, fue llevada a cabo a principios de 2009, tuvo un carácter exploratorio y duró un mes. El objetivo principal fue establecer un primer acercamiento al objeto de estudio, intentando conocer algunas de las percepciones de los sujetos respecto a los procesos y consecuencias de la reconversión de la actividad que la bibliografía identificaba.

La segunda etapa la realizamos a comienzos de 2010 (durante un mes) y avanzamos en entrevistas a bodegueros e informantes claves de las organizaciones del sector. El objetivo fue lograr un primer mapeo de las organizaciones empresarias presentes en el sector, indagando acerca de su composición social, sus orígenes, sus formas de organización y las relaciones existentes con otras organizaciones y con el Estado. Además, también en esta instancia realizamos visitas guiadas a cinco bodegas con el objetivo principal de conocer el proceso productivo en la elaboración de vino. A su vez, éstas nos permitieron reflexionar sobre en qué medida en estas bodegas se producían procesos vinculados a la reconversión vitivinícola, especialmente en lo que se refería a la tecnología utilizada, el tipo de mercado principal (interno o externo), los tipos de productos (genérico y fino), el origen del capital, etc.

Entre los meses de septiembre a diciembre de 2010, realizamos una tercera etapa del trabajo de campo intensiva. Se basó en la realización de entrevistas a propietarios, administradores y personal gerencial de las empresas vitivinícolas. Estas entrevistas tuvieron el objetivo de reconstruir las trayectorias recientes de los diferentes sectores al interior de la burguesía vitivinícola considerando la evolución de sus empresas y las estrategias desarrolladas. También realizamos observaciones en foros empresariales del sector como el VI Foro Internacional Vitivinícola y el Lanzamiento del Departamento de Enoturismo de Bodegas de Argentina que se llevaron a cabo en septiembre y principios de octubre, respectivamente, en la provincia. Las observaciones constaron principalmente de la asistencia a estos encuentros empresariales donde se desarrollaron paneles dedicados, en el primer caso, a la temática del crecimiento de la actividad

vitivinícola en un contexto de mercados saturados a nivel global y en el segundo, a la presentación del área dedicada a turismo de Bodegas de Argentina.

También realizamos entrevistas a informantes claves, principalmente bodegueros y funcionarios que participen o hayan participado en las organizaciones sectoriales de Bodegas de Argentina, Corporación Vitivinícola Argentina, Centro de Viñateros y Bodegueros del Este, Unión Vitivinícola Argentina y Fondo Vitivinícola de Mendoza. Además, este acercamiento a las organizaciones de la burguesía vitivinícola también nos sirvió para recabar documentación interna y pública de éstas.

En total, en esta tercera etapa realizamos 21 entrevistas, realizadas tanto a los propietarios y personal gerencial de las bodegas como a gerentes y presidentes de las cámaras empresariales.

La última instancia de trabajo de campo la realizamos durante los meses de agosto y septiembre de 2011. En la misma continuamos realizando entrevistas semiestructuradas a bodegueros y gerentes de empresas vitivinícolas con los mismos objetivos mencionados anteriormente. De la misma forma, también continuamos entrevistando a gerentes y presidentes de cámaras empresariales, así como a funcionarios de gobierno de instituciones de la actividad vitivinícola. En total, en esta instancia concretamos 13 entrevistas: 9 correspondientes a bodegueros y gerentes y 4 a organizaciones (Instituto Nacional de Vitivinicultura, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria-Regional Cuyo y Cámara de Fabricantes y Exportadores de Mosto).

A continuación presentaremos un cuadro resumen de los casos de empresas vitivinícolas abordados a través de las entrevistas y sus características socio-productivas principales.

Empresa	TRAYECTORIA DE LA EMPRESA EN LA ACTIVIDAD					Dpto.	ABASTECIMIENTO DE UVA				Cant. de elaboración	% de venta al mercado externo	% de venta al mercado interno	Tipos de productos	Cámara empresarial
	Año de inicio en la actividad	Origen del capital	Compra o nueva inversión	Inserción del grupo empresarial	Cant. de bodegas		% propio	% comprado a productores	Otros	Cant. de has. propias					
1-Empresas antiguas, nacionales y mercado internistas															
Caso 1	1970	locales	nueva inversión	Coop. vitivinícola	1	Tunuyán		25 productores (entre 5 has y 20 has)			3 mill.		100%	finos, a granel	ACOVI
Caso 2	1966	locales	compra y nueva construcción	Coop. vitivinícola	1	Tupungato		12 productores socios (entre 5 y 25 ha)	Elaborac. a terceros	25 mil qq (socios)	2,5 mill.	0%	100%	común, a granel y muy poco en damajuana	Ninguna
Caso 3	1927	locales (inmigrante italiano)	nueva inversión	Vitivinicultura	1	Luján de Cuyo	50% de lo propio lo venden			300	1,3 mill.	0%	100%	finos, a granel	Ninguna
2-Nuevas empresas, nacionales y mercado internistas															
Caso 4	1996	local	nueva inversión	Dulces y vinos	1	Tupungato	0%	100%		0	70 mil	0%	100%	finos, mayoría a granel	Ninguna
Caso 5	1997	locales	compra	Vitivinicultura	1 propia y 1 alquilada	Maipú	30%	50%	20% elaborac. a terceros	305	17 mill.	0%	100%	genéricos y varietales, a granel y mosto.	UVA
3- Empresas antiguas, nacionales y predominantemente mercado internistas															
Fecovita	80 se forma y 87 adquieren Giol	locales	Adquisición de Giol (fraccionamiento-comercialización)	Fed. de coop. de productores	6	Maipú	35 bodegas les abastece del 96% del vino				240 mill. (fracc.)	30%	70%	85% vinos de baja gama y mosto	ACOVI y WOFA ⁸⁸
Caso 7	1973	locales	nueva inversión	Diversificado	1	Maipú	25%	75%		155	4,5 mill.	30% (c/ marca no	70%	finos,	Bdgs de Arg. y

⁸⁸ Wines of Argentina

												propia)		fraccionados	WOFA.
Caso 8	1968	locales	nueva inversión	Vitivinicultura	1	Tupungato	propia		Elaborac. a terceros (no mucho)	80	1 mill.	Pequeña escala	mayoría	Finos, 30% granel y 70% fraccionado (90% en damajuana)	Cámara de Agricultura de Tupungato, UVA
Caso 9	1933	locales	nueva inversión	Vitivinicultura	1	San Martín	58%		42% elaborac. por cuenta de terceros	300	12 mill.	20%	80%	finos, 66% en damajuana y el resto a granel	Bdgs. de Arg., UVA, WOFA., CEM ⁸⁹ y Cámara de Turismo de San Martín
4- Nuevas empresas, nacionales y predominantemente mercado internistas															
Peñaflor	2010 actual grupo, la primera empresa nace en 1914	nacional	compra	Diversificado	6 en Arg.	Maipú	22%	78%	compran vino	3.000	242 mill.	50% en venta	50% en venta	todos los segmentos y mosto	Bdgs de Arg., Cámara del Mosto, UVA, WOFA
Caso 11	2002	locales	compra	Diversificado	3 más 1 cava	Guayma- llén	80%	20%		250	800 mil	40%	60%	finos	WOFA
Caso 12	1998	nacional	compra	Alimentos y bebidas	2 y alquilan 2 o 3 más	Luján de Cuyo	20%	80%	compran vino	352	13,5 mill.	20%	80%	finos, 50% gama baja, 30% media y 20 % alta gama	Bdgs. de Arg. y WOFA
5- Empresas antiguas, nacionales y orientación exportadora															
Caso 13	1968	locales	nueva inversión	Vitivinicultura	1	Maipú	75%	25%		900	18 mill.	66%	33%	finos, fraccionados	UVA y WOFA
Caso 14	1982	locales	compra y desde 2008 ampliación	Vitivinicultura	1	Guayma- llén	S/D	S/D			262,5 mil	60%	40%	finos y espumantes	Bdgs. de Arg.

⁸⁹ Consejo Empresarial Mendocino

6- Nuevas empresas, nacionales y orientación exportadora															
Caso 15	2002	locales	alquiler	Diversificado	1	Luján de Cuyo	95%	5%		11	26,2 mil	90%	10%	finos y orgánicos, fraccionados	Ninguna
7- Nueva empresa, extranjeras y predominio mercado internista															
Caso 16	1989	austriacos	compra	Diversificado	1	Luján de Cuyo	50%	50%		670	12 mill.	45%	55%	finos, fraccionados	Bdgs. de Arg. y WOFA
8- Nuevas empresas, extranjeras y orientación exportadora															
Caso 17	2004 (después queda un socio)	norteamericano	nueva inversión	Importadora de vinos y restaurant	1	Luján de Cuyo	20%	80%		32	270 mil	95%	5%	finos, fraccionados	Bdgs. de Arg. y WOFA
Caso 18	2000	holandeses	nueva inversión	Diversificado	2 (una en S.Juan)	Tunuyán	98%	2%		700	10,8 mill.	55%	45%	finos, fraccionados	Bdgs. de Arg. y WOFA
Caso 19	1996	chileno	compra de una bodega pequeña, posteriormente ampliada	Vitivinicultura	2	Maipú	50%	50%	compran vino	1200	22,9 mill.	70%	30%	genéricos, fraccionados	Bdgs. de Arg. y WOFA
Caso 20	1997 (produjeron sin bodega ni viñedos)	italianos-argentinos	nueva inversión	Enología y otros diversificados	1	Luján de Cuyo	35%	65%		45	983,6 mil	90%	10%	finos, fraccionados	Bdgs. de Arg. y WOFA
9- Antigua, extranjera y predominantemente mercado internista															
Chandon	1960	franceses	nueva inversión	Diversificado	2	Luján de Cuyo	30%	70%		600	30 mill.	10%	90% de (salvo una marca)	finos y espumantes, fraccionados	Bdgs. de Arg.