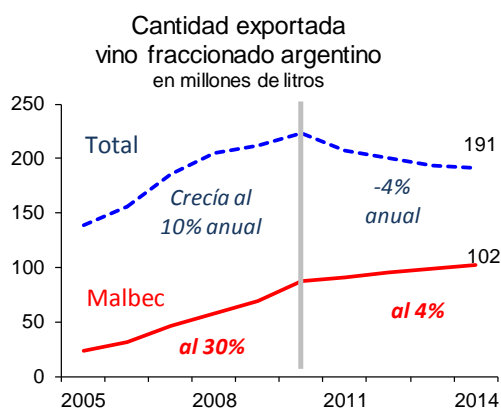


## Ni el Malbec resiste el deterioro de la competitividad argentina

Jorge A. Day  
IERAL Mendoza  
Marzo 2015

Messi, bife de chorizo y Malbec, nombres que nos identifican a los argentinos. Años atrás, hubo un boom de ventas de esos vinos, especialmente en el mercado externo, gracias a su reconocimiento mundial. Lamentablemente, la pérdida de competitividad argentina ha llegado al Malbec.

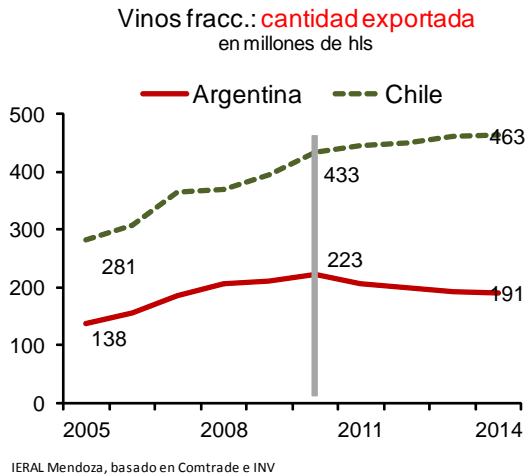
Vamos a los hechos. En el periodo post devaluación del 2002, las cantidades exportadas de vino fraccionado (generalmente en botellas) aumentaron a fuerte ritmo, a un promedio del 10% anual. Dentro de esas ventas, el Malbec volaba, aumentando a un 30% anual. Actualmente, se exporta cinco veces más que en 2005.



IERAL Mendoza, basado en Observatorio Vitivinícola

Sin embargo, luego del 2010, se estancaron las ventas. El total de vinos fraccionados comenzaron a caer a un ritmo del 4% anual. El Malbec pudo evitar esa caída, y siguió vendiéndose más, a un ritmo inferior. Está perdiendo fuerza.

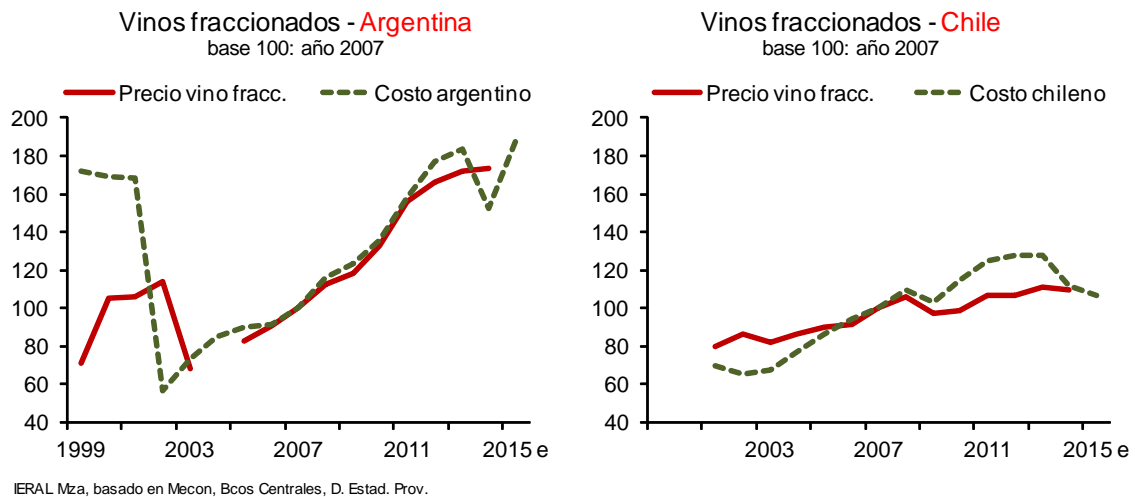
¿Ocurrió lo mismo en el mundo en materia de vinos? Resulta conveniente tener en cuenta a uno de los principales competidores, el vecino Chile. A diferencia de Argentina, en aquel país trasandino continuó exportando más vino en botellas, luego del año 2010.



¿Qué ha causado estas diferencias? De todo un poco, pero principalmente Argentina ha perdido competitividad. Esto se nota en los costos crecientes en dólares.

Para responder, se tomará como base 100 el año 2007 (con un dólar ni tan caro ni tan barato en nuestro país). Luego de la crisis del 2002, el precio promedio del vino argentino, en dólares, ha seguido una dinámica creciente y muy similar a los costos argentinos. En 2014, con la devaluación hubo una caída en esos costos, pero para este año se habrán recuperado (o sea, Argentina vuelve a encarecerse).

### Dinámica de precio y costo en dólares



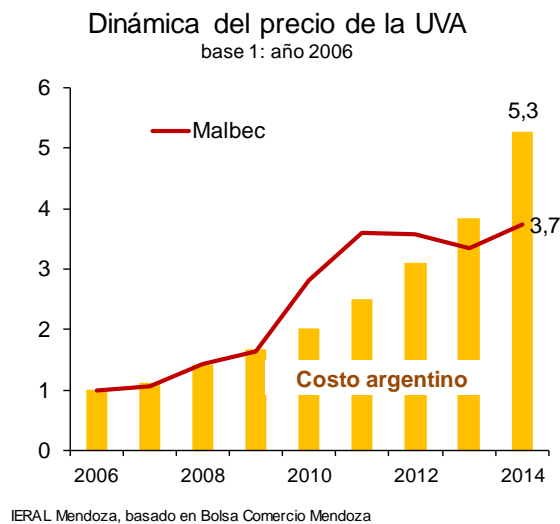
Un punto llamativo es cómo consiguieron mayores precios del vino. En una primera parte, la atracción de los nuevos vinos (los de origen argentino) generó una mayor demanda por los mismos, elevando sus precios. Había estudios que mostraban que vinos argentinos, con similar calificación enológica que otros californianos, resultaban más barato, lo cual promovía su compra.

Pero esto no puede ser permanente. Entonces, ¿cómo siguieron aumentando los precios promedios en dólares? La respuesta está en que se redujeron las ventas de cajas de vinos de bajos precios (al dejar de ser rentables su exportación). Así matemáticamente sube el precio promedio.

En Chile, los costos chilenos en dólares también habían venido aumentando pero a menor ritmo. Su pérdida de competitividad fue más lenta. Esto permitió a los exportadores de Chile poder ofrecer vinos a precios atractivos (no tan altos). Y así explica cómo pudieron seguir aumentando las ventas externas de vino fraccionado luego de 2010, mientras que disminuyeron las de Argentina. Sólo el Malbec pudo evitar la caída, pero porque se redujo su precio promedio. Algo difícil de mantener si vuelven a aumentar los costos vitivinícolas en dólares.

Todo esto se agravaría para 2015 por dos razones. Nuestro país seguirá perdiendo competitividad, puesto que se evitarán bruscas devaluaciones para que no se escape la inflación. Estabilizará el mercado interno, pero jugará en contra de las economías regionales (incluido el Malbec). A eso se agrega que Chile sí está devaluando, reduciendo así sus costos de producción, permitiendo ofrecer menores precios. La segunda razón es que Chile comenzará a beneficiarse de aranceles cero en varios grandes países compradores de vinos, hecho que no tiene nuestro país.

Esta complicada situación para los exportadores argentinos repercute con mayor fuerza sobre los productores primarios, en este caso, los viñateros. Como los costos de elaboración, embotellamiento y comercialización del vino siguen creciendo al ritmo de la inflación, no así los precios del mismo vino, las bodegas se quedan con menos fondos para pagar la materia prima. A tal punto, luego de un fuerte aumento hace cinco años atrás, el precio de la uva Malbec (y de otras tintas) se ha mantenido estancado (en pesos), a pesar de estar en un contexto inflacionario.



Resumiendo, el vino Malbec se hizo famoso, siendo muy demandado a nivel mundial. Ha contribuido con el sector vitivinícola a encontrar nuevos mercados en colocar sus productos. Sin embargo, desde hace unos años no acompaña la rápida pérdida de competitividad. Aunque se vende más Malbec, ha caído su ritmo notoriamente (y lo lograron con menores precios), y han disminuido las exportaciones de otros vinos fraccionados. Esta situación, que se asemeja a varias economías regionales, terminan impactando a exportadores, y mucho más a productores primarios.