

Para ganar mercados una clave está en el costo país: el caso de los vinos

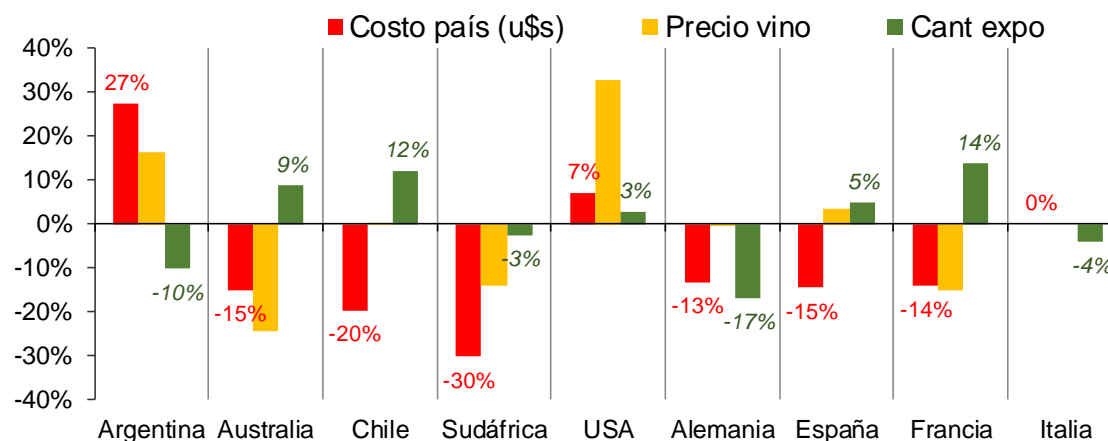
Jorge A. Day - IERAL

El costo argentino pesa fuertemente en las economías regionales, y el vino, uno de los productos emblemáticos del país, no es una excepción. En los últimos años, los mayores costos de producción y comercialización han obligado a cobrar mayores precios, y así se va reduciendo las cantidades exportadas. Si esto fuese poco, adicionalmente, se ha dado el fenómeno inverso en otros grandes países productores de esta bebida mágica, por lo cual ellos están exportando más. Nos están ganando en competitividad.

Para mostrar este fenómeno, se comparará la situación de productores del Viejo Mundo (Francia, Italia, España y, de lejos, Alemania) y del Nuevo Mundo (Argentina, Chile, Australia, Sudáfrica y EEUU). Tomaremos como referencia el periodo 2010/11. En realidad, el costo argentino comenzó a acelerarse unos años antes, pero las exportaciones de vinos fraccionados comenzaron a declinar luego del 2011.

Vino fraccionado de exportación - Cambio en países

var % periodo 2015/16 vs 2010/11- basado en Comtrade, FMI y BC



En el transcurso de cinco años, el costo país en dólares aumentó un 27% en Argentina (y eso que hubo dos devaluaciones en ese periodo), que es la sensación empresaria, con sus distintos costos (laborales, impositivos, logísticos, financieros, etc.). Ante esta situación, también han aumentado sus precios promedios de exportación (en menor porcentaje). Y por ende, se terminó exportando un 10% menos de estos vinos.

¿Qué ocurrió en los otros países? En varios, como Australia y Chile, nuestros competidores más directos, y en España y Francia, sus costos en dólares disminuyeron, lo que les permitió disminuir sus precios de exportación, y así aumentaron las cantidades exportadas. En Sudáfrica, aunque no pudo incrementar sus ventas externas, al menos cayeron en un porcentaje bajo.

Entre las excepciones hubo uno con suerte y otro no tanto. En EEUU sus precios aumentaron mucho más que sus costos internos, y aparte pudieron incrementar sus cantidades exportadas, mientras que en Alemania se dio el fenómeno contrario.

La relevancia de este tema es que, a nivel mundial, ha habido una tendencia a consumir más vinos importados. En los grandes productores europeos (Francia, Italia, España) y en Argentina, desde al menos dos décadas el consumo local de vinos ha venido declinando. Afortunadamente por otro lado, el resto del mundo ha ido demandando más vinos, como en EEUU, Reino Unido y China, y esta última fuerza alcista tenía más peso, y así aumentaba el consumo mundial de vinos ... hasta la crisis financiera internacional (2008/9).

A partir de ese momento, dicho consumo mundial se ha estancado, pero se sigue bebiendo más vinos importado (veinte años atrás el 25% de los vinos consumidos mundialmente eran importados, y ahora es más del 40%).

Eso implica que la estrategia para los grandes productores de vinos, que sufren la caída de su consumo local, es continuar apuntando a los mercados externos. Para ello es esencial que su costo país sea relativamente bajo, para así hacer frente a los mejores vinos, y más en un mundo que consume la misma cantidad. La competencia se ha tornado más feroz.

Dejando las tendencias, ahora veamos un poco de coyuntura. Los datos anteriores están hasta 2016. En ese año y en 2017, la coyuntura para la vitivinicultura argentina se había complicado porque hubo dos muy bajas cosechas (caídas de hasta del 30%). No sólo hubo menos materia prima, que se tradujo en menor cantidad elaborada y exportada de vinos, sino además mayor costo de las uvas, reduciendo la competitividad de las bodegas argentinas. Además, en 2017 el dólar se rezagó levemente con respecto a la inflación, elevando el costo país en Argentina. No fue un buen año.

Para 2018, la coyuntura le jugaría a favor del país, al menos por tres puntos. (1) Se espera una mayor cosecha (15%), que implica más materia prima con menores costos de uva. (2) A inicios de este año hubo una devaluación, lo cual ha reducido levemente el costo país en dólares. (3) La última cosecha en los países europeos fue muy baja, por lo que podría esperarse una mayor demanda de los vinos de sus competidores (como Argentina), que permita exportar más y a un mejor precio promedio.

Una mejor coyuntura no implica que deba olvidarse que Argentina continúa sufriendo un problema de altos costos en dólares, y se nota en distintos ítems, como laborales, logísticos, impositivos y financieros. Como el agujero en las finanzas gubernamentales continúa siendo importante, es posible que esos costos se mantengan altos. Pero al menos el gobierno nacional muestra señales de un intento por reducirlos.