

LA CONCENTRACIÓN EN EL MERCADO VITIVINÍCOLA EL MODELO COOPERATIVO COMO ALTERNATIVA¹

CARLOS ALBERTO IANNIZZOTTO
MARÍA JOSÉ MESCOLATTI

Para analizar la evolución del mercado vitivinícola, se deben observar algunos aspectos de la oferta productiva. En los siguientes apartados, se analizarán algunos indicadores de la actividad en el ámbito de la producción primaria, elaboración y fraccionamiento, para luego arribar a reflexiones sobre la tendencia de la concentración o posicionamiento actual de la actividad vitivinícola en su conjunto y a la alternativa cooperativa y a su federación.

1. PRODUCCIÓN

Analizando la evolución de la superficie cultivada, según datos del INV, mientras que en el año 1994 la superficie de vid ascendía a 209.838 ha, conformadas por 34.988 viñedos, lo cual arroja una media de 6 ha/viñedo; en 2015 las hectáreas aumentaron a 225.581 con 25.049 viñedos (con una superficie media 9 ha/viñedo). A simple vista, puede inferirse que, si bien la superficie total se incrementó un 7,5% en los últimos 20 años, la cantidad de viñedos se redujo en un 27,7%. Es decir, que la mayor superficie cultivada se concentró en menores propietarios. Hay más tierra cultivada, el negocio sigue creciendo, pero con una menor cantidad de viñas y cada una con mayor extensión promedio.

Mendoza en el año 94 poseía 144.539 hectáreas de vid con 19.219 viñedos (relación 7,5 ha/viñedos), lo que representaba casi un 69% de la superficie total. A

¹ Este texto forma parte del libro: ELGUE, M. C. (2017). *La Otra Economía. Entre la economía popular y la economía social*. Buenos Aires, Argentina: Corregidor.

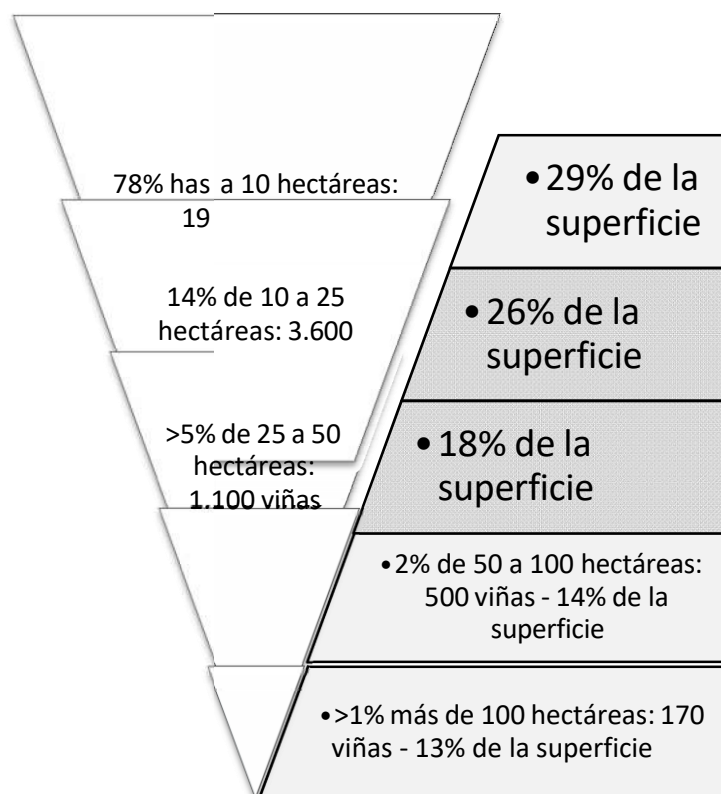
² Abogado. Presidente de CONINAGRO (2016-2018). Productor vitivinícola. Integrante del staff de FeCoVita, a través de la cual llega a CONINAGRO. Gerente de la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas de Mendoza (ACOVl), Integrante de la Mesa Ejecutiva de la Corporación Vitivinícola Argentina desde el 2005 (COVIAR). E-mail: driannizzotto@gmail.com.

³ Lic. en Economía (UNC). Ha cursado la Maestría en Administración de Negocios - UNC (tesis en elaboración). Ha participado en el Programa de Fortalecimiento de Oficinas de Vinculación y Transferencia Tecnológica, financiado con fondos del BID. Actualmente desarrolla tareas de investigación y coordina el equipo del Observatorio Cooperativo de Economías Regionales de ACOVI. E-mail: mjmescolatti@gmail.com.

2015, posee 159.649 ha (un 10,5% más), participando en un 71% de la superficie total. Se podría concluir que, prácticamente ha mantenido su posición relativa de superficie de vid frente al resto de las provincias vitivinícolas. Para 2015, se registraron 16.510 viñedos, representando un 14% menos de establecimientos, con una relación de 10,3 ha/viña. Se puede apreciar que la evolución en Mendoza mantiene los mismos patrones que a nivel nacional: más tierra pero distribuidas en menos viñas con una media mayor.

San Juan, que le sigue en extensión, en 1994 tenía 47.571 hectáreas de vid, un 22,7% del total, con 9.025 viñedos (relación 5,3 ha/viñado), mientras que 20 años más tarde posee una superficie de 47.497 ha, siendo del 21% su participación. La cantidad de hectáreas ha permanecido prácticamente invariable a lo largo del período analizado, perdiendo casi 2 puntos en su participación relativa del total país. Al 2015, posee 5.121 viñas, un 43% menos, con una relación de 9,3 ha/viña. Es decir que el fenómeno observado, tanto en el caso de Mendoza como a nivel país, se acrecienta en la provincia de San Juan, en donde disminuyó casi a la mitad la cantidad de viñedos registrados y la razón de ha/viña pasó a 9,3.

En cuanto a la extensión de los viñedos, según datos del INV para el año 2015, casi el 78% corresponden a extensiones de hasta 10 hectáreas, con más de 19.500 pertenecientes a pequeños productores. Mientras que alrededor del 92% de las explotaciones vitícolas son de tamaño pequeño/mediano, rango que puede establecerse hasta 25 hectáreas, esto implica algo más de 23.000 viñas. Luego, en el rango siguiente (de 25 a 50 ha), se ubicarían menos del 5% de los viñedos (unos 1.100), un 2% de 50 a 100 ha (menos de 500 explotaciones) y sólo alrededor de 170 viñedos de más de 100 ha, que representan menos de un 1%.



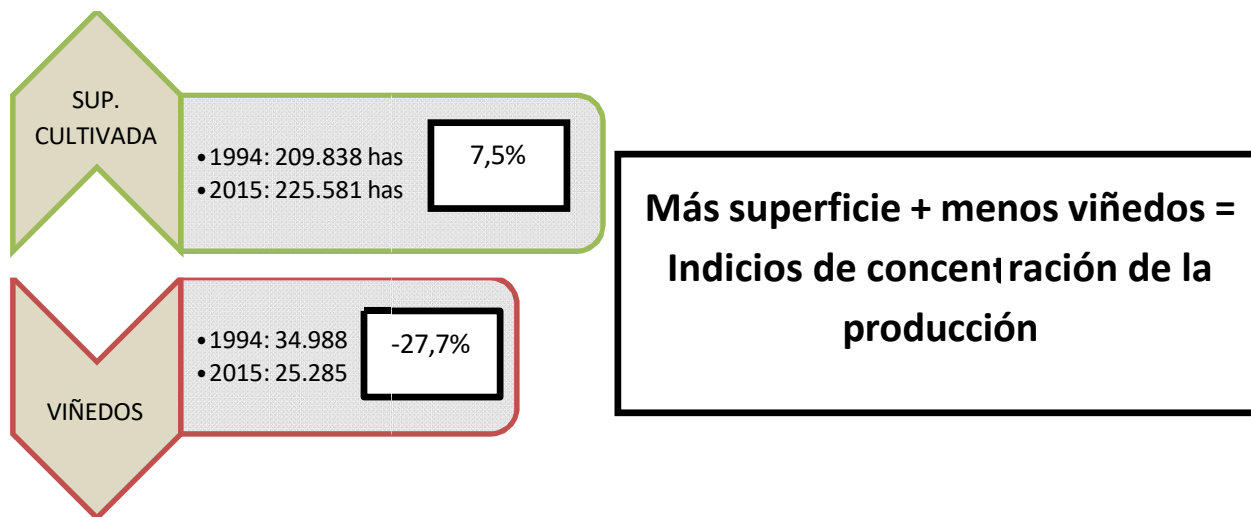
Del gráfico anterior, se desprende que el 46% de la superficie implantada de vid en total está compuesta por tan sólo 1.770 viñas de un total de más de 25.000 registradas. Sólo el 7% del total de viñedos representa casi la mitad de la extensión cultivada. Sin conocer a priori la propiedad de los viñedos, si se supone que cada propietario es dueño de sólo un viñedo, se puede inferir que 1.770 sujetos concentran casi el 50% de la tierra implantada de vid.

Haciendo un análisis evolutivo se obtiene que, en promedio, las explotaciones de hasta 15 hectáreas se redujeron un 29,5% entre 1990 y 2012. Mientras que las de mayor escala, a partir de 15 hectáreas, se han incrementado en el período especificado. A 2012 crecieron un 67% la cantidad de viñas de más de 100 ha, un 41% los viñedos de 50 a 100 ha, un 27% las explotaciones de entre 25 y 50 hectáreas y un 8% las medianas, de 15 a 25 ha.

Para el caso de Mendoza, ocurre algo similar: el 76,5%, es decir 12.600 viñedos son de una extensión menor a 10 ha. También se observan disminuciones de la cantidad de viñedos más pequeños (hasta 7,5 ha), mientras que en rangos mayores se perciben aumento de explotaciones.

Gráficamente, se pueden distinguir estos indicadores, que darían indicios de la evolución hacia la concentración en el ciclo productivo primario:

- Superficie cultivada/Cantidad de viñedos – 1994 y 2015:
 Promedio 1994: 6 ha/viñedo
 Promedio 2015: 9 ha/viñedo

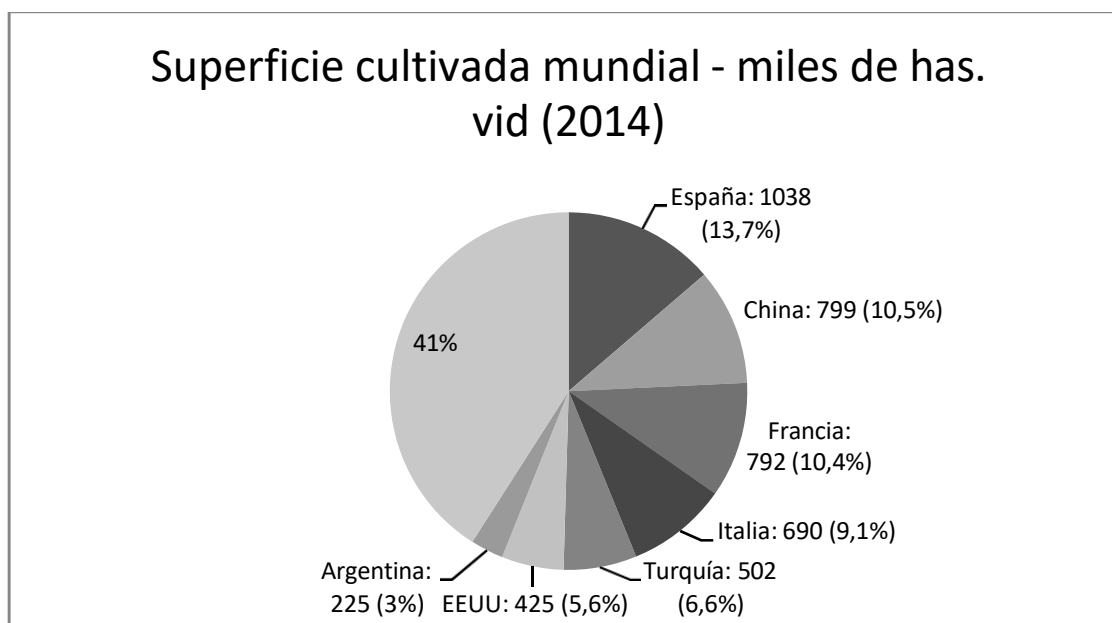


A nivel mundial, si bien se han producido desplazamientos en la superficie implantada, la realidad sigue marcando cinco países líderes que concentran el 50% de la superficie vitícola cultivada. Han aparecido nuevos jugadores, como es el caso de China, mientras que ha habido movimientos, como es el caso de Argentina, que desplazó de los primeros lugares a Irán y Rumania. Así mientras que, para finales de la década del 90, la superficie vitivinícola mundial ascendía a 7.708 miles de ha, de las cuales el 51,5% estaban situadas en España, Francia, Italia, Turquía y USA, para el 2014 los cinco principales países productores concentran el 49,75% de la superficie global, que según datos de la OIV, alcanzó las 7.573 millones de ha. Así, Argentina ocupa el 7mo. Lugar, con el 3% de la superficie total, habiendo desplazado a Irán y Rumania, y luego de España (1.038 miles de ha – 13,7%), China (799 miles de ha – 10,5%), Francia (792 miles de ha – 10,4%), Italia (690 miles de ha – 9,1%), Turquía (502 miles de ha, 6,6%) y EEUU (425 miles de hectáreas, 5,6%).

Ranking de los 6 primeros países con mayor superficie vinícola:

País	Superficie cultivada 96-00 (en miles ha)	Participación (%)	Superficie cultivada 2014 (en miles de ha)	Participación (%)
España	1.184	15,36%	1.038	13,7%
Francia	915	11,87%	792	10,4%
Italia	909	11,79%	690	9,1%
Turquía	584	7,57%	502	6,6%
EEUU	376	4,87%	425	5,6%
China	218	2,82%	799	10,5%
Total mundial	7.708	54,28%	7.573	55,9%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OIV



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OIV

1.1. DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO

Para profundizar el análisis, se comparten los resultados de la Corporación Vitivinícola Argentina, los cuales mediante dos indicadores comúnmente utilizados, generan indicios o aproximación a la situación de cada sector, es decir indican cómo se distribuye la generación de riqueza dentro de los eslabones y si el mercado se encuentra más o menos diversificado.⁴

Según publica esta institución (analizando los datos disponibles para el año 2013) el coeficiente de Gini arroja un valor de 65,5 lo que podría interpretarse como una situación moderadamente concentrada. Mientras que el 10% de los productores de menor superficie (en promedio 2 ha) poseía sólo el 2%, el 50% de los productores más chicos, representaba el 8% de la producción. En el otro extremo, el último decil, es decir el 10% de los productores con mayor proporción de superficie cultivada (en promedio 80,3 ha), detentó el 58% de la producción.

2. ELABORACIÓN

En cuanto a la cantidad de bodegas elaboradoras, según se desprende de un informe del INV, en el año 2006 existían 958 establecimientos elaboradores, de los cuales 696 se encontraban en la provincia (72,6%). Por su parte San Juan concentraba el 17%, es decir 162 bodegas.

En el 2015 se registraron 884 establecimientos elaboradores. Es decir que, en 9 años, se perdieron 74, casi un 8% menos y a razón de 8,2 bodegas por año. Esto puede representar una señal de crisis o bien que menos manos concentran mayor poder económico y capacidad de elaboración. Mendoza posee 634 bodegas que elaboran un 71,7%, mientras que en San Juan hay establecidas 121 bodegas, es decir un 13,7%.

San Juan y, en menor medida Mendoza, fueron perdiendo establecimientos que se generaron en otras provincias como Salta, que duplicó su existencia de bodegas (de 17 en 2006 pasó a 32 en 2015) y las “nuevas” provincias como

⁴ Se citan resultados expuestos por la Corporación Vitivinícola Argentina en su publicación “Análisis Integral de la Vitivinicultura Argentina (Febrero 2016)”. El Coeficiente de Gini mide la dispersión en la distribución de los ingresos y, sus valores se encuentra entre 0 y 100%. Un valor de 0% corresponde a perfecta igualdad donde todos los actores tienen los mismos ingresos y un valor de 100% corresponde a una perfecta desigualdad donde un actor tiene el 100% de los ingresos. El otro índice utilizado es el de “Herfindahl-Hirschmann” que mide el grado de concentración o diversificación del mercado, con valores entre 0,00 que indicaría una situación de diversificación ideal y 0,18 como valor extremo que indica concentración. En el medio se puede considerar que valores entre 0,10 y 0,18 indican mercados moderadamente diversificados mientras que entre 0,00 y 0,10 el mercado está diversificado.

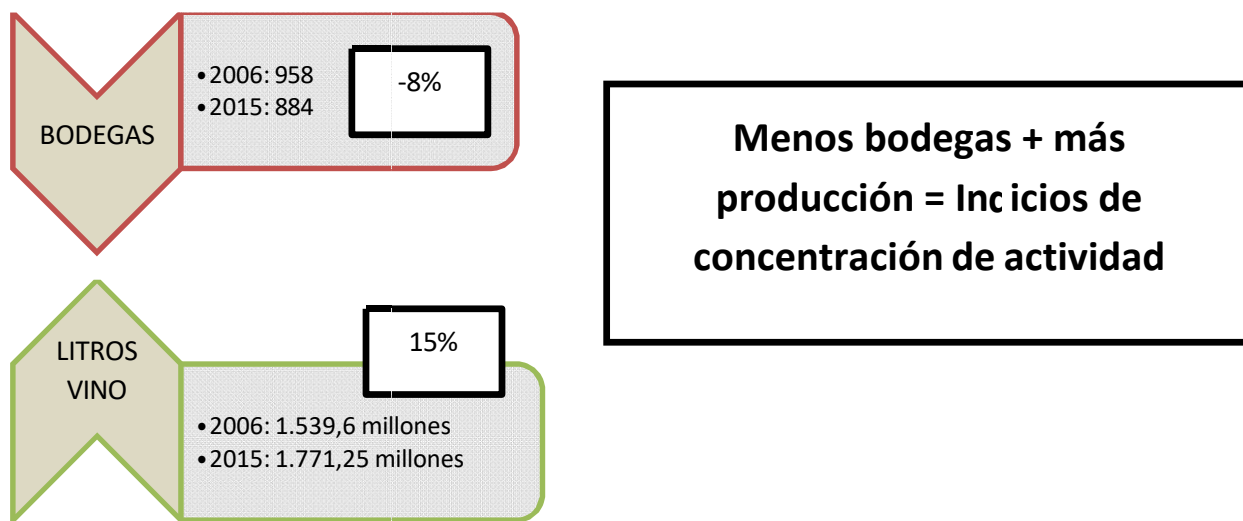
Córdoba, La Pampa, Capital Federal y otras, que pasaron de albergar 11 establecimientos en 2006 a 23 en 2015.

En cuanto a la elaboración de vinos, en 2006 se elaboraron un total de 1.539,6 millones de litros. La media por bodega arroja que se elaboraban a razón de 1.607.098 litros por bodega.

En 2015, se elaboraron 1.771,3 millones de litros de vino (un 15% más de 2006), mientras que teniendo en cuenta la cantidad de bodegas elaboradoras, en promedio la relación litros/bodegas arroja un valor de 2.003.676 litros por bodega. Es decir que en la evolución de los últimos 10 años analizados, se elaboró más pero en menos bodegas, con lo cual la relación promedio acusa más litros elaborados por bodega. Según estadísticas de la Corporación Vitivinícola Argentina para el año 2013, casi el 90% de los establecimientos elaboradores tenían una capacidad de elaboración de menos de 5 millones de litros.

Teniendo en cuenta estos parámetros, la situación actual parece indicar movimientos que tienden a la concentración de la actividad económica en el sector vitivinícola, tanto en el sector productivo, como se vio anteriormente, como en el de elaboración. En síntesis y representando estos indicadores gráficamente:

- Litros elaborados/Cantidad de bodegas – 2006 y 2015:
 Promedio 2006: 1.607.098 litros/bodega
 Promedio 2015: 2.003.676 litros/bodega



2.1. DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO⁵.

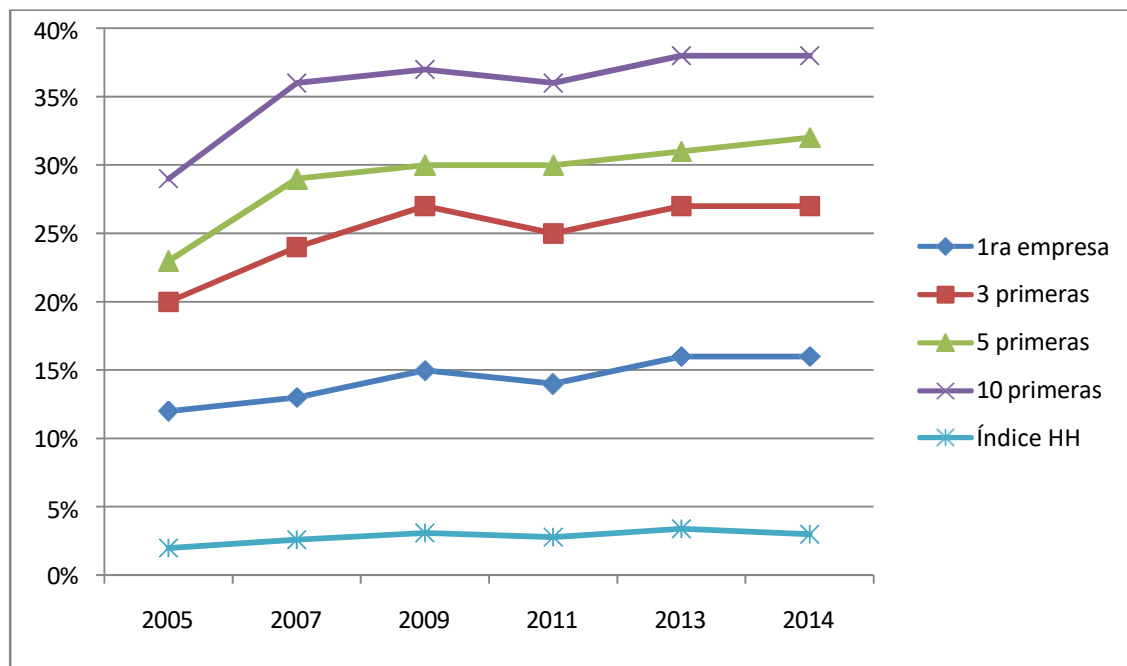
El sector elaborador, según datos aportados por COVIAR, presentaría mayor concentración, ya que el coeficiente de Gini arroja un valor de 74%. Si se tienen en cuenta los establecimientos del año 2014, que son 805 establecimientos registrados⁶, se advierte que el 10% de los elaboradores de menor escala (con una elaboración menor a 24.000 litros) producían el 0,1% de la elaboración total, mientras que el 10% de establecimientos mayores (más de 3 millones de litros) ostentaban el 67%.

Analizando este indicador, se observa que el fenómeno de desigualdad se ha ido intensificando: el coeficiente de Gini pasó de 69% en 2005 a 74% en 2014. Mientras que, en el año 2005, la empresa más grande elaboró el 12% del total, en el 2014 esta cifra trepó al 16%, es decir que acaparó más poder en el mercado. Este movimiento se observa analizando las 10 principales empresas, que de producir el 29% del total hace una década, en 2014 elaboraron el 38% del total del sector.

Este resultado también es respaldado por el Índice de Herfindahl-Hirschmann, el cual ha incrementado su valor en la década analizada, pasando de 0,020 en 2005 a 0,030 en 2014. Si bien aún los valores siguen estando en zona de “diversificación”, se advierte un movimiento ascendente del índice, lo que reflejaría una tendencia a la concentración.

⁵ Favor remitirse a los indicadores descriptos en el pie de página anterior.

⁶ El estudio en el que se basa esta información, ha considerado como establecimiento elaborador al grupo económico en su conjunto, con lo cual se agrupan en un solo establecimiento todas las empresas o cooperativas asociadas a un mismo grupo o establecimiento elaborador.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COVIAR

3. FRACCIONAMIENTO

En cuanto al fraccionamiento, los números evidencian signos de que la actividad está medianamente concentrada entre las grandes empresas.

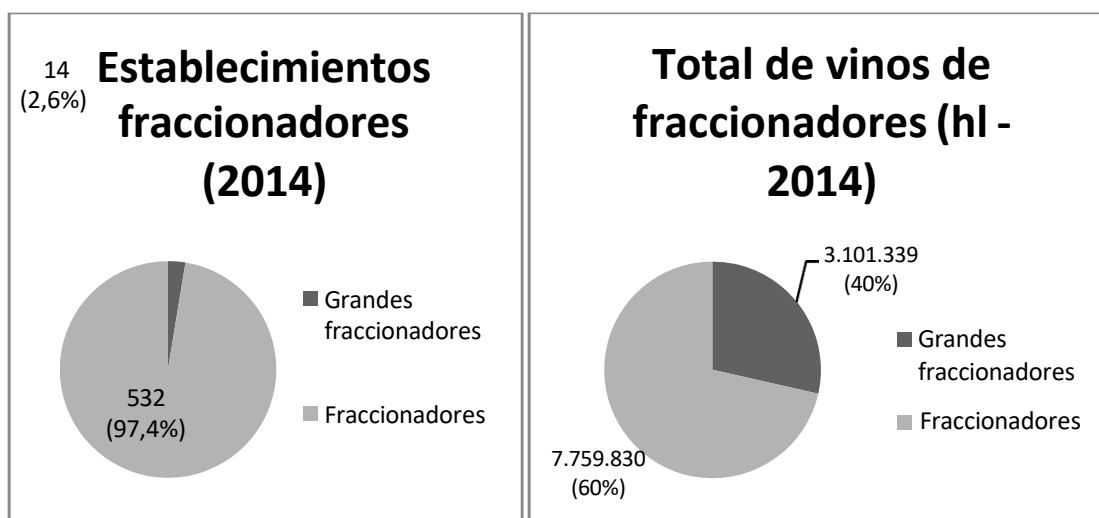
Según datos de la Corporación Vitivinícola Argentina, la comercialización total de vinos (tanto mercado interno como externo) disminuyó alrededor de 1,7 millones de hectolitros entre 2006 y 2014, mientras que la participación de las 20 primeras empresas de la cadena se incrementó en igual período, pasando de ser el 60% en 2006 al 75% en 2014, es decir que vendieron 0,7 millones de hl más. El “grupo de las 20 más grandes” comercializó en 2014 algo más de 9 millones de hl (900.765 miles de litros) del total de poco más de 12 millones de hl.

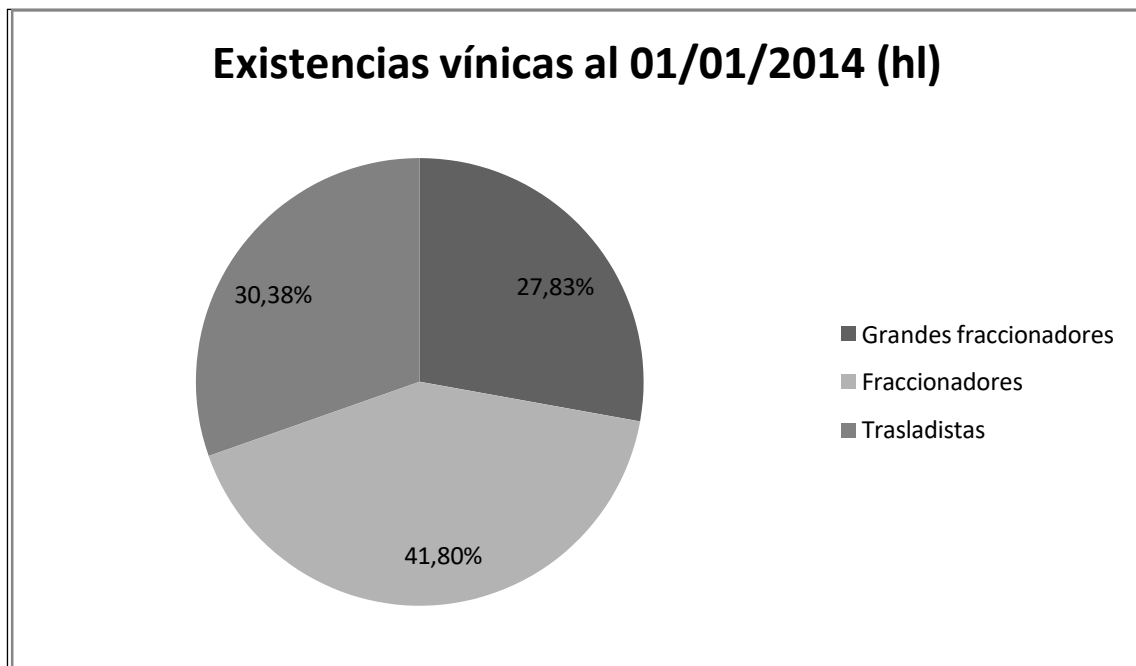
Para el año 2013, se registraron 847 establecimientos comercializadores (que fraccionan y venden tanto en el mercado interno como externo), de los cuales 808 (un 95%) vendían menos de 5 millones de litros.

Según datos del INV, en sus informes anuales, se comercializaron en 2015 en el mercado interno 10.261.080 hl de vino fraccionado, lo que representa el 99,92% del total de salidas al consumo total. Para el año 2008, la cantidad de litros fraccionados y comercializados en el mercado interno ascendió a 10.641.603

hl (99,66% del total), con una caída del 3,6% en los despachos de vino fraccionado comparándolo con 2015.

Según datos de este mismo organismo, a comienzos de 2014 se registraron en total 546 establecimientos fraccionadores, de los cuales 14 son considerados grandes, por despachar más de 1.000.000 de litros mensuales. O sea que el grupo de los grandes representa el 2,6% del total de establecimientos que registraron fraccionamiento, pero mantienen existencia en vînicas por 3.101.339 hectolitros, que es el 40% del total de las existencia de vînicas del sector fraccionador (7.759.830 hl), sin tener en cuenta las bodegas trasladistas (que no informaron fraccionamiento en el año analizado).





Fuente: Elaboración propia en base a datos de INV

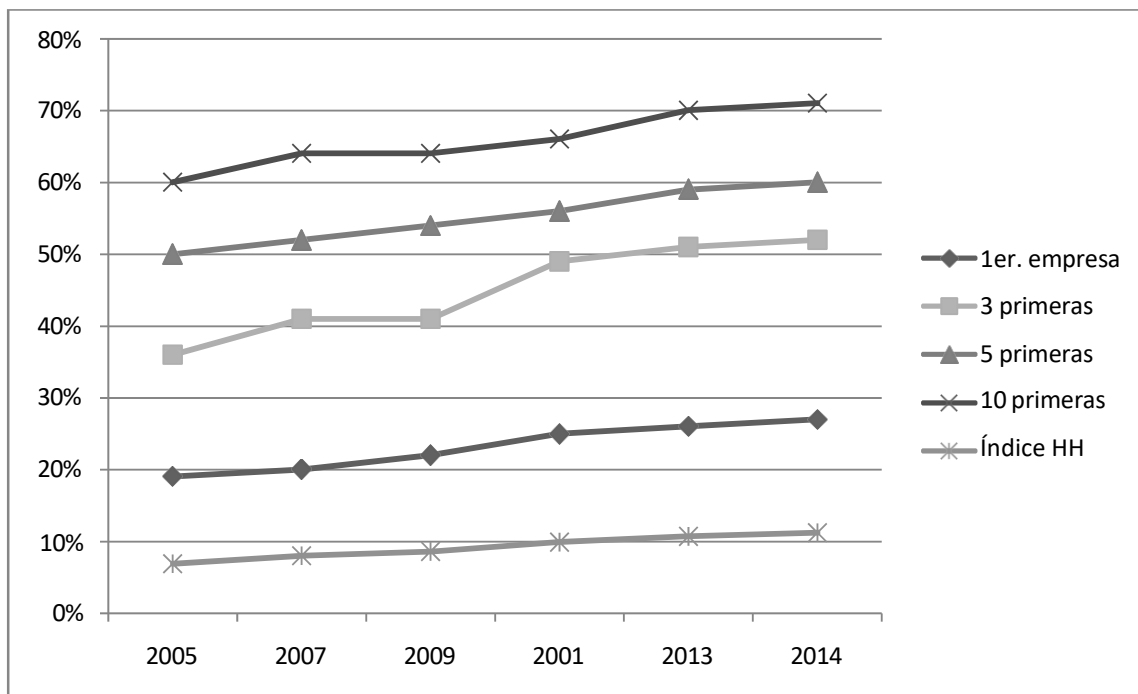
Sólo 14 establecimientos mantenían en existencia casi el 28% de las existencias de vino para comercializar. Y mientras mayor es la cuota que mantienen del total a comercializar, mayor poder de mercado detentan al momento de negociar la compra de más cantidad de producto.

A su vez, estas 14 empresas que concentran gran parte de la actividad, estaban compuestas por 6 grupos económicos y 8 empresas unipersonales. De las existencias en su poder, más del 75% era propia y el resto de terceros.

3.1. DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO

Analizando el sector fraccionador, se puede aseverar un crecimiento en la desigualdad marcado por el valor del Gini que arroja un 88% y el cual se ha incrementado desde 2005 a 2014. Así por ejemplo, el 10% de los más grandes (último decil) pasó del 90% del mercado en 2005 al 94% en 2014. De este modo, la principal empresa del sector fraccionador pasó de participar del 19% del total a principios de la década estudiada, al 27% en el año 2014. Este fenómeno se repite analizando las 10 principales fraccionadoras.

Nuevamente estos resultados se condicen con el incremento que demuestra el índice HH acercándose al valor que indica “mercado concentrado”.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COVIAR

4. VENTAS

Los datos de la COVIAR arrojan que en el año 2013 se vendieron 1.000 millones de litros a través de los canales “modernos” -supermercados, hipermercados y mayoristas-, “tradicional” –almacén y autoservicio- y “abierto” –restaurantes, hoteles y otros-, llegando a unos 14,6 millones de consumidores aproximadamente. En este eslabón, y dada la gran dispersión y cantidad de puntos de venta (más de 200.000 en el país), los vinos de los grandes compiten con los de bodegas pequeñas. De estos canales de venta, el 85% se vendió en almacenes y autoservicios.⁷ El resto se reparte en supermercados y, en menor medida, en los canales abiertos (restaurant y hoteles).

⁷ www.aredelvino.com.

5. ALGUNAS REFLEXIONES

El análisis de las etapas del ciclo vitivinícola evidencia un camino hacia una actividad más concentrada. Sin embargo, es importante comparar el sector con otras economías, para poder enfocarse más a nivel agregado. Así por ejemplo, en el caso de los sustitutos del vino, como son la cerveza y la gaseosa, el mercado de estas dos bebidas se encuentra prácticamente monopolizado. Mientras que en la cerveza dos empresas controlan el 93% del mercado, en el caso de las gaseosas las dos principales detentan el 84% del mercado, demostrando una concentración más marcada que la industria vitivinícola.⁸

En cuanto a los insumos del sector vitivinícola, también se encuentran evidencias de mayor concentración relativa. En el caso de los agroquímicos, una sola empresa controla el 88% del mercado y, en fertilizantes y herbicidas, las dos empresas líderes se apropian del 79% y del 77% del mercado, respectivamente, según datos que se extraen de la Corporación Vitivinícola Argentina.

Esta situación claramente afecta la competitividad del sector, puesto que mientras mayor poder detentan pocas empresas, menos poder en la determinación de los precios se puede tener por sí.

Para el caso de otras economías regionales suceden casos con marcada concentración⁹:

- Lácteo: en el caso de la producción primaria aún se mantiene diversificada con 11.800 productores tamberos. Mientras que existen 912 establecimientos industriales (usinas lácteas), en el final de la cadena 2 empresas procesan el 33% de la leche cruda.
- Azúcar: la empresa líder controla el 75%.
- Yerba mate: en el eslabón primario se observa una situación similar al sector vitivinícola, sin embargo en los otros eslabones existen bastante menos cantidad de jugadores que en la vitivinicultura. Sólo existen 239 secaderos, 69 acopiadores y 118 molinos. Mientras que en el fraccionamiento, sólo 12 establecimientos participan y sólo 19 son exportadores/importadores.

Si se compara con otros competidores mundiales, la industria vitivinícola goza, aún en la Argentina, de cierta diversificación:

- Nueva Zelanda: 800 productores primarios, 700 bodegas.
- California: 4.600 productores y 2.800 bodegas.

⁸ “Análisis Integral de la vitivinicultura Argentina” – Corporación Vitivinícola Argentina (Febrero 2016).

⁹ “Análisis Integral de la vitivinicultura Argentina” – Corporación Vitivinícola Argentina (Febrero 2016).

- Chile: 8 familias tienen el 60% del mercado de exportación, una sola empresa tiene el 25% del volumen y 4 empresas fraccionan el 70% del vino consumido en el mercado interno.

Con lo cual y, habiendo observado la realidad de otras economías regionales y de otros competidores y países, la situación parece todavía mantenerse en un grado moderado de diversificación, con varios jugadores de tamaño grande, mediano y pequeño, que otorga cierta salud económica a la actividad. El desafío pasa por mantener este sano posicionamiento, con medidas que favorezcan la protección de los actores más pequeños, que son los que menos espalda tienen para sobrellevar los vaivenes económicos.

Un ejemplo claro es la forma asociativa, que busca generar volumen y economía de escala para que pequeños productores puedan comercializar los vinos de la mano de la cooperación, manteniendo la propiedad de sus tierras y complementándose integradamente.

6. EL MODELO COOPERATIVO COMO ALTERNATIVA A LA CONCENTRACIÓN

Desde el movimiento cooperativo se atiende a los aspectos económicos y productivos, a la destrucción de puestos de trabajo y a la problemática de las migraciones. El éxodo rural hacia las ciudades, se produce porque las unidades productivas rurales no generan una renta que permita mantener las familias arraigadas. Estos son algunos aspectos que no se resuelven con medidas coyunturales sino que incluso están más allá del crecimiento económico.

Existe una idea economicista que intenta explicar la prosperidad de acuerdo a los factores macroeconómicos, niveles de inflación o tasas de interés. El desarrollo no está asociado exclusivamente a esos indicadores. Existen investigaciones que muestran que hay factores extraeconómicos que pesan fuertemente en la sustentabilidad del desarrollo y la distribución de la riqueza (Sen, 2007).

Es por ello que se insiste en la búsqueda de una política agropecuaria orientada a buscar un crecimiento equitativo de todos los integrantes de la cadena, que, claramente, no surge espontáneamente del mercado: requiere de una construcción integral con la participación pública-privada. Este crecimiento propone integrar a todos los eslabones con distribución proporcional entre la producción primaria, la industria, el comercio, los servicios y los salarios.

Es el “eslabón primario” el que debe ser reforzado, para que participe en mayor medida en la renta de la cadena. Ya que analizando cómo se distribuye la renta en cada uno de los eslabones, se observa una relación directa con la concentración de capital en cada nivel de actividad. La combinación de capital y trabajo es muy distinta en la actividad primaria, en la actividad transformadora, en la actividad comercializadora y en algunos servicios como los financieros. Esa conformación de “la mezcla productiva” es la que va a determinar el ritmo de crecimiento y por lo tanto la renta de cada eslabón.

Este fenómeno, se manifiesta en los distintos eslabones de la cadena de valor: aquellos que están más cerca de la producción primaria tienden a rezagarse y los que están en la comercialización o representan otros servicios a la producción, tienden a adelantarse. Y ello es una característica presente en varios sectores regionales: se observa en la leche, el trigo, la carne, la fruta, el vino.

En los ámbitos donde existe una cultura de la asociación y de la integración, esta polarización se ve atenuada. Tal es el caso de las cooperativas, que mantienen y constituyen un puente entre las actividades económicas y las necesidades de las familias y de las instituciones que ellas conforman.

Las cooperativas pulsan al mismo tiempo los requerimientos del mercado y las necesidades sociales, a través de la cultura de la asociación y de la distribución de los excedentes. Es constatable que donde hay movimientos cooperativos las polarizaciones del mercado se atenúan.

En este sentido, personalidades como Bernardo Kliksberg, pionero de la responsabilidad social empresaria, en su libro “Primero la Gente” y Amartya Sen, Premio Nobel de Economía (1998) se explayan sobre la capacidad de construir formas de cooperación.

Hay una creciente corriente mundial en torno al modelo cooperativo. No sólo como modelo económico en crecimiento sino también como alternativa social¹⁰. Desde el movimiento cooperativo, es vital poder dar a conocer y promocionar este modelo exitoso de integración como respuesta a un mundo cada vez más concentrado y ferozmente competitivo.¹¹

A nivel nacional, este movimiento que ha sabido fortalecerse a lo largo de la historia, hoy representa cerca del 6% del PBI argentino. En lo que respecta a la industria agroalimentaria, las cooperativas representan el 9%. Además el cooperativismo participa en el 5,6% de las exportaciones primarias y agroindustriales y, comercializa cerca del 22% de la producción del campo,

¹⁰ Según cifras del Observatorio Mundial de las Cooperativas, las 300 principales cooperativas auguraban un crecimiento de más del 7% en la Cumbre de Cooperativas de Quebec (2016).

¹¹ Fuente: ACI (Alianza Cooperativa Internacional).

empleando en forma directa a más de 360.000 personas en toda la cadena de valor¹².

Las economías regionales tienen gran presencia de empresas cooperativas, destacando el caso del té y del tabaco, con el 45% de participación de cooperativas en la comercialización, seguida por el sector vitivinícola, con el 33% de lo comercializado.

7. EL COOPERATIVISMO VITIVINÍCOLA

Un ejemplo claro de integración y que avanza, en contraposición a la concentración capitalista, es el caso de FeCoViTa, uno de los grupos vitivinícolas más importantes de Argentina. Transita más de 35 años fortaleciendo el espíritu y los valores del cooperativismo, apoyando el esfuerzo cotidiano y esforzado de miles de productores.

Articula su actividad a través de 29 cooperativas de primer grado, de las zonas vitivinícolas más apreciadas de Mendoza, generando futuro sustentable para 5.000 productores asociados en 25.000 hectáreas de viñedos.

Esta Federación da empleo directo e indirecto a más de 1.100 personas y cuenta con 12 centros de comercialización ubicados a lo largo de todo el país para optimizar la distribución de sus productos a más de 2.000 grandes y medianos clientes del territorio nacional.

7.1. PRESENCIA INTERNACIONAL

La filosofía de la organización es generar valor para toda la cadena integrada, potenciando la mejora de la calidad de los productos, de forma tal de poder acceder a los segmentos más competitivos del mercado vitivinícola internacional.

En línea con la estrategia de abrir las puertas hacia el mundo, FeCoVita ha promovido y consolidado diversos acuerdos, alianzas y convenios para erigir una potente red de calidad, tecnología y logística que le permite afirmar su presencia en mercados insignia.

Además, cuenta con una sede en Brasil (San Pablo) y, a través del acuerdo con el grupo VINADEIS, opera en el mercado de China con una oficina en Shanghai. Con esta alianza estratégica, se posiciona como el tercer grupo

¹² Fuente: CONINAGRO.

vitivinícola del mundo, llegando a comercializar más de 560 millones de litros en conjunto.

Los productos de FeCoVita se exportan a más de 27 países del mundo, incluidos Estados Unidos, China, Japón y Rusia.

En cuanto a su presencia en el mercado interno, FeCoVita comercializa más de 260 millones de litros en el país (INV 2014), lo que convierte a la organización en la número uno en ventas de vinos fraccionados, con el 30% de participación en el mercado argentino.

8. A MODO DE CIERRE

El modelo cooperativo considera fundamental el desarrollo integral de las personas que la integran, tomando en cuenta no solo a los empleados que tienen vínculos directos e indirectos con la organización, sino a todos aquellos que forman parte de la cadena de valor del cooperativismo y del asociativismo.

De esta forma, el capital cooperativo se engrandece, fortaleciendo al propio sistema y a la comunidad a la que pertenece. La integración de los productores a las cooperativas fomenta la defensa de los intereses del sector con mayor fuerza, con desarrollo institucional, preservación y mejora del agregado de valor del producto; con industrialización y comercialización de los productos regionales a una escala más apropiada y sustentable.

Referencias bibliográficas

Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentina (ACOVI). Observatorio de Economías Regionales. Sitio web www.observatorio.acovi.com.ar.

Coninagro, sitio web www.coninagro.org.ar.

Corporación Vitivinícola Argentina. (2016). Análisis integral de la vitivinicultura argentina.

Instituto Nacional de Vitivinicultura, sitio web www.inv.gov.ar.

Mescolatti, M. J., Ghilardi Sierra, M., y Araujo Furlan, S. (2016). *La vitivinicultura argentina desde una mirada cooperativa*. ACOVI – Observatorio Cooperativo de Economías Regionales.

Observatorio Vitivinícola Argentino, sitio web www.observatoriova.com.

Organización Internacional de la Viña y el Vino, sitio web www.oiv.int.

Portal de noticias areadelvino.com, sitio web www.areadelvino.com.

Sen, A. y Kliksberg, B. (2007). *Primero la gente. Una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado*. Barcelona: Deusto.