

12

ECONOMÍAS REGIONALES

Microeconomías de la vitivinicultura en Córdoba

Capítulo 12: ECONOMÍAS REGIONALES

Microeconomías de la vitivinicultura en Córdoba¹

La elaboración vitivinícola en la región centro del país se remonta al siglo XVII, cuando constituía la principal zona de producción del Virreinato del Río de la Plata. A pesar de no suponer el ejemplo paradigmático de condiciones climáticas para esta actividad, las condiciones para el desarrollo agroindustrial en Córdoba, los éxitos obtenidos en concursos internacionales, la tradición viñatera nacional y la afluencia turística provincial habilitan a pensar en un importante potencial de expansión en el marco de las políticas públicas adecuadas.

12.1 Introducción

La vitivinicultura cordobesa comprende una gran cantidad de bodegas y pequeños productores artesanales esparcidos por el centro-oeste y norte de la provincia. Si bien el sector predominante en la economía provincial es el de los servicios, la vasta dotación de recursos naturales hace destacar el sector agroindustrial cordobés a nivel nacional. En este contexto, la vitivinicultura ha experimentado una fuerte expansión en el último tiempo tanto en la producción de vinos tradicionales como en los de alta gama o calidad enológica, compitiendo regiones de vasta trayectoria como Cuyo y Salta.

La producción vitivinícola doméstica se ubica en los primeros planos a nivel internacional, tratándose del noveno mayor país en términos de superficie implantada con vid y el quinto mayor elaborador de vino, bebida nacional, elaborado a lo largo de las casi mil bodegas en el territorio nacional. A partir de la instalación del ferrocarril que vinculaba las provincias de San Juan y Mendoza con la Capital Federal en el año 1884, las provincias cuyanas concentraron – merced de sus privilegiadas condiciones climáticas por la presencia del cordón montañoso – esta actividad. No obstante, desde la época colonial existieron incipientes emprendimientos en las regiones del centro y de la costa atlántica del país.

Un caso particular fue el afianzamiento de los viñedos primeramente en la ciudad de Colonia Caroya y sus zonas de influencia (departamento Colón), en la provincia de Córdoba, desde donde los Jesuitas, instalados desde 1618, exportaron el primer vino de Sudamérica. Actualmente la vitivinicultura cordobesa comprende una gran cantidad de bodegas y pequeños productores artesanales esparcidos por el centro-oeste y norte de la provincia, donde labarrera natural contra la humedad que constituye la Cordillera de los Andes más se deja sentir (IIE, 2014).

Existe en la provincia un recorrido llamado “Caminos del Vino”, que es una ruta que invita a recorrer y conocer sus producciones vínicas, abarcando nueve bodegas y cinco productores artesanales, integrados de manera uniforme a lo ancho de tres regiones: Colonia Caroya y alrededores hacia el norte de la capital provincial, Valle de Calamuchita hacia el sur y Traslasierra hacia el oeste. Existe incorporación también a otros circuitos turísticos como la Ruta de los Quesos.

¹ El presente capítulo es una síntesis de un documento desarrollado por el IIE, para el Ministerio de Industria, Comercio, Minería y Desarrollo Científico Tecnológico de Córdoba, denominado “Estudio para el desarrollo, fortalecimiento y modernización de la cadena vitivinícola en la Provincia de Córdoba” financiado a través del Consejo Federal de Inversiones bajo el número de expediente 14 339 00 01.

La investigación está fundada en metodologías de encuestas, entrevistas y reuniones con empresas y, especialmente, talleres participativos en las principales regiones vitícolas de Córdoba, contando con viñateros, bodegueros, representantes instituciones relacionadas a la agricultura y medio ambiente, representantes municipales, y personas interesadas en la vitivinicultura.

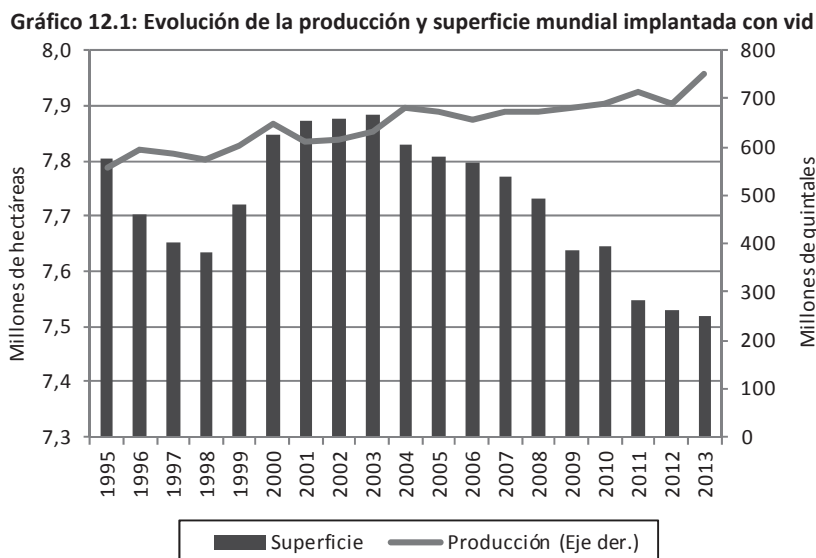
En especial en aquellos departamentos de menores recursos, la actividad agroindustrial y turística es clave para el sostenimiento de la vida social, no sólo por tratarse de un motor generador de puestos de trabajo, recursos fiscales y exportaciones, sino también por ser un factor de retención de población.

12.2 Breve panorama internacional

Las dos franjas de cultivo de vid a nivel mundial se encuentran comprendidas en los climas templados entre las latitudes 50° norte y 30° norte sobre la línea ecuatorial, y las latitudes 30° sur y 50° sur por debajo de la misma. Tradicionalmente, la superficie cultivada de viñedos, la producción de uva y la elaboración de vinos se ha caracterizado por estar principalmente en manos de un grupo de países dominantes: España, Francia e Italia. Sin embargo, desde hace unas décadas la industria del vino mundial ha atestiguado la aparición en escena de un conjunto de nuevos países emergentes (Estados Unidos, China, Australia, Argentina) que a lo largo de una progresiva consolidación en el sector disminuyeron el peso del viejo continente.

En cuanto a los niveles de producción mundial, China se encuentra a la vanguardia con 91 millones de quintales, en segundo lugar aparece Italia con 71 millones de quintales, luego se posiciona EE.UU. con 67 millones, Francia con 66 millones, España con 57 millones, Turquía con 43 millones y más atrás Argentina con 30 millones. Este cúmulo de países explica el 61% de la producción, es decir, la producción está más concentrada que la superficie sembrada, dado que los diez principales productores explican el 71% del total cosechado. Del total de la cosecha mundial de uva, el 68% va a la industrialización, un 30% se destina a consumo en fresco y un 2% a pasas de uva (IIE, 2014).

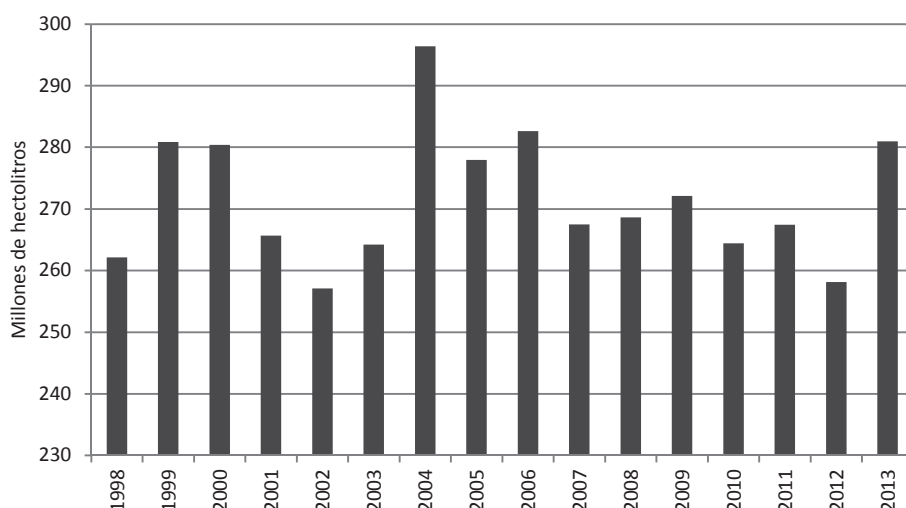
Analizando la evolución de las superficies implantadas a nivel mundial se observa en el Gráfico 12.1, que desde mediados de la década del '90 esta presentó una gran variabilidad, con periodos de crecimientos y decrecimientos, aunque aumentando hasta el 2003 a una tasa del 0,7% interanual, alcanzando un máximo de 7,9 millones de hectáreas (ha) y luego decayendo hasta llegar a 7,5 millones de hectáreas en el año 2013—obedeciendo en parte a la política de la Unión Europea de subvención al descuaje de viñedos entre 2008 y 2012 con el propósito de evitar el exceso de oferta.



No obstante, la reducción de los viñedos de la UE ha quedado parcialmente compensada con el mantenimiento y, en ciertos casos, la expansión de la superficie de plantación en el resto del mundo, atribuible al considerable crecimiento de China e India. El ritmo global de crecimiento de las superficies plantadas en el hemisferio sur y en los Estados Unidos ha disminuido desde hace varias campañas en relación a lo observado alrededor del año 2000, pero aparentemente seguía siendo positivo hasta hace muy poco.

A pesar de la caída de la superficie cultivada desde 2003 en adelante, la producción de uva aumentó a tasas promedio del 1,3% anual, que demuestran un aumento en la productividad por hectárea. Esto último queda más claro si se tiene en cuenta que, mientras en 2003 se obtenían 79 quintales por hectárea, en 2013 se logró producir casi 99 qq./ha. En cuanto a la fabricación de vino, la misma ha mostrado una leve tasa ascendente desde 1998 a 2013, con un pico de producción en 2004. Entre los dos extremos la producción creció un 7,2%, a una tasa del 0,46% anual (ver Gráfico 12.2).

Gráfico 12.2: Evolución de la producción mundial de vino



Fuente: IIE sobre la base de OIV.

A partir del año 2004 si bien la producción fue bastante variable, puede verse que el año vinícola 2012 se destacó por un nivel muy bajo de producción global, que redujo el nivel de consumo mundial de finales del año 2012 y sobre todo el de 2013. En términos numéricos, el consumo mundial fue de 241,2 millones de hectolitros en 2012 y 238,7 millones en 2013. Entre las causas de esta caída en la producción se encuentran la disminución del viñedo mundial, así como las adversas condiciones climáticas.

Las estimaciones del consumo mundial de vino dejan entrever una consolidación de la demanda, gracias a la extensión geográfica de los mercados de los nuevos países consumidores: en torno a un 39% del consumo se localiza fuera de los países de la UE, respecto al 31% del año 2000. Merced, posiblemente, de ello, desde el año 2000 el crecimiento del consumo es del 5,76%, lo que representa una tasa anual del 0,46%. Empero, el sector vitivinícola no ha experimentado aún una recuperación significativa después de la crisis económica de 2008, y los efectos de la escasa cosecha de 2012 continuaron sintiéndose durante 2013.

En relación a los principales países productores de vinos, Italia encabeza la lista con una producción de 44,9 millones de hectolitros; en segundo lugar aparece España con 44,7 millones, luego Francia con 42 millones. Luego en la cuarta posición se ubica EE.UU. con 22 millones y

en la quinta colocación resalta Argentina con 15 millones. Estos cinco países explican el 60% de la producción mundial de vinos. Posteriormente sobresalen Chile (12,8 millones), Australia (12,5 millones), China (11,7 millones), Sudáfrica (11 millones) y Alemania (8,3 millones). Estos diez países son responsables del 80% de la producción mundial.

Por el lado del consumo per cápita sobresalen los países europeos con Luxemburgo a la vanguardia, consumiendo 50 litros por persona al año. Luego le sigue Francia (47,7 litros) y Portugal (42,5 litros). A nivel del total de su población, el país que más consumo realiza también es Francia con 30 millones de hectolitros, seguido por EE.UU. con 29 millones de hectolitros. Más rezagado en tercer lugar aparece Italia con 22,7 millones y Alemania con 20 millones. El Cuadro 12.1 se presenta el ranking con los principales consumidores per cápita y a nivel absoluto.

Cuadro 12.1: Consumo mundial de vino

	Consumo per cápita	Litros por año	Consumo total	Miles de hectolitros por año
1	Luxemburgo	50,7	Francia	30.269
2	Francia	47,7	EE.UU	29.000
3	Portugal	42,5	Italia	22.633
4	Italia	37,1	Alemania	20.000
5	Croacia	34,4	China	17.817
6	Eslovenia	33,1	Reino Unido	12.533
7	Dinamarca	32,6	Rusia	10.394
8	Austria	29,7	Argentina	10.051
9	Bélgica	27,8	España	9.300
10	Grecia	25,6	Australia	5.375

Fuente: IIE sobre la base de OIV.

12.3 La cadena vitivinícola nacional

Tras la erradicación de 20 mil hectáreas de viñedos y el vuelco a las acequias de miles de hectolitros de vino que siguió a la crisis de sobreproducción de 1929, la elaboración vinícola quedaría estancada hasta 1945, cuando una recuperación de los precios revitalizaría el sector. Ya en la década del '60, por la expansión del consumo, se produjo el auge de la actividad en la Argentina, principalmente con cepajes criollos y europeos de escasa calidad y con sistemas de conducción² que favorecían la elevada producción por unidad de superficie, actuando en detrimento de la calidad del producto obtenido.

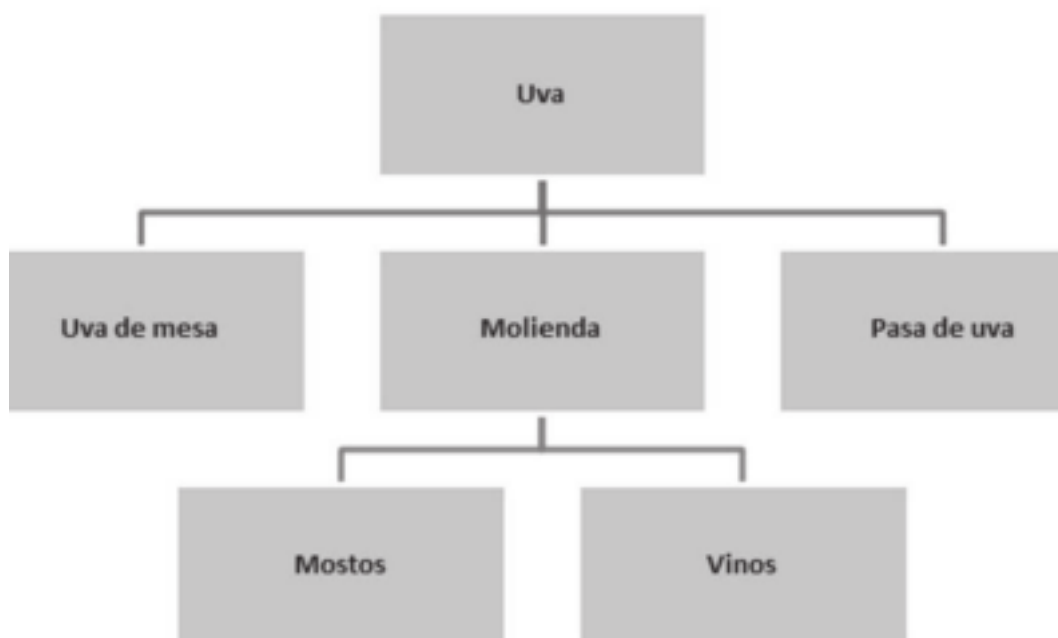
Hasta los años '80 se atravesaron nuevas apelaciones a la erradicación de viñedos por nuevos problemas de acumulación de stock. Desde fines de la década de los '90, sin embargo, se produjo "una significativa reconversión de la industria" (Azpiazu & Basualdo, 2001), a través de la cual las dinámicas sectoriales se modificaron para adaptarse a las nuevas demandas de los consumidores, que a partir los '80 habían comenzado a cambiar sus exigencias – conllevando la pérdida de preponderancia de los "vinos comunes".

² Se denomina sistema de conducción al sistema mediante el cual el cultivo de la vid se desarrolla.

Así, comenzó a registrarse un incremento de áreas con viñedos de alta tecnología, tanto genética como de infraestructura, para la elaboración de vinos de calidad, hasta llegar en la actualidad a una superficie plantada de aproximadamente 226.000 ha, con variedades como Malbec, Merlot, Cabernet Sauvignon y PinotNoir entre las tintas, y SauvignonBlanc, Chardonnay y Semillon entre las blancas (Fidel & De la Mota, 2012).

La trama productiva que se desarrolla a partir de la vid se compone de tres actividades productivas principales (ver Esquema 12.1). La producción de la uva surge como el inicio de la cadena. Este producto primario, al margen de lo que se destina para el consumo en fresco, se canaliza hacia dos destinos básicos: la elaboración de pasas y la industrialización. Por su parte, en el ámbito de la producción industrial, el bloque se divide en dos subcadenas que tienen diferente importancia. La principal es la elaboración de vinos, para la cual se destina la mayor proporción de la uva industrializada. El otro derivado importante de la uva y que surge de su molienda es el mosto.

Esquema 12.1: Trama vitícola

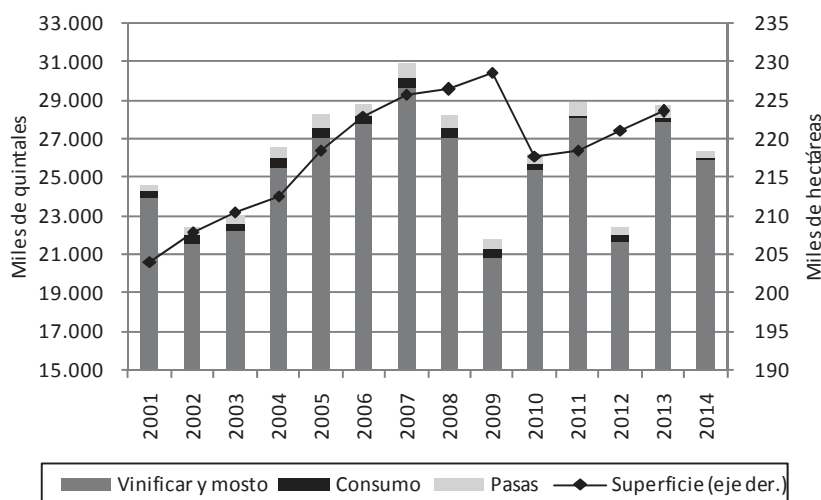


Fuente: IIE sobre la base de Instituto de Investigaciones Económicas (2007).

12.3.1 Los distintos eslabones desde la órbita de productos

12.3.1.1 Producción de uva

En el Gráfico 12.3 se presentan los volúmenes cosechados y las hectáreas sembradas para el periodo 2001–2014. Allí se observa que las superficies implantadas fueron en aumento hasta el año 2009, para luego ceder en 2010 un 4,7% y con ese nivel más bajo principiar un ascenso. Las altas temperaturas y escasez de agua que afectaron las zonas vitícolas y el agravamiento de la situación frente a la crisis mundial podrían haber conformado las causas que llevaron en primer lugar a esta caída y en segundo, a relegar la recomposición del área cultivada.

Gráfico 12.3: Producción nacional de uva por destino superficie implantada

Fuente: IIE sobre la base de INV.

Por otro lado, el nivel de producción de uva presenta una mayor volatilidad que no acompañó de manera directa lo ocurrido con el área, debido a que el volumen de producción depende en mayor medida del clima. Sin embargo, es posible encontrar un subperíodo de seis años en el cual la producción creció a una tasa promedio anual del 7%, pasando de veintidós a treinta millones de quintales entre 2002 y 2007, basado principalmente en el incremento de la superficie. Posteriormente se posicionó en valores levemente por debajo, lo que generó un promedio de producción de 26 millones de quintales para 2008–2014. Se aprecia cómo el evento climático de 2009 llevó la cosecha al nivel más bajo de la serie, repitiéndose otro evento de escasez de agua en 2012.

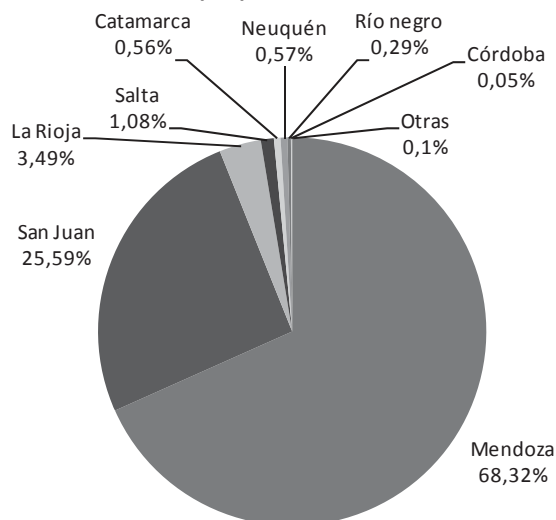
Teniendo en cuenta que, en promedio, Argentina produce 117 quintales por hectárea, mientras que el mundo solo 83,3 (es decir, un 41% más de rendimiento). Algo que debe destacarse es el mayor rendimiento en la producción por hectárea en el caso de Argentina respecto a la producción mundial (IIE, 2014).

En cuanto a los usos, la afectación de la uva cosechada a sus diferentes destinos se mantuvo estable a lo largo de los últimos años. En promedio de los últimos trece años, el 96,6% de la uva cosechada se destinó a vinificar y a la producción de mosto, el 1,4% al consumo en fresco y el 2% a la generación de pasas. En la comparación internacional, se aprecia que el destino de la uva hacia el consumo fresco en Argentina es bajo en relación a la mayoría de los países (1,4% contra 30%³).

Prosiguiendo con el análisis, se presenta en el Gráfico 12.4 la distribución de la producción de uva en Argentina. Sobresale el predominio de Mendoza con más de 68% del total de uva producida. En segundo lugar aparece San Juan con alrededor del 26% y en tercer lugar se distingue La Rioja con un 3,5%. Córdoba se posiciona en el octavo lugar dentro de las provincias con mayor producción de vid.

³ Esto se podría deber por un lado a la estructura productiva de Argentina y por otro, a la falta de difusión de las propiedades positivas que genera para la salud el consumo de uva en fresco.

Gráfico 12.4: Cosecha de uva por provincia. Promedio últimas cinco campañas



Fuente: IIE sobre la base de INV.

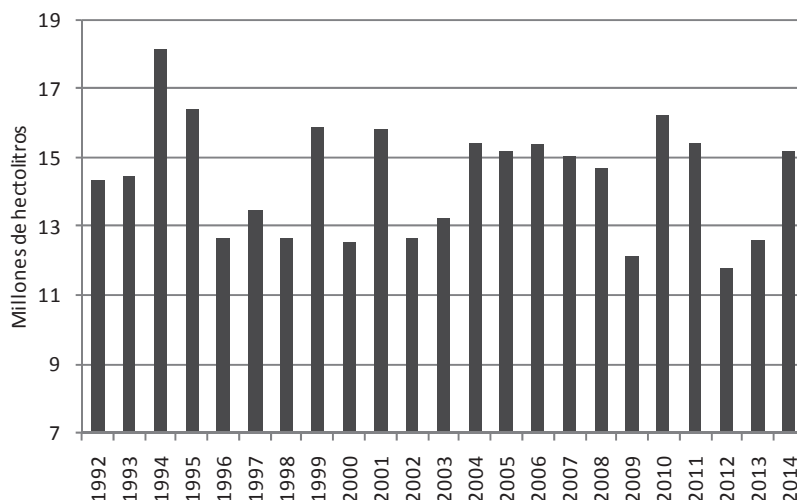
12.3.1.2 Vinos

Como se mostró anteriormente, el procesamiento industrial de la uva tiene dos derivados importantes: el vino y el mosto. El primero de ellos constituye por excelencia el principal producto obtenido, con destino tanto al mercado interno como externo. Por otro lado, el mosto, un producto casi exclusivo de exportación, explica un porcentaje mucho menor de los bienes elaborados en bodega. Finalmente otro derivado es el jugo de uva, que ostenta una escasa participación.

En 2014 el vino fue el principal producto industrializado de la uva, representó el 76% de los 19,8 millones de hectolitros producido. En segundo lugar se encuentra el mosto, que explicó el 24% de la producción y por último el jugo de uva que representó menos del 0,01%.

En cuanto a las cantidades producidas de vino en Argentina, las mismas han mostrado una tendencia entre nula y negativa en el periodo 1992–2014 (ver Gráfico 12.5). Con etapas de crecimientos y decrecimientos de hasta tres años seguidos, la producción media anual fue de unos 14,4 millones de hectolitros, y un máximo de 18,2 millones alcanzado en 1994. En el año 2010 hubo una producción superior a la de los últimos quince años, superando la barrera de los 16 millones de hectolitros. El año 2014 representó una mejora en relación a sus dos antecesores, y volvió a superar la barrera de los 15 millones de hectolitros.

Gráfico 12.5: Producción nacional de vinos. Periodo 1992–2014



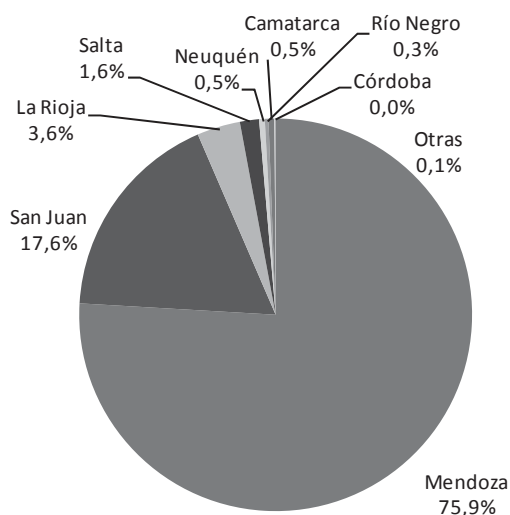
Nota: A partir de la liberación de los vinos nuevos (Res 12/05/04) se pone en marcha la descategorización de los vinos, debiéndose indicar solamente con la palabra VINOS.

Fuente: IIE sobre la base de INV.

De los 15,2 millones de litros de vino producidos en el país en 2014, la distribución de acuerdo al color de los mismos fue: 55,2% vinos tintos, 42,6% vinos blancos y 2,2% rosado.

Se presenta a continuación, en el Gráfico 12.6, la participación por provincia en la producción de vinos. Como era de esperarse, Mendoza explicó el 75,9% y junto a San Juan, explicaron en el 2014 más del 90% de la producción nacional. Luego le siguen como provincias vitivinícolas La Rioja y Salta. Esta estructura productiva se ha mantenido relativamente constante dentro de la vitivinicultura en los últimos años.

Gráfico 12.6: Distribución de la producción de vinos por provincia. Año 2014



Fuente: IIE sobre la base de INV.

12.3.1.3 Mosto

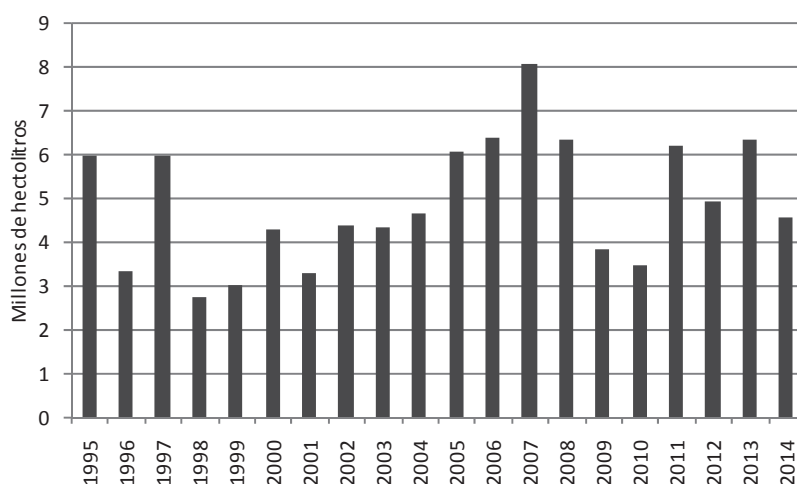
El mosto es el zumo exprimido de la uva previo a la fermentación, que contiene además diversos elementos de la misma, como pueden ser la piel, las semillas, etc. Se considera una de las primeras etapas de la elaboración del vino. Obtenido el mosto, se agrega anhídrido sulfuroso (SO₂) para impedir su fermentación. El producto así obtenido se denomina mosto sulfitado.

Seguidamente se decolora el jugo y se lo clasifica a través de un proceso de filtrado. Luego, se lo somete a un proceso de evaporación para concentrar el contenido de azúcar, obteniéndose el denominado mosto concentrado. Cabe mencionar que para obtener un litro de este último son necesarios cuatro litros de mosto sulfitado. También puede obtenerse el denominado mosto concentrado virgen si una vez obtenido el jugo se somete a dicho líquido a un proceso de evaporación sin la agregación de SO₂. El estándar cualitativo de los mostos depende del bajo contenido de anhídrido sulfuroso, de su tenor azucarino (medido en grados brix) y de que el jugo se concentre en el menor tiempo y temperatura posibles.

Por su alto nivel de azúcar, y la neutralidad de su sabor, el jugo concentrado de uva o mosto es muy requerido internacionalmente para la elaboración de bebidas gaseosas, jugos, alimentos, industria farmacéutica, dulces y edulcorantes.

A continuación se presenta en el Gráfico 12.7, la evolución de los volúmenes de mosto procesados desde 1995 hasta 2014 al cierre de la cosecha⁴. Como se puede observar, entre finales de la década del '90 y hasta el 2007 la serie muestra una tendencia creciente, pasando la producción de 2,8 a 8,1 millones de hectolitros en 2007. A partir de dicho año, la elaboración de mosto se contrae, aunque recupera terreno después de 2010. En los últimos cuatro años, la producción en promedio fue de 5,5 millones de hectolitros. Este comportamiento de la producción de mosto está directamente vinculado a la producción de vid, mostrando un coeficiente de correlación de 0,65.

Gráfico 12.7: Producción de mosto*



Nota: *Mosto total, comprendido por mosto sulfitado, concentrado, virgen y otros.
 Fuente: IIE sobre la base de INV.

⁴ Debe aclararse que al cierre de la cosecha la proporción de mosto sulfitado es alta. Sin embargo, este se utiliza luego para elaborar mosto concentrado.

Desde hace varios años, las provincias de San Juan y Mendoza son las mayores productoras de mosto. Durante 2014 representaron el 45% y 51% del total de mosto elaborado respectivamente. Estas provincias a través de un acuerdo fijan el volumen de la cosecha destinada a la elaboración de mosto a principios cada año. Este convenio surge para evitar la sobre acumulación de blanco escurrido, y de esta forma evitar una caída en los precios del vino blanco que perjudique a los productores. Como es sabido este acuerdo no elimina *per se* dicho inconveniente. En 2010, por un cálculo deficiente de producción se elaboraron mayores volúmenes de vino blanco con la consecuencia inevitable en el precio.

12.4 Caracterización de la actividad vitivinícola en Córdoba

En Colonia Caroya se destaca la presencia de pequeños productores como por ejemplo Bodega Vittorio Papalini, Vinos Aurelio y El Bosque; y de grandes productores que son La Caroyense, Bodega Nanini y Bodega Riviese. En traslasierra, en la localidad de Ischilín, se encuentra Bodega Jairala Oller y por último en la región de Calamuchita, más específicamente en Santa Rosa están dos Bodegas en altura: Las Cañitas y Fincas Athos. Otro caso es el de la Bodega Lucchesi, de gran tradición en Villa del Rosario, que aparece para unirse a la “ruta de los quesos”.

Según el informe de Cosecha y Elaboración del INV para el año 2014, en Córdoba se destinaron a elaborar vinos 7.421 quintales de uva, de los cuales en su mayoría son viñedos de la provincia, ya que solo se importaron 49 quintales de la provincia de Catamarca y 216 quintales de la provincia de La Rioja.

La distribución de la producción de uva en los departamentos cordobeses está representada en el Cuadro 12.2. El departamento Colón es el que presenta la mayor concentración de viñedos (83,7%) y de área (60,3%). Esto demuestra que los viñedos localizados allí poseen una superficie inferior al promedio provincial (1,47 hectáreas contra 2,04 hectáreas).

Cuadro 9.1: Distribución departamental de los viñedos y superficie. Año 2013

	Viñedos	Porcentaje de viñedos	Superficie (hectáreas)	Porcentaje de superficie	Sup./Viñedo (hectáreas)
Colón	113	83,70%	165,9	60,30%	1,47
Ischilín	3	2,20%	45,8	16,70%	15,27
San Javier	5	3,70%	17,5	6,40%	3,5
Cruz del Eje	3	2,20%	16,1	5,90%	5,36
Calamuchita	3	2,20%	9	3,30%	3,02
Santa María	2	1,50%	9,1	3,30%	4,53
Tulumba	3	2,20%	5,3	1,90%	1,75
San Alberto	1	0,70%	4,6	1,70%	4,57
Totoral	1	0,70%	1	0,40%	1,03
Punilla	1	0,70%	0,7	0,20%	0,68
Total	135	100,0%	274,9	100,0%	2,04

Fuente: IIE sobre la base de INV.

Córdoba ha perdido participación en los últimos seis años, tanto en viñedos (pasó de explicar el 0,7% del total a 0,5%) como en superficie (la merma fue marginal). A nivel general, esto se evidenció en que la cantidad de viñedos cayeron en la provincia de 178 a 135 (-24%) y la superficie mermó en treinta hectáreas (-10%). A pesar de esta última reducción, en los últimos años la actividad vitivinícola se ha expandido a otros lugares de la provincia relegando a

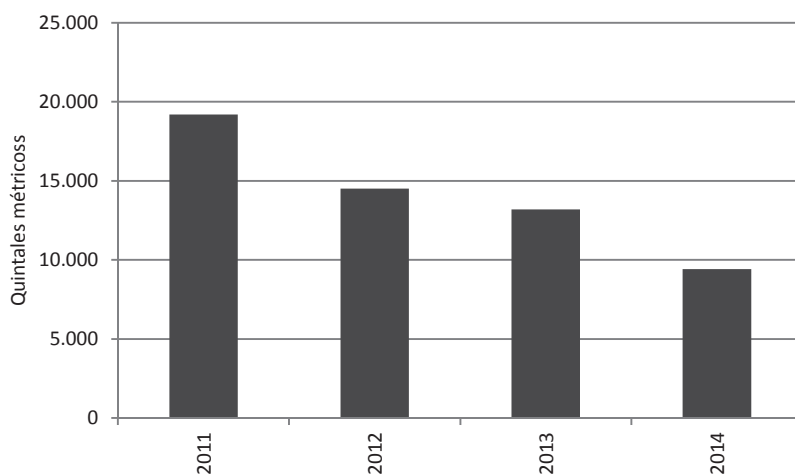
lostradicionales departamentos “viñateros” como Colón, Cruz del Eje y en menor medida a Totoral. De 2008 a 2013, Colón pasó de poseer el 89% de los viñedos y el 69% de la superficie al 83,7% y 60,3% (como se comentaba anteriormente) respectivamente; en tanto que Cruz del Eje pasó de 12,3% del área a solo 5,9%. Totoral, si bien ya tenía una baja participación, continuó destinando tierras a otras actividades y menos a la vid.

Los Valles de Traslasierra y Calamuchita, por su parte, resaltan entre las zonas que aumentaron su actividad. El departamento de San Javier (Traslasierra) duplicó su número de viñedos y pasó de menos de una hectárea sembrada a 17,5 hectáreas (del 0,3% del área a ser responsable del 6,4%). El departamento de Calamuchita pasó de un viñedo a tres, y de menos de una hectárea sembrada a 9 hectáreas (representaba el 0,3% en 2008 y actualmente ostenta el 3,3% del área). Ischilín mantuvo su cantidad de viñedos y superficie, mientras que Santa María disminuyó en un viñedo y en superficie, pero de todas formas ambos incrementaron su participación en la superficie total. Finalmente, Tulumba no figuraba con explotación vitivinícola seis años atrás, y en la actualidad es el quinto departamento con más viñedos y sexto en materia de superficie. Otros departamentos que muestran actividad, contra la falta de ella en 2008, son San Alberto y Punilla.

Otro dato que cabe resaltar es que, del total de uva para vinificar, una proporción muy pequeña es producida por los mismos establecimientos: durante el año 2014 solo 567 quintales del total de vid producido siguieron esta modalidad. El resto de las bodegas debe adquirir la materia prima de productores, evidenciando la fuerte vinculación que mantienen con los productores de vides.

En lo referido a la cosecha de vid, la campaña cordobesa durante 2014 fue muy mala, las heladas tardías del año 2013 y el exceso hídrico que se verificó en 2014 provocaron que cayera significativamente el nivel producido. Si se comparan los 9.421 quintales de uva producidos en 2014 con el promedio de las 3 campañas anteriores se verifica una caída del 40% en el volumen cosechado, llegando además al cuarto año consecutivo de caída en la producción. Las 274 hectáreas que actualmente se encuentran implantadas con viñedos están lejos de las 2.200 hectáreas que supo ser la superficie histórica.

Gráfico 12.8: Evolución de la producción de uva en Córdoba



Fuente: IIE sobre la base de INV.

De acuerdo a los datos del Instituto Nacional de la Vitivinicultura, la totalidad de la uva producida en la provincia de Córdoba tiene como destino la vinificación. Específicamente, como

puede verse en el Cuadro 12.3, el 100% de los 7.668 quintales métricos ingresados a los establecimientos es utilizado para elaborar vinos. Sin embargo, en los talleres participativos que el IIE llevó a cabo con los productores cordobeses a los fines de la producción de estudios utilizados en la elaboración de este libro, se pudo conocer a un productor de uva de mesa, que incluso exporta su producto al exterior, revelando la necesidad de corregir dichos datos.

Cuadro 12.2: Destino de la uva ingresada a establecimiento

	Vinificación	Consumo en fresco	Pasas	Total
Calamuchita	56			56
Colon	6.798			6.798
Ischilín	284			284
Santa María	221			221
Totoral	42			42
Total	7.401	0	0	7.401

Fuente: IIE sobre la base de INV.

La vid es una planta trepadora que necesita de un sistema de conducción para controlar su crecimiento. Debido a ello, en los viñedos de todo el mundo se desarrollaron distintas maneras de guiarla. En la provincia de Córdoba predominan los sistemas de espaldera baja, siendo usado el mismo en el 62% de las 274,92 hectáreas implantadas con vides. Los sistemas de espaldera alta se utilizan en 61 hectáreas, lo cual representa el 22% del total y lo ubican como el segundo sistema de conducción más utilizado en los viñedos cordobeses. También existen en Córdoba sistemas de tipo parral, el más utilizado a nivel nacional, pero con una menor difusión.

12.4.1 La producción de vinos

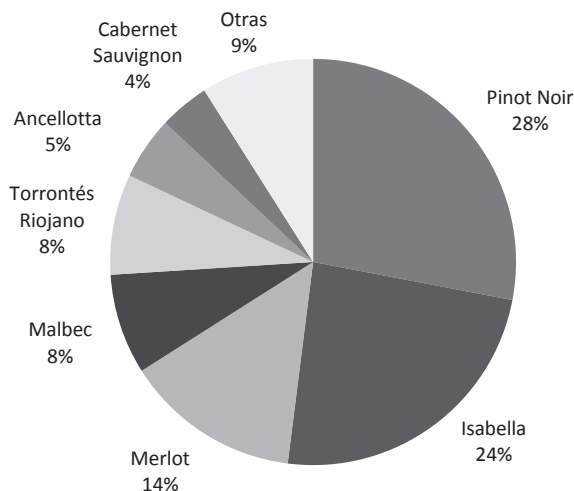
La vinificación constituye, como se explicaba anteriormente, el primer destino en la producción de la vid. A ese respecto, las principales variedades utilizadas en Córdoba son Pinot Noir (negro) (28%), Isabella⁵ (24%), Merlot (14%), Malbec (8%), Torrontés Riojano (8%), Ancellotta (5%) y Cabernet Sauvignon (4%), entre otras.

⁵La variedad Isabella no pertenece a la familia de las *vitis viníferas*, por lo que por impacto de la resolución 37/10 que limita la introducción de variedades diferentes a las europeas, no puede ser denominada "vino" según su definición. Sin embargo, con la resolución C 23 de 2013, se habilitó una excepción para el vino de la costa. Por eso se cree conveniente, como sucede en el caso de Chile (tomado a modo comparativo por su cercanía geográfica y por ostentar niveles productivos aproximados) que no se prohíba – como se ha convenido en Argentina – el ingreso de uvas distintas a las *vitis viníferas* a las bodegas, sino que los productos obtenidos a partir de éstas no puedan ser denominados únicamente como "vinos". En cambio, podrían ser conocidos como "vinos regionales". De esta manera se resguardaría la calidad de los vinos a la vez que se posibilitaría el uso de otros cepajes (Isabella en este caso particular) para la elaboración de jugos, mostos y otros productos. Véase:

ARTICULO 18 (Ley N°14.878). - Vino regional es el vino genuino elaborado en las provincias de La Rioja, San Luis, Catamarca, Córdoba, Jujuy y Salta, o los vinos de otras provincias que el INV declare incluidos en esa denominación, que no tengan cortes o mezcla con vinos de otra procedencia y siempre que en su elaboración se emplee exclusivamente uva producida dentro de la provincia y que su fraccionamiento se efectúe en origen.

ARTICULO 3º (Ley N°25.163) - El empleo de una indicación de procedencia queda reservado exclusivamente para los vinos de mesa o vinos regionales.

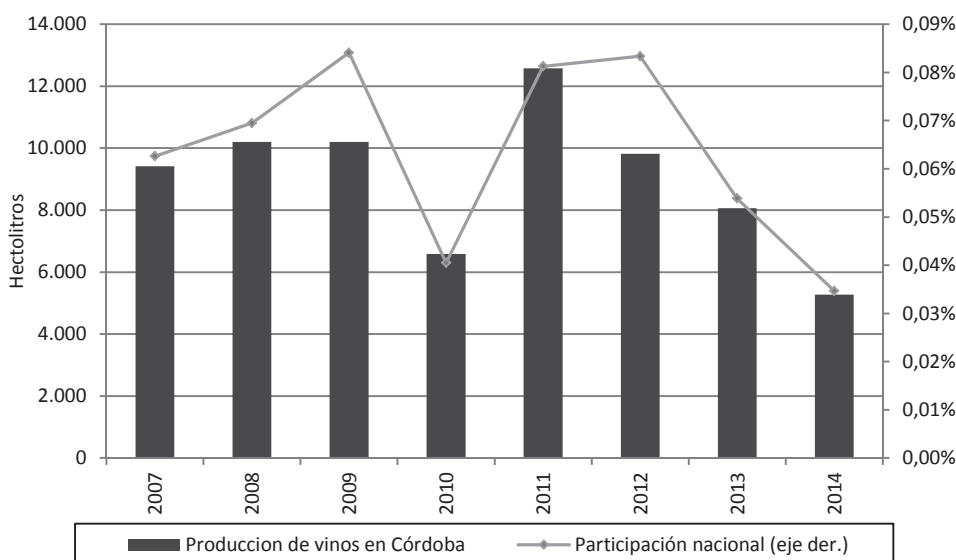
Gráfico 12.9: Varietales implantados en Córdoba



Fuente: IIE en base a datos INV.

En cuanto a los niveles productivos, es cierto que la participación de la producción de vinos en el total nacional es claramente despreciable. Sin embargo, localmente se trata de una actividad de suma importancia porque potencia el desarrollo de otros sectores como el turismo, chacinados, olivares, etc. y evita el desalojo de los campos por parte de las familias. Esta baja participación en la vitivinicultura nacional se ha visto reducida más aún, pasando del 0,081% que se llegó a representar en el año 2011 a menos de la mitad: los datos de la última campaña muestran que Córdoba participa en el 0,035% del total de vino producido a nivel nacional. Observando el Gráfico 12.10 puede apreciarse el descenso en la cantidad de litros de vino elaborados. En 2014 se produjeron 5.274 hectolitros, un 34% menos que en el año 2013 y marcadamente lejos de los más de 12.500 hectolitros producidos en el año 2011.

Gráfico 12.10: Evolución de la producción de vinos en Córdoba

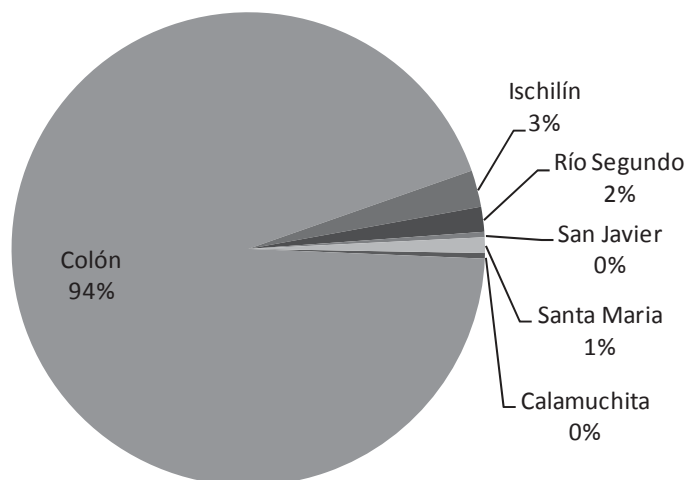


Fuente: IIE sobre la base de INV.

A pesar de que el volumen de producción de vinos ha disminuido, el desarrollo vitivinícola de Córdoba apunta a la calidad de sus productos y no a las cantidades. Los vinos que se logran son muy distintos a los tradicionales vinos mendocinos, sanjuaninos o salteños. Esto es muy importante para Córdoba y en particular para los departamentos Santa María y Calamuchita, en donde se pueden generar nuevos polos de producción.

En lo referido a la distribución de la producción de vinos, la misma sigue un esquema muy similar a la distribución de los viñedos. El departamento Colón aglutina el 94% del procesamiento de uva para la elaboración de vinos, dejando en segundo y tercer lugar a los departamentos Ischilín y Río Segundo. Nótese que el departamento de Cruz del Eje representaba en 2013 un 5,9% del total del área cubierta con viñedos pero, por la ausencia de establecimientos elaboradores de vino, no forma parte de este gráfico.

Gráfico 12.11: Distribución de la producción de vinos en Córdoba. Año 2014



Fuente: IIE sobre la base de INV.

En cuanto al tipo de vino, durante 2014 solo se elaboraron 60 hectolitros de vino blanco en tanto que los restantes 5.214 hectolitros elaborados fueron de vino regional. De esta última variedad se produjeron 178 hectolitros de vino blanco, 4.988 hectolitros de tinto y 46 hectolitros de vino regional rosado. En lo referido al resto de los productos elaborados a partir de la vid en Córdoba, apenas fueron producidos 18 hectolitros de mosto sulfitado blanco y 364 hectolitros de jugo de uva, 85,87 hectolitros de jugo de uva tinto y 278 hectolitros de blanco.

Actualmente la participación de Córdoba dentro del total nacional es insignificante desde el punto de vista del volumen producido de vid y sus derivados, sin embargo, existen oportunidades que avizoran un desarrollo de la actividad, básicamente asentadas en las condiciones agronómicas de ciertas regiones que favorecen la elaboración de vinos de calidad. La principal restricción para este progreso está dada por la disponibilidad de agua, que frena cualquier intento de desarrollo económico y social.

12.4.2 La cadena vitivinícola en Córdoba

La cadena productiva en la provincia de Córdoba emplea alrededor de 400 empleados y factura \$50 millones, monto que se eleva a \$124 millones si se tiene en cuenta el vino producido en otras provincias y fraccionado en Córdoba. Un 67% de los insumos que adquiere la cadena

proviene de otras provincias, como Mendoza, Buenos Aires, San Juan, Corrientes e incluso del exterior. Solo un 33% es adquirido en Córdoba.

Dentro de lo que hace a la producción, la mayoría de la elaboración es de vino, mayoritariamente tinto. Y los mercados de comercialización se centran en lo que hace a hotelería y gastronomía y a comercios minoristas y enotecas. Por último, como toda cadena, está abarcada transversalmente por un conjunto de servicios y una logística particular para la comercialización de los distintos productos según el eslabón correspondiente. En el Esquema 12.2 se presenta la cadena relevada.

Esquema 12.2: Cadena vitivinícola en Córdoba



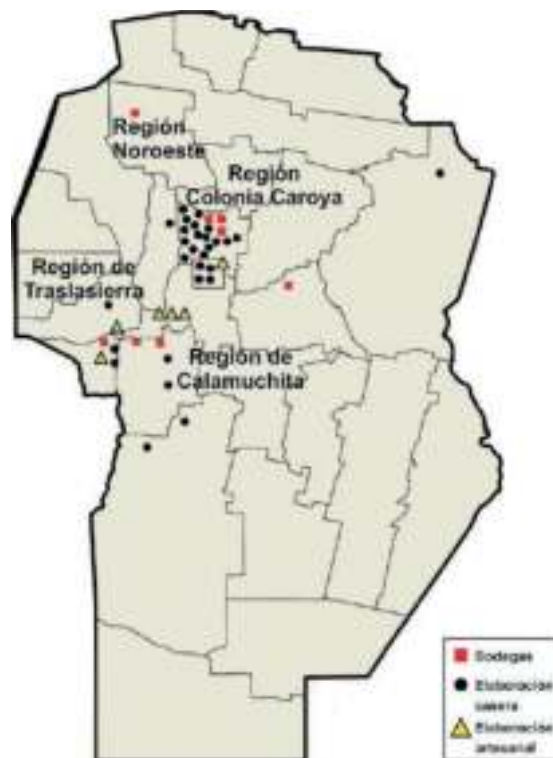
Fuente: IIE.

12.5 Las regiones cordobesas en profundidad

Investigaciones extensivas llevadas a cabo por el IIE, involucrando visitas presenciales, talleres participativos de trabajo, cuestionarios y comunicaciones telefónica y por correo electrónico, permiten conocer discriminando según regiones las particularidades a las que están sujetos los bodegueros, elaboradores de vino (caseros y artesanales) y viñateros de los depar-

tamentos vitivinícolas de la provincia de Córdoba. La distribución geográfica de los dos primeros puede observarse en el Mapa 12.1.

Mapa 12.1: Distribución de la actividad vitícola en Córdoba



Fuente: IIE sobre la base de INV.

En general, los emprendimientos de mayor trayectoria son aquellos radicados en Colonia Caroya. Asimismo, el sector de más antigüedad es de los viñateros. En ambos casos el recorrido cronológico de las empresas se remonta a más de 25 años de antigüedad, siendo que en el noroeste los emprendimientos apenas superan los 15 años, antigüedad similar a las bodegas. El sector de menos antigüedad es el de las bodegas con viña propia (alrededor de 11 años de antigüedad), en tanto que las regiones más “jóvenes” son Calamuchita y Traslasierra, con aproximadamente 5 años. Así se observa en el Cuadro 12.3.

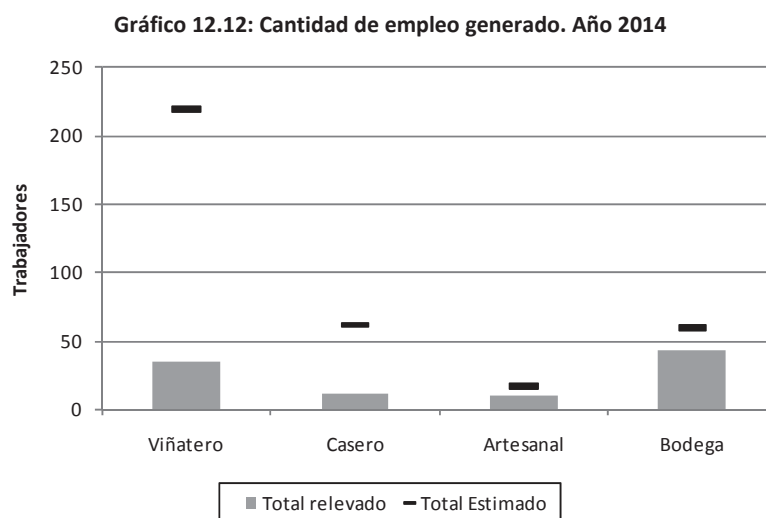
Cuadro 12.3: Promedio de antigüedad por zona y tipo de eslabón. En años

	Artesanal	Bodega	Casero	Viñatero
Calamuchita	6	8	1	2
Colonia Caroya		8	22	53
Noroeste		17		
Traslasierra	6	6	5	6

Fuente: IIE.

En su mayoría (48%), los emprendimientos se estructuran en forma de sociedades unipersonales. Este es el caso de los viñateros y los elaboradores de vinos caseros. Los primeros se caracterizan por carecer mayormente de empleados. Entre los viñedos con empleados, 76% tiene estudios primarios completos, 20% estudios secundarios y 4%, universitarios. En ambos casos redondean un promedio de 2 empleados por emprendimiento. Para el caso de los elaboradores de vinos caseros, esto significa un empleado cada 4.400–5.800 litros.

Otro gran porcentaje de las empresas adopta la forma de sociedades: 39%. De estos, 22p.p. corresponden a sociedades anónimas. En la mayoría de los casos, se trata de bodegas, que poseen un promedio de 5 empleados, mayormente con estudios secundarios (57%) y universitarios (43%), no registrándose casos de empleados que no hubiesen finalizado sus estudios secundarios. Para el caso de bodegas con viñedo propio se posee un empleado cada 2.600–5.200 litros, en tanto que para aquellas bodegas que no cuentan con viñedos y que además hacen uso de las economías de escala⁶, existe un empleado por cada 28.000–36.000 litros elaborados.



Fuente: IIE.

En definitiva, el sector vitivinícola representa unos 400 puestos de trabajo, como muestra el Gráfico 12.12. Es decir, 1,42 empleados por hectárea y cada 1.500–2.100 litros de vino. Estas plantaciones se caracterizan por utilizar de manera mayoritaria (57%) el riego por goteo y en menor medida, el riego “a manta” (32%). Un establecimiento utiliza tanto riego por goteo como a manta y otros tres utilizan otros métodos de riego. Como ilustra el Cuadro 12.4, el riego por goteo es la opción de preferencia de los productores en todas las regiones, con la excepción de Colonia Caroya, donde la elección se decanta por métodos alternativos a este.

Cuadro 12.4: Método de riego por zona

	Riego por goteo	Riego a manta	Otro
Calamuchita	9		
Colonia Caroya	2	9	2
Noroeste	1		
Traslasierra	4		

Fuente: IIE.

Al ser interpelados, los emprendedores consultados hicieron referencia a dificultades para contratar ingenieros y personal relacionado a tareas de producción, sistemas y comunicaciones, mantenimiento, diseño y desarrollo de productos, almacenamiento y control de calidad. Asimismo, ante la consulta de cursos que considerasen prioritarios para mejorar el desempeño de su actividad, se mencionaron las materias de aspectos agropecuarios de la viticultura, planificación–desarrollo–inversión, elaboración de vino, comercio exterior, comercialización

⁶ Al expandir el nivel de producción, se puede aprovechar para lograr más eficiencia en la realización de tareas.

de vinos, enoturismo, manejo técnico de la viña, poda de la viña, control de calidad, y marketing.

Recuadro 12.1: Situación laboral en los departamentos de mayor actividad vitivinícola

En el siguiente cuadro se puede observar la situación laboral en los departamentos ligados más fuertemente a la actividad vitivinícola en la provincia de Córdoba. En términos de tasa de actividad, el departamento Cruz del Eje posee una tasa del 36,2% lo cual es un nivel preocupantemente bajo. Esto quiere decir que de cada 10 personas trabajan menos de cuatro. Los departamentos Ischilín, San Alberto, San Javier y Totoral también tienen tasas de actividad menor o iguales al 43%, lo cual puede considerarse conflictivo. En cuanto a la desocupación, la tasa promedio de los departamentos en los cuales se realiza vitivinicultura es del 6% y si bien parece ser un nivel bajo, no debe dejar de tenerse en cuenta que es por la baja tasa de actividad.

Cuadro 12.5: Indicadores sociales en departamentos vitivinícolas

	Tasa de actividad	Tasa desocupación
Cruz del Eje	36,29%	7,11%
Ischilín	39,51%	6,13%
San Alberto	40,39%	6,74%
San Javier	43,54%	6,36%
Totoral	43,64%	5,55%
Calamuchita	45,05%	4,56%
Tulumba	47,75%	5,37%
Colón	47,76%	6,10%

Fuente: IIE sobre la base de EPH.

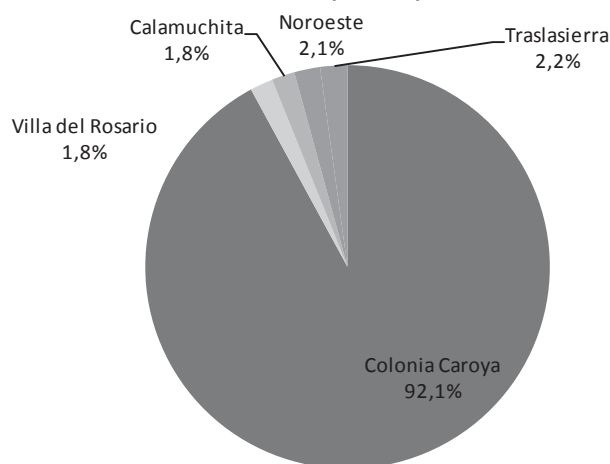
En conclusión, estos departamentos y principalmente los del noroeste cordobés presentan problemas de mercado laboral, por lo cual fortalecer una cadena como la vitícola podría no solo agregar valor productivo a los mismos sino que ayudaría a combatir un flagelo social como es el desempleo y la pobreza.

12.5.1 Producción y potencial productivo

La máxima cantidad elaborada de vino en las bodegas de Córdoba, si se suman los años de mayor producción de los últimos diez años, es de casi 1,6 millones de litros. Sin embargo, tentativamente se puede inferir del relevamiento⁷ una capacidad mayor, estimada en al menos 3,3 millones de litros al año. Como se observa en el Gráfico 12.13, la mayor capacidad se concentra en Colonia Caroya, seguida por Traslasierra, el Noroeste, Calamuchita y Villa del Rosario, siendo los valores similares a su producción efectiva (Colonia Caroya 92,5%, Villa del Rosario 3,1%, Noroeste 2,9%, Calamuchita 1,2%, y San Javier 0,3%).

⁷ La estimación de la capacidad de elaboración de vinos surge de las respuestas obtenidas en las encuestas. Para aquellas bodegas que no respondieron se recurrió a consultar información en sus páginas web; para las que no se encontró información se supuso un nivel máximo igual al nivel máximo alcanzado en producción, lo cual lleva a una subestimación. Para estimar la producción de vino casero y artesanal, se utilizaron las respuestas obtenidas y posteriormente se utilizaron marcas de clase según las definiciones provistas por el INV. Hay que tener presente que es una estimación, y que en muchos casos se puede estar subestimando la capacidad.

Gráfico 12.13: Distribución de la capacidad productiva de vino. Año 2015



Fuente: IIE.

Dentro de los productos elaborados, la mayoría elabora vinos. Precisamente, del total estimado bruto por esta investigación de producción vitivinícola cordobesa de \$124.000.000, \$41.000.000 se deben a la elaboración de vinos y otros \$80.000.000 al fraccionamiento de vinos elaborado en otras provincias. Un producto que resulta interesante para la actividad es la elaboración de jugo de uva mediante la cepa Isabella. Según especialistas consultados, podría ser un producto a incentivar dado que tiene un mercado de exportación. Otro producto que se elabora es el mosto, aunque por parte de un solo emprendedor.

La venta de esa producción de vino es destinada principalmente al sector de Hotelería y Gastronomía (34,2%) y comercio minorista y enotecas (33%) – aunque asimismo un porcentaje importante se destina a consumidores finales (17,5%), intermediarios (11,7%) y comercio mayorista (3,3%). Adicionalmente, la mayoría de la comercialización es llevada adelante por los propios propietarios y en únicamente dos casos hay una tercerización de la misma. De acuerdo a los datos obtenidos, los principales mercados consumidores del vino cordobés son el Litoral (especialmente Misiones, y algún grado Entre Ríos) y Córdoba, concentrando entre las dos provincias más del 80% de la demanda de vinos. Otros destinos relevantes son Buenos Aires, y Santa Fe.

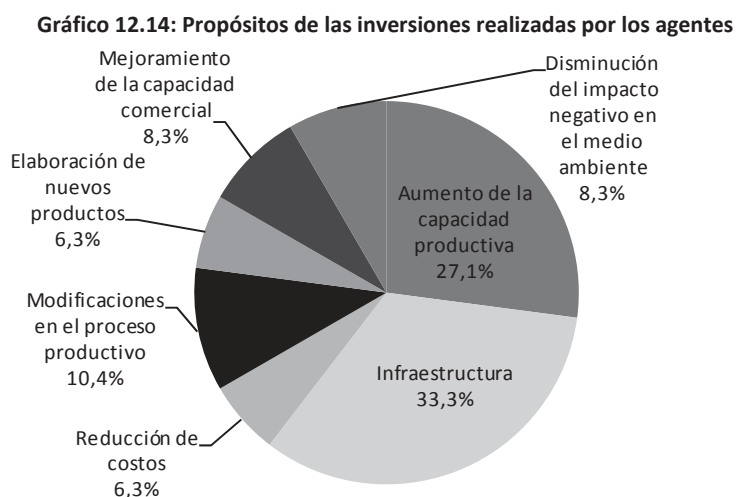
Las ventas de jugo de uva, por su parte, se dan en las mismas provincias, siendo en este caso las tres localidades con mayor participación Córdoba, Entre Ríos y Buenos Aires. Los principales consumidores del jugo de este fruto son los integrantes de comunidades religiosas como testigos de Jehová, adventistas, budistas y mahometanos, y las personas con un régimen alimentario vegetariano.

Existen oportunidades de exportación, y dos bodegas han podido exportar en los últimos años. El rango de los valores promedios exportados se ubica entre en 20 y 40 mil dólares. Una de las bodegas ha realizado exportaciones de vinos a China y EE.UU.; mientras que la otra ha realizado exportaciones de jugo de uva a Taiwán⁸. Más allá de esos mercados externos, las empresas han reconocido que la poca competitividad de los precios, problemas de logística, la falta de información sobre el mercado externo, la falta de información sobre cultura de negocios y la falta de personal capacitado en idiomas o en comercio exterior constituyen trabas que dificultan las ventas al extranjero.

⁸ Las exportaciones se hacen con un intervalo de año por medio.

12.5.2 Inversiones y vinculaciones

Un 56,3% de los agentes encuestados aseguró que ha realizado inversiones en el año 2014, componiendo un monto total de \$2,3 millones, cuyos propósitos se muestran en el Gráfico 12.14. En promedio, alrededor de \$240.000 del capital invertido corresponden al Noroeste de la provincia, \$170.000 a Calamuchita, \$150.000 a Colonia Caroya y \$120.000 a Traslasierra. La fuente principal de financiamiento de las inversiones es constituida por fondos propios, ya que sólo se registró un caso en que se obtuvo financiamiento externo, ateniendo a la Fundación Banco de Córdoba.



Fuente: IIE.

Aquellas empresas que ya exportan tienen un vínculo con la Agencia ProCórdoba y una de ellas se encuentra dentro del registro exportable. Esto es relevante porque la cadena de valor, más allá de la mera vinculación comercial, concierne de manera vital a las vinculaciones o bien entre empresas, o bien entre empresas y organizaciones. Casi la mitad de los agentes encuestados, no obstante, afirmaron no poseer ningún tipo de vinculación con otras personas u organizaciones. El resto posee vinculaciones con el Instituto Nacional de Vitivinicultura (14 empresas), con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (11 empresas), con la Cámara de Bodegas y Productores Vitivinícolas de Córdoba (8 empresas), con el Ministerio de Industria, Comercio, Minería y Desarrollo Científico Tecnológico de Córdoba (4 empresas), con la Corporación Vitivinícola Argentina (4 empresas), con el Foro de los Ríos (2 empresas), con la Agencia ProCórdoba (2 empresas), con el Observatorio Vitícola Argentino (2 empresas) y con Wines of Argentina (1 empresa).

En lo relativo a vinculación sectorial e institucional, la mayoría de las empresas no posee ningún tipo de vinculación con universidades, instituciones del sector público u otras empresas del rubro. Como muestra el Cuadro 12.6, entre aquellas que sí las poseen, la mayoría de las relaciones con universidades consisten en compartir de información. En cuanto a las instituciones del sector público, se comparte información aunque prepondera la cooperación técnica. Finalmente, la vinculación con otras empresas complementarias o del rubro involucra estas dos actividades más la vinculación de recursos humanos.

Cuadro 12.6: Vinculación de las empresas con otras instituciones*. Año 2014

	Universidades		Institutos de investigación y sector público		Empresas del rubro/empresas complementarias	
	Cantidad	% s/ encuestados	Cantidad	% s/ encuestados	Cantidad	% s/ encuestados
Comparte información	6	19%	4	13%	5	16%
Cooperación técnica	2	6%	5	16%	3	10%
Vinculación de recursos humanos			2	6%	3	10%
Inversiones conjuntas			1	3%	1	3%
Comparten máquinas					1	3%
Forman parte de una cámara					1	3%
Sin vinculación	24	77%	24	77%	25	81%

*La suma de los porcentajes puede ser superior al 100% porque estaba permitido elegir más de una opción. Igualmente la suma de las empresas puede ser superior a la muestra por la misma razón.

Fuente: IIE.

En conclusión, existe un muy bajo nivel de vinculación sectorial e institucional de las empresas. Pero a pesar de ello, 17 empresas consideran que sería útil armar un grupo asociativo, mientras que uno respondió que es indiferente. El resto no incluyó nada en las respuestas.

12.5.3 Debilidades y puntos a destacar por región

El intercambio (y sus resultados) realizado entre personal experto del IIE y los agentes de la cadena vitivinícola de la provincia de Córdoba es de gran importancia, debido a que asegura tener una base de necesidades explícitas sobre las cuales trabajar de manera específica y entender en profundidad la situación real de la vitivinicultura cordobesa. Si bien vitivinicultura se hace en muchas regiones del país y hay cierto *knowhow* sobre estrategias de desarrollo, cada una tiene sus particularidades. En este sentido, adentrarse de lleno sobre la región particular brinda la posibilidad de identificar obstáculos claros y dirigir a ellos las reformas, aprovechando al máximo el capital político y optimizando el accionar del sector público.

12.5.3.1 Región de Calamuchita

En los valles de Calamuchita se encuentran los emprendimientos vitivinícolas más recientes de la provincia y es la zona más joven en cuanto a experiencia en la actividad. Tal condición se aprecia en la conducta de las personas dedicadas a la actividad, las cuales muestran gran optimismo y compromiso con el desarrollo de la región en la vitivinicultura. Sin embargo lo anterior no supone que no haya necesidades ni preocupaciones. Ciertamente, ante los talleres participativos conducidos por el IIE, hubo acuerdo en enfatizar las siguientes debilidades:

- Falta de financiamiento en varios sentidos: limitado crédito para inicio o ampliación de viñedos, los cuales requieren plazos de cuatro años para devolver responsabilidad; falta de líneas de financiación específicas destinadas a mejoras de infraestructura tanto en los viñedos como en las bodegas.
- Se requieren grandes esfuerzos individuales o familiares para insertarse en la actividad, lo cual impide que muchas personas con voluntad emprendedora se sumen a la cadena.

- Falta de fuerza laboral, tanto operativa como capacitada, para las tareas del viñedo (tanto mantenimiento como cosecha), así como personal instruido con conocimiento de los procesos productivos y las características geográficas propias de la región. Se debe contratar personal de provincias como Mendoza con la debilidad de que el proceso de producción difiere mucho de una región a otra.
- Dispersión de proveedores y altos costos de fletes. No hay en la provincia proveedores de insumos para la cadena vitivinícola lo cual obliga a los productores a obtenerlos de provincias alejadas como Mendoza o Buenos Aires, aumentando considerablemente los costos de producción.
- Falta de coordinación y cooperación con el sector prestador de servicios. Muchos hoteles, restaurantes e incluso comercios de la región privilegian los vinos de otras provincias en vez de publicitar los de la región.
- Muy pequeña escala (y muy diversificada en cuanto a variedades) de las fincas, que conlleva baja capacidad de negociación y especialización que impacta fuertemente en el costo productivo.

Si bien se presentan distintas deficiencias en la cadena de valor, también se identifican las siguientes fortalezas:

- Crecimiento de la zona productiva y la buena aceptación de los vinos de Calamuchita. En la zona se obtiene un excelente producto terminado lo que ha logrado obtener cierto prestigio que impulsa el desarrollo de nuevas zonas aptas para la implantación de vid.
- Fácil acceso y gran afluencia de turismo en la región. La gran cantidad de personas que visitan la región por sus atractivos naturales hacen que el enoturismo brinde gran potencial de crecimiento.
- Noción cooperativa. Tanto productores como elaboradores tienen muy presente las sinergias que pueden crearse al trabajar en equipo, evidenciándose compromiso conjunto en desarrollar la región. Debe destacarse la creación de la Cámara de Vitivinicultura, hecho que permite la existencia de una institución representativa que vele por los intereses del sector.
- Buenas condiciones agronómicas para la producción de vid. Hay consenso que la región todavía tiene tierras disponibles para ampliar la superficie implantada y que se puede obtener una uva de excelente calidad, si bien en los talleres se discutió el problema de la pluviometría. Por otra parte, en ellos se propuso la idea de potenciar la producción de espumantes que podría convertirse en un producto que privilegie y prestigie a la zona.

Como balance, queda en claro luego de analizar el taller que Calamuchita es una zona con un extenso camino por delante, con importantes oportunidades brindadas principalmente por la calidad de sus productos y por el enoturismo. Sin embargo, se presenta una serie de dificultades que deben ser trabajadas, y si bien hay conciencia de ello por parte de los agentes hay también un rol clave para las instituciones públicas.

12.5.3.2 Región de Colonia Caroya y alrededores

A diferencia de Calamuchita, en Colonia Caroya se cuenta con una larga tradición en vitivinicultura y la misma ya tiene un sentido de pertenencia cultural. El estadio de desarrollo con que cuenta la colonia hace que algunas preocupaciones difieran. En los talleres, en los que se

pudo apreciar en los participantes del taller otros rasgos personales, siendo personas de mayor edad y experiencia, se destacaron las siguientes debilidades:

- Carencia de herramientas de ayuda financiera. Para un periodo de recupero de capital de 5 años, la línea de financiamiento para los pequeños productores vitivinícolas es casi inaccesible.
- Costo de implantación de nuevos viñedos y renovación de los actuales. Dado el inexistente financiamiento no se puede llevar adelante la reconversión de los viñedos ni su ampliación, existiendo viñedos de mucha antigüedad que bajaron considerablemente su producción.
- Falta de incorporación tecnológica. A pesar de la experiencia y muchos años de desarrollo, la mayoría de los procesos en los viñedos es manual, lo cual también aduce estar relacionado al tamaño de los mismos que imposibilita la inversión de capital.
- Falta de mano de obra capacitada e inflexibilidad del mercado laboral: carencia de personas que comprendan la vitivinicultura de la región y de fuerza laboral para las tareas del viñedo, las cuales son labores culturales que requieren cierto conocimiento técnico. Se destaca también que el reducido tamaño de las unidades económicas no permite mantener empleados en régimen por periodos largos y que eso no está contemplado por las autoridades.
- Utilización de agroquímicos en las zonas aledañas. Los miembros de la cadena de valor de la zona presentan un gran consenso en relación al daño sobre la producción y calidad que genera sobre los viñedos la utilización de agroquímicos volátiles en los campos próximos. En esta materia, los productores se consideran faltos de apoyo por las autoridades gobernantes en la materia.
- Dispersión de proveedores y altos costos de fletes. Al igual que la región de Calamuchita, la falta de proveedores locales que puedan ofrecer costos competitivos provoca que se importen insumos de otras provincias con el consecuente aumento de fletes.
- Perdida de incentivos por parte de los agentes. La caída en las expectativas y motivación personal de los productores caroyenses deja entrever que con el paso de los años los problemas se fueron perpetuando y aunque la vitivinicultura tenga un rasgo cultural muy marcado, las motivaciones personales se han visto resentidas.

Recuadro 12.2: Agroquímicos, una problemática mayor

La situación descrita por los productores es que el potencial de la vitivinicultura cordobesa, principalmente en las regiones aledañas a Colonia Caroya y algunos viñedos de Calamuchita, se encuentra seriamente amenazado por el uso de herbicidas hormonales volátiles para la producción cerealera en campos aledaños a los viñedos. Estos agroquímicos, entre los que mencionan 2,4 D o 2,4 DB, Dicamba y Picloran entre otros, dañan en gran medida a los viñedos al punto de llegar a matar las plantas, ya que la hoja de vid es uno de los sensores naturales más sensibles que hay para detectar alteraciones ambientales.

El problema de estos herbicidas es que al ser volátiles pueden recorrer grandes extensiones (habiendo estudios que afirman el impacto a 15km del lugar de aplicación) y por lo tanto su aplicación en campos aledaños impacta en los viñedos próximos. A nivel provincial existen leyes que prohíben su uso pero no está reglamentada la venta de los mismos. Por otra parte se destacó la falta de una policía provincial fuerte sobre el tema, ya que al ser grandes las distancias que estos químicos pueden recorrer, las jurisdicciones municipales no tienen mucho por hacer.

Hay un total consenso en el sector que sin una resolución adecuada y el ejercicio del control por parte de las instituciones competentes es imposible pensar desarrollo alguno de la vitivinicultura. Es importante también articular con las universidades para lograr una solución a la problemática.

Las problemáticas de esta zona presentan un carácter más estructural que en el resto de las regiones. En este sentido y junto con la valoración de los esfuerzos individuales, se diferencia considerablemente de las restantes zonas; en palabras de propios productores puede apreciarse un optimismo menor al mostrado en otros terruños. Colonia Caroya se mantiene, no obstante, como un polo vitivinícola en Córdoba, y deben destacarse las que sus propios productores consideran como fortalezas.

- Tradición y experiencia vitivinícola. El gran arraigo que tiene la vitivinicultura entre los lugareños hace que a pesar de las crisis siempre se haya intentado buscar soluciones. Por otra parte, esta experiencia le brinda a la Colonia un reconocimiento a nivel nacional como productora de vinos, lo cual fortalece el enoturismo y la consolidación de la marca regional.
- Excelente calidad del jugo de uva. Se puede producir y exportar jugo de excelente calidad en base a la uva Isabella, lo cual es una gran fortaleza y potencialidad dado que dicho cepaje es el de mayor superficie en la zona aunque no sea considerado uva vinífera.
- Potencialidad de aumentar la superficie de producción. Existe una intención tanto de los productores como de las bodegas de crecer como zona regional en conjunto, asegurando las bodegas la recepción de mayores volúmenes de materia prima y la ayuda a los productores para que expandan la producción.

12.5.3.3 Región de Traslasierra

La región de los valles de Traslasierra, al igual que Calamuchita, se ha volcado nuevamente a la vitivinicultura de manera reciente. Sin embargo, Traslasierra ya tenía historia vitícola; hacia finales del siglo XIX en los departamentos San Alberto y San Javier había más de 500.000 plantas de vid. Por razones diversas los viñedos fueron desterrados hacia los albores del siglo XX y la actividad comenzó un proceso de decadencia que culminó con el cierre de la bodega Sie-

rras de Córdoba hacia el año 1995. Establecimientos como El Carrizal, Finca El Rodeo y viñedos Quebrada de Pozo son recuerdos de una región que apostó a la vitivinicultura.

En la actualidad, dadas las buenas aptitudes del terruño, la vitivinicultura ha logrado renacer y es una de las regiones que aspiran a ocupar un lugar importante dentro del mapa vitícola no tradicional. En este sentido, los propios agentes hacedores de la actividad en estos valles ven a la zona como poseedora de buenos suelos y climas aptos para la vid, pero también destacan problemáticas a resolver. Dando lugar primero a las dificultades, se destacan los siguientes apartados:

- Problemas para conseguir mano de obra, tanto calificada como operativa. Hay una oferta limitada de personal operativo para las tareas del viñedo, las cuales requieren cierto conocimiento previo de manejo, así como de personal capacitado que pueda brindar asesoramiento técnico y específico al sector.
- Poca información sobre varietales. No hay conocimiento difundido sobre cuáles son los varietales que mejor se adaptan a la zona y eso atenta contra una mejor especialización. Por otra parte, la falta de conocimiento hace que algunos productores sean muy dependientes de sus pares.
- Elevados costos de fletes y falta de proveedores locales. Los productores y elaboradores manifiestan no encontrar proveedores locales para los insumos y en algunos casos tampoco proveedores confiables de materia prima. Esto los lleva a adquirir productos en otras zonas de la provincia o en provincias alejadas penando con un altísimo costo de transporte.
- Limitada conocimiento sobre elaboración del producto y carencia de infraestructura para elaboración propia, conllevando la necesidad de contratar personal capacitado de otras provincias para dirigir los procesos productivos debido a la escasez de capital humano local— en tanto que cuando no se cuenta con los recursos para hacerlo, la producción se lleva a cabo con técnicas inadecuadas. A su vez, la infraestructura para elaboración está condicionada por los altos costos de inversión y extendido periodo de recupero.
- La no restricción del uso de agroquímicos. Entre los viticultores se ha podido advertir interés hacia la producción orgánica y agroecológica. De momento, sin embargo, no deja de ser necesario el uso de productos químicos para curar la uva y protegerla de insectos. No obstante, el uso irrestricto de distintos agroquímicos más volátiles en otras actividades puede perjudicar a la producción de vid, como expresaron los productores de Colonia Caroya.
- Ley de alcoholemia cero. Los miembros de la cadena vitivinícola consideran que esta nueva norma en primer lugar disminuye el consumo de los productos en los comedores y restaurantes, principales clientes de las bodegas de la región. En segundo lugar, imposibilita la degustación durante los recorridos por las bodegas, herramienta muy útil como instrumento de venta. Por último, en la cartelera publicitaria de la ley aparece una copa de vino, perjudicando a juicio de los productores la imagen del sector.

A pesar de las dificultades, los vinos de Traslasierra están teniendo una muy buena aceptación, en parte debido a algunas de las fortalezas que los propios agentes reconocen en la región:

- La favorabilidad de las condiciones de clima y suelo para la producción, que permiten obtener vinos de excelente calidad, pero que compiten con vinos que tienen por detrás una gran inversión publicitaria. A pesar de ello, se considera como una gran for-

taleza la mayor exigencia de calidad en el paladar de los argentinos, que da la posibilidad de producir variedades en pequeña escala.

- Posibilidad de crecimiento para los pequeños productores. Al ser la zona apta para producir y existir terruños disponibles, muchos nuevos productores están sumándose a la actividad implantando vid en superficies pequeñas. Se destaca como fortaleza la iniciativa emprendedora a pesar de la falta de conocimiento.
- Explosión del enoturismo tanto a nivel nacional como mundial. Se considera al enoturismo como fuente potencial de crecimiento, ya que los turistas se muestran muy interesados por conocer las bodegas y vinos de las nuevas zonas. Por otra parte también se aprecia una ventaja al no contar con competencia cercana.
- Integración y trabajo conjunto. Los agentes ligados a la vitivinicultura de Traslasierra reconocen una oportunidad de crecimiento brindada por la integración con el sector servicios, llámese restaurantes, comedores, hoteles, negocios regionales y almacenes de la zona. Consideran que entre ambos sectores podrían generarse publicidad mutua y fortalecer no solo la vitivinicultura sino también la región.
- A nivel general se observó durante el debate entusiasmo en desarrollar la región y volver a posicionarla dentro del circuito vitícola nacional. Sin embargo se necesita la acción conjunta del sector privado y público para llevar adelante este objetivo. Invertir en vitivinicultura es un proyecto a largo plazo, y que necesita de gran esfuerzo económico hasta obtener resultados.

12.6 Insumos

Los viñateros cordobeses pueden tener desde un único proveedor hasta una amplia variedad de los mismos (uno de los encuestados afirmó trabajar con 110 proveedores), aunque se puede observar que los productores que más abastecedores presentan son los elaboradores de vino. Excluyendo la materia prima, 63% de las compras de insumos se realizan en otras provincias, especialmente en Mendoza. El resto de las mismas se realizan en Córdoba, y en menor medida, San Juan, Buenos Aires, Corrientes, y el exterior. El Gráfico 12.15 ilustra los motivos por el cual los viñateros de la provincia deciden no comprar insumos localmente.

Gráfico 12.15: Motivos de selección de proveedores



Fuente: IIE.

A partir de la investigación desarrollada por el IIE, se infiere que ya existe un nicho para el desarrollo de ciertos insumos que actualmente están comprando en Córdoba. Partiendo desde allí, se podría desarrollar una industria en torno a variedades locales de plantas y plantines por un lado, y por otro, sería necesario trabajar para que exista un mercado de fitosanitarios aplicables a la actividad (ya sea de elaboración local o aunque sea meramente comercial, siempre pensando en la conveniencia para la economía como un todo y no forzando acciones que no sean convenientes).

También es interesante el nicho que se puede encontrar en la cuestión de las etiquetas, pensando en que también incorporen un arte local. Otro insumo a trabajar es el tema del *packaging*, especialmente las cajas, donde también existen proveedores locales que podrían suplir esa demanda. Un punto interesante es analizar la posibilidad de desarrollar mallas de granizo localmente, debido a que Córdoba es una provincia que sufre estas contingencias climáticas con frecuencia. En cuanto a la poda, si bien no es un insumo, sino un servicio, se deja explícita la elección para poder trabajar en el desarrollo de cursos para que suplan esa necesidad.

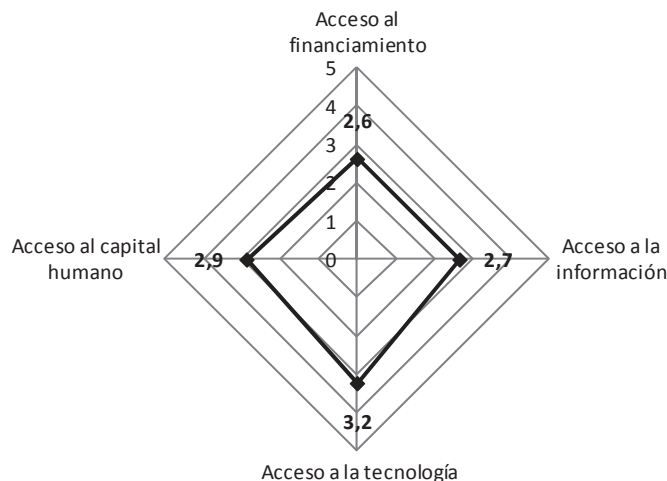
El trabajo para el desarrollo de estos proveedores creemos que tiene que surgir de manera asociativa entre los mismos productores. Es decir, dado que existe interés en la asociatividad y una Cámara de Bodegas y Productores Vitivinícolas de Córdoba, se podría establecer planes para el desarrollo de los insumos comentados previamente.

Un paso previo al desarrollo de proveedores, podría ser trabajar activamente en la compra grupal de insumos. Según informantes claves, la elaboración de vino dentro de la provincia tiene un sobre costo que rondaría el 30–40% en relación a las principales provincias productoras, por lo cual la obtención de mejores precios en los insumos podría ayudar a mejorar la competitividad. Se debe aclarar que esos productos no agotan las posibilidades, sino que es el rango surgido de las respuestas obtenidas a partir del relevamiento.

12.7 Accesos y capacidades

Con respecto al financiamiento, información, tecnología y capital humano de las empresas, las empresas del sector consideran poseer un buen acceso a la tecnología. Esta es la dimensión en la que el sector considera que posee mayor fortaleza, a diferencia de las demás, en las cuales se observan valores débiles, como muestra el Gráfico 12.16, particularmente en acceso al financiamiento, dado que el 70% de las empresas considera que no puede acceder al crédito de corto plazo a tasas razonables y sin problemas, y el 64% realiza la misma apreciación para el largo plazo. Más aún, ninguna empresa consideró que tiene conocimiento de las características de herramientas de financiamiento extra bancario como obligaciones negociables. Una mayoría de las empresas (solamente 15% de las consultadas se posicionó en contrario) se consideró capaces de preparar y evaluar un proyecto de inversión para ser presentado ante potenciales inversores.

Gráfico 12.16: Niveles de acceso*



*Este análisis se llevó a cabo mediante el uso de una escala de Likert. En el gráfico, el menor valor numérico implica un menor acceso y el mayor valor, mayor acceso.

Fuente: IIE.

En cuanto al acceso a la información, 61% de las empresas del sector analiza habitualmente información económica y sobre su entorno de negocios. Sin embargo, un 31% manifestó no hacerlo, lo cual es un porcentaje alto en relación a otros estudios similares. Además, la mitad de las empresas manifestó no contar en forma regular con información actualizada sobre posibilidades de negocios en otros mercados geográficos, confirmando así el problema de la falta de información como obstáculo para encontrar mercados potenciales.

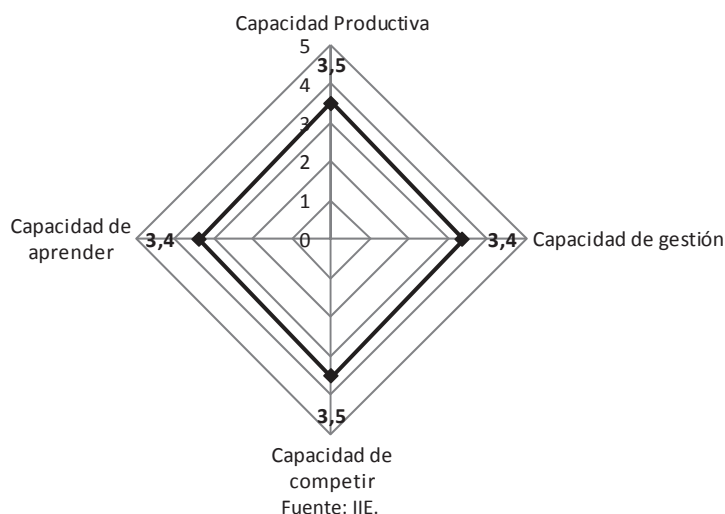
Asimismo, ninguna empresa (36% respondió de manera indiferente, en tanto que el resto lo hizo de forma negativa) afirmó contar con información sobre programas de apoyo a pymes – indicando la necesidad de mejorar la comunicación para el acceso a potenciales programas. Una manera de mejorar el acceso a la información podría ser trabajar para consolidar la nueva cámara creada, dado que casi 50% de las empresas no pertenecen a una institución que los represente y otro tanto afirma no participar de un ámbito de discusión y análisis donde se intercambie información de negocios con otros empresarios. El mismo sería un ámbito oportuno para trabajar en la inteligencia comercial para la venta en otros mercados geográficos.

En lo relativo al acceso a la tecnología, la mayoría de las empresas (75% y 77%, respectivamente) afirma haber mantenido actualizada la tecnología que utiliza durante los últimos 5 años y haberse mantenido al tanto de las actualizaciones tecnológicas relevantes para su negocio. Dos puntos sobre los cuales se puede trabajar, sin embargo, son la disponibilidad de página web propia (46% de las empresas declaró no poseer, y otro tanto sí hacerlo) y la tenencia de sistemas informáticos en aquellas áreas donde permiten ganancias de eficiencia (solo 30% atestiguó contar con los mismos, en tanto que el resto tiene limitantes en los sistemas informáticos con los que cuenta).

Respecto del capital humano, un 50% de las empresas considera que la búsqueda y selección de personal de acuerdo a los niveles de calificación requeridos constituye un problema, si bien otro 40% sostiene no tener dificultad. Aparecen como más delicadas la capacidad de contener a los empleados eficientes (54% de las empresas considera que es un tema complejo) y de cumplir las normativas laborales vigentes (57% manifestó tener dificultades para cumplirlos), aunque la generalidad de los respondientes no considera que el nivel de salarios actuales esté fuera de las posibilidades económicas de las empresas.

Por otra parte, contrariamente a lo que usualmente se obtiene en este tipo de análisis, cuando se consultó a las empresas sobre sus niveles de capacidad productiva, de aprender, de gestión, y de competir, los resultados agregados – representados en el Gráfico 12.17 – arrojaron que se consideran capacitadas para todas esas cuestiones, sin diferencias significativas entre las mismas. Podría explicarse debido a una sobrevaloración de las capacidades por parte de los empresarios o bien por las expectativas puestas en el potencial para el desarrollo del sector en los años venideros.

Gráfico 12.17: Niveles de capacidades



En este sentido, casi la totalidad de las empresas alegó haber mejorado sustancialmente sus prácticas productivas en los últimos años y utilizar métodos de producción que cuidan el medio ambiente y la calidad de vida de sus trabajadores, en tanto que ningún encuestado entendió que utiliza procesos productivos que no sean los más eficientes al alcance de las empresas de su sector. El 83% de las empresas manifestó no poseer certificaciones de calidad, sin embargo.

Similares resultados se obtienen en lo concerniente a prácticas de gestión: la mayoría de las empresas dice haber mejorado sus prácticas de gestión durante los últimos tres años, mantener la responsabilidades de gestión a cargo de profesionales (notablemente, debe resaltarse que un 36% afirmó no estar de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación de que esta responsabilidad está a cargo de profesionales) e incluso tener en cuenta la opinión del personal de los distintos niveles jerárquicos. Empero, entre el 17% que expresó que no considera que su gerencia esté utilizando las técnicas más modernas para la gestión de empresas, el 8% que se mostró muy en desacuerdo y el 25% que no se mostró de acuerdo ni en desacuerdo, nos permite establecer que es necesario renovar técnicas de gestión dentro de las empresas.

El optimismo también se hace patente con respecto a la capacidad de competir: la generalidad de las empresas sostiene haber ampliado sustancialmente su cartera de clientes, haber desarrollado nuevos productos, y haber ampliado su cobertura regional en los últimos cinco años. Cabe destacar que sin embargo, casi el 56% de las empresas no participa de eventos empresarios ni ferias.

En lo referente a la capacidad de aprender, 46% dijo tener un conocimiento detallado del tipo de capacitación que necesitan, pero otro 46% es indiferente a ese conocimiento, lo cual es notorio. Sí hay, a pesar de ello, apertura a la capacitación de los recursos humanos, en tanto que se tiende a apoyar económicamente la formación de los mismos aunque, una vez

más, la apertura a las capacitaciones viene acompañada de indiferencia: 60% de las empresas se mostró indiferente a realizar reuniones internas sistemáticas para evaluar sus necesidades de capacitación y 67% se mostró indiferente a contar con un plan de carrera para sus recursos humanos (y los restantes, en desacuerdo), siendo el área de las capacitaciones aquella sobre la cual se debe trabajar con mayor énfasis.

En consecuencia, la baja participación en ferias y eventos empresarios de la especialidad, la baja capacidad de gestión de planes estratégicos del sector y de las empresas o directamente la falta de los mismos, así como la falta de planes de carrera dentro de las empresas y falta de certificaciones de calidad, son los elementos que opacan las capacidades empresarias del sector. Sin embargo, se puede concluir que las capacidades que se poseen son adecuadas por el alto nivel de aceptación de los demás enunciados que se consultaron en la investigación del IIE.

12.8 Lineamientos de política propuestos

En base a las particularidades de cada región y a las necesidades del sector en general, se proponen los siguientes lineamientos de política:

- Instrumentar desde el gobierno provincial herramientas financieras que fortalezcan el desarrollo productivo del sector vitivinícola. Se identificó en la mayoría de las regiones una dificultad manifiesta para acceder a líneas de financiamiento que se adecuen a las necesidades del sector. Para ello se propone formar un fondo específico para el desarrollo del sector que permita la obtención de financiamiento a tasas diferenciadas y con plazos comprensibles para las inversiones en vitivinicultura.
- Capacitar e informar a las empresas en el uso de herramientas de financiamiento y programas públicos. Si bien es necesario la creación de programas específicos para la obtención de fondos, también se notó entre los productores de vinos cordobeses la falta de conocimiento y capacitación sobre herramientas financieras sustitutas al crédito bancario. Difundir conocimiento sobre Obligaciones Negociables, Fondos de Capitales de Riesgo, Cheques de Pago Diferido, Sociedades de Garantía Recíproca, entre otras, podría ayudar a superar mejorar la dificultad que los productores mencionaron respecto a sus posibilidades de financiamiento.

De la misma manera hay poco conocimiento sobre programas nacionales de incentivo y ayuda para productores vitivinícolas. Se propone mejorar la difusión de estos programas e incentivar desde los organismos públicos la cooperación con instituciones nacionales vinculadas a la vitivinicultura.

- Desarrollar un Plan Estratégico Vitivinícola Provincial y para las distintas regiones. Implementar desde el gobierno a través de los ministerios competentes un plan integral para desarrollar la vitivinicultura que utilice el diálogo con los agentes como principal medio de adecuación. Se propone diseñar un plan amplio que acompañe las líneas de financiamiento y coordine el desarrollo conjunto del sector, de manera que puedan compatibilizarse intereses distintos en post del crecimiento como región. Para lograr esto es indispensable la separación por zona productiva, para aprovechar al máximo el potencial propio como para también solucionar las debilidades específicas.
- Fomentar el trabajo en la vitivinicultura y la capacitación del personal. Una debilidad marcada de todas las regiones vitivinícolas cordobesas es la escasez de mano de

obra para trabajar en la actividad, tanto personal operativo como profesionales. En este sentido se propone acompañar al sector de diferentes maneras:

1. Creación u readecuación de planes de empleo provinciales enfocados desde una óptica regional. Brindar a los agentes la posibilidad de contar con mano de obra que permita mejorar las actividades sin incrementar los costos y a su vez mejorar el número de personas con conocimiento en la actividad, que puedan luego mejorar la oferta de personal idóneo.
 2. Fomentar el conocimiento en vitivinicultura desde las casas de enseñanza. Orientar a los colegios técnicos regionales para incluyan optativamente el aprendizaje de actividades relacionadas a la actividad. De igual manera, implementar en los centros de estudios avanzados materias e incluso orientaciones enfocadas en la vitivinicultura para mejorar la oferta de recursos humanos.
 3. Proponer, promover y organizar junto con las cámaras afines al sector, las instituciones regionales y los propios agentes talleres de capacitación, viajes para conocer el trabajo en regiones desarrolladas y el acceso a cursos especiales para mejorar el conocimiento de la cadena productiva.
- Incentivar la inversión y desarrollo de proveedores locales. En todos los casos analizados se mencionó la escasez o poca competitividad de los proveedores locales. Se propone incentivar desde el gobierno la inversión en actividades que provean insumos a la producción vitivinícola de manera de aumentar el valor agregado generado por la cadena y que el mismo quede dentro de la provincia. Para incentivar este encañamiento productivo se deberían organizar desde los ministerios pertinentes rondas de negocios entre industriales de la provincia para tener un conocimiento detallado de los insumos que existen o pueden fabricarse en la provincia, de modo de ahorrar los costos de transporte que implica comprar a proveedores radicados en zonas geográficamente más alejadas.
 - Seguir fomentando el enoturismo. Las capacidades que presenta Córdoba para el turismo, y especialmente los lugares analizados, obligan a seguir trabajando en este sector. Para ello se hace importante establecer dentro de los planes estratégicos de cada región las distintas ofertas que se podrían ofrecer, así como también analizar el potencial de demanda existente.

Recuadro 12.3: Las posibilidades del enoturismo

Para idear políticas eficaces para el desarrollo de las regiones vitivinícolas de la provincia de Córdoba, es imprescindible conocer las potencialidades del sector, teniendo en cuenta los rasgos particulares que lo caracterizan y lo posicionan en un lugar diferenciado respecto de la actividad vitivinícola de otras regiones del mundo. Las características agroclimáticas que se observan son óptimas para el cultivo de la vid. La provincia se encuentra ubicada entre los 29° 30' y los 35° de latitud sur, una zona en la que predomina el clima templado, con una variación de entre 4 y 5 horas de duración del día en el verano y en el invierno. Las precipitaciones, si bien son abundantes, no limitan el desarrollo de la actividad vitícola. En este sentido, Fidel y de la Mota (2012) dan cuenta de las particularidades del Valle de Calamuchita y el Valle de Traslasierra en su trabajo "Desarrollo integral para el modelo vitivinícola-turístico de las regiones emergentes de la provincia de Córdoba". Su investigación recopila las características agrícolas, paisajísticas y de mercado de estos lugares, bajo la hipótesis de que "un modelo de pequeñas y medianas bodegas orientadas hacia vinos de calidad parecería ser el camino indicado a seguir" para la provincia. Ciertamente, los datos recogidos muestran que, a partir de las características organolépticas, climáticas, agrícolas (entre otras) de estas regiones vitivinícolas, las condiciones son ideales para la producción de vinos de alta calidad, que pueden

fácilmente competir con los mejores vinos de Mendoza o San Juan, y que recogen los rasgos distintivos del terruño en el cual son elaborados.

Por otro lado, se observan potencialidades para el desarrollo del enoturismo, dada la gran concurrencia de turistas que caracterizan a estas zonas y la existencia de una infraestructura turística bien desarrollada, lo cual se esgrime como un “óptimo canal de comercialización, que sin descartar los canales tradicionales de venta, en un mercado cada vez más competitivo, permitiría facilitar las ventas en bodega”, accediendo directamente al consumidor y evitando así intermediarios que podrían encarecer aún más el precio del producto. El trabajo, además, desaconseja un modelo orientado a la producción de grandes volúmenes de vino, dadas las limitaciones del mercado.

Fidel y de la Mota destacan tres elementos fundamentales que influyen en la calidad del vino: la aptitud del suelo, las características ecolimáticas y la variedad y estado de las uvas. “La conjunción armoniosa de estos tres elementos permite la producción de racimos que alcancen una madurez con las características intrínsecas de la variedad, sobre todo en cuanto al contenido de azúcares, ácidos, aromas, color, etc., en un clima y suelo determinados. Esto otorga al producto particularidades propias del sitio vitícola o terruño”.

El procesamiento que se realice de las uvas para la obtención del vino es otro de los aspectos importantes a tener en cuenta si lo que se pretende es contar con un vino que exprese de manera más perfecta los rasgos de la uva y las condiciones bajo las cuales se llevó a cabo su elaboración. Es necesario tener en cuenta que cada una de las actividades que intervienen en la totalidad del proceso productivo, desde la elección de la tierra hasta el embotellado, “darán al vino su tipicidad y en mayor o menor medida sus características singulares que lo harán único e inigualable en otras zonas”.

- Promover la vinculación de los productores viñateros y las bodegas a través del asociativismo. Queda claro que los agentes de la cadena vitivinícola tienen iniciativa por el trabajo en equipo. En este sentido debería fomentarse la cooperación y asociación entre los mismos para facilitar el acceso tanto a insumos a menores costos por la compra en grandes volúmenes, el acceso a nuevas tecnologías que puedan compartirse y la difusión de mejores técnicas y conocimientos. La asociación genera sinergias que fortalecen el vínculo empresario y a su vez aportan en post del desarrollo como región. Coordinar el trabajo conjunto entre los agentes y proveer de insumos para ese trabajo es una tarea clave que debería desarrollar el sector público.
- Institucionalizar a la vitivinicultura como una actividad regional en los valles de Traslasierra y Calamuchita. Promover desde las instituciones públicas la vitivinicultura en las nuevas regiones de manera de generar la integración de la actividad con el sector de servicios. El apoyo a las regiones desde los organismos públicos y su posicionamiento como nuevas zonas productivas incentiva el turismo y junto con ello, la integración con los sectores proveedores de servicios, son un excelente canal comercial. Afianzar programas que den a conocer la vitivinicultura cordobesa y las nuevas regiones en particular son un buen sustento para desarrollar las nuevas actividades.
- Profundizar el estudio de cada región en particular para identificar los modelos productivos que mejor se adapten. Continuar el estudio de manera más concentrada en cada región, evaluando la posibilidad de desarrollos de nuevos proyectos vitícolas y potenciando las fortalezas particulares de cada terruño. Por otra parte se debe incentivar la adaptación de modelos específicos que aprovechen las condiciones agroeconómicas y permitan la especialización productiva. Una debilidad de los viñedos cor-

dobeses es su escala y diversidad, por lo tanto fomentar la transición hacia unidades productivas eficientes es un desafío para la política estatal.

Siguiendo a Fidel y De La Mota (2012), para lograr vinos con características distintivas y únicas de la zona en la cual es elaborado, los autores insisten en la necesidad de elegir las variedades que más se adecuen a particularidades del lugar. Las variedades de ciclo corto, como SauvignonBlanc, Chardonnay, Pinot Blanco o Riesling en el caso de las blancas, y el Noir, PinotMeunier o Merlot en el caso de las variedades tintas, son ideales para los climas frescos que, en el caso de la provincia de Córdoba, se encuentran a gran altura; este sería el caso del Valle de Calamuchita. Los vinos espumantes también requieren de cosechas tempranas, por lo cual se optimizaría la producción de esta bebida en esta zona. Las variedades de ciclo medio a largo, por su parte, son ideales para las zonas más cálidas, como el Valle de Traslasierra, ya que requieren de altas temperaturas, mayor exposición al sol y tiempo para madurar. Torrontes, Malvasías, Moscateles, Viognier, Roussane, en el caso de las variedades blancas, y Bonarda, Syrah, Tannat, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, entre las variedades tintas, son los cepajes recomendados. El Malbec, por su parte, no es un cepaje adecuado para regiones muy cálidas, si bien es cultivado en gran medida en todas las zonas.

- Establecer y hacer cumplir una normativa clara respecto a la problemática de agroquímicos. Se debe dejar analizar y dejar por sentado los productos químicos que dañan a los viñedos como aquellos que son necesario para su desarrollo. Sobre una base confiable, deben reglamentarse el uso y tipo de agroquímicos permitidos para el combate de plagas y hongos en los viñedos según las leyes de cada región particular, revisando las mismas en caso de ser necesario.