

Entre la diversificación y la calidad



Ricardo A. Billene


Consultor, Asesor de la Industria Vitivinícola e Investigador



consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo – Nº 16 – Marzo 2011 – ISSN 1851-6610



El “principio o teoría de las señales” de las finanzas corporativas dice algo así como “si los que saben de un negocio en particular invierten es porque, muy probablemente, esperan obtener flujos de fondos positivos de sus inversiones”. Pues, en Mendoza, los que saben están invirtiendo en viñedos y bodegas para producir vinos de alta gama. Aproximadamente, para invertir en una finca de viñedos de buena calidad, hay que estimar unos U\$S 15.000 por hectárea (ha), con unas 20 ha como mínimo (la variedad es muy amplia) para iniciar una actividad de este tipo.

Otros tipos de inversiones en el rubro combinan distintas ideas y conceptos, como algunos interesantes proyectos en la zona de Valle de Uco que ofrecen la oportunidad, a un pequeño inversor que desee tener sus propios vinos de alta gama, de comprar una pequeña cantidad de hectáreas y solicitar a estas empresas que le administren el viñedo, le elaboren los vinos, y que se los fraccionen y etiqueten con el nombre que el inversor solicite. Dicho de otra forma, cualquier inversor puede tener su propia línea de vinos de alta gama sin necesidad de tener su propia bodega. Una inversión mínima en estos proyectos ronda los U\$S 50.000, y firmas como The Vines of Mendoza, Tierra Mansa y Mendoza Vineyard Village ofrecen este tipo de alternativas.

Bodegas de Argentina (Asociación Civil) es una entidad sin fines de lucro que puede brindar interesante información a un potencial inversor (www.bodegasdeargentina.org).

Para competir con algunos productos sustitutos, muchas bodegas han ampliado sus ofertas hacia los vinos jóvenes, los espumantes, los envases de menor tamaño que puedan ser vendidos en pubs, boliches, etc., buscando llegar a un segmento de mercado más joven y no perder terreno ante dichos sustitutos. También otro de los objetivos que se persigue es el de ir inculcando la “cultura y el gusto por el vino” en generaciones que hoy son típicamente consumidoras de cerveza, fernet y otras bebidas por el estilo.

Desafortunadamente, nuestro gran enemigo de hoy sigue siendo la “alta inflación” real que afecta al país y específicamente a la actividad vitivinícola, haciendo que tenga que soportar constantes incrementos de costos que no siempre pueden trasladarse a sus precios. La coyuntura económica de alta inflación anual y tipo de cambio relativamente estable deteriora los márgenes de utilidad de los exportadores, aunque algunos empresarios han visto la oportunidad, aprovechando que la divisa norteamericana está a buen precio, de importar tecnología mediante la toma de préstamos en pesos a tasas fijas en el mercado interno y la compra inmediata en dólares o euros de equipamiento tecnológico de alto nivel, como una forma de “capitalizarse” hasta que cambie el contexto económico de nuestro país.

Superando la coyuntura económica actual, la vitivinicultura es una histórica y tradicional actividad económica que se renueva constantemente y promete un mayor desarrollo y expansión en un horizonte de largo plazo, con apuestas más importantes a las marcas y a la calidad en comparación con décadas anteriores.