



JOSÉ GUTIERREZ / LOS ANDES

SITUACIÓN. Referentes del sector encuentran un combo letal para entender esta tendencia: la inflación, el aumento de los costos de producción y la caída del consumo.

En mayo, cayeron 5% despachos de vino en el mercado interno

CONSUMO. De acuerdo con el último informe del INV, el mes pasado continuó la tendencia a la baja. Así, en los primeros cinco meses del año la merma supera 10% respecto de 2022.

Gonzalo Villatoro
gvillatoro@losandes.com.ar

La preocupación es cada vez más honda en el sector vitivinícola, nuevamente las ventas en el mercado interno cayeron en el mes de mayo casi 5% y acumulan una retracción que supera los 10 puntos en los primeros cinco meses del año, de acuerdo al último informe de comercialización del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

La inflación, como causa del aumento de precios, y a su vez el derrumbe del poder adquisitivo de los consumidores, son los principales motivos que esgrimen los referentes de las principales entidades vitivinícolas de Mendoza. Ante este panorama cada vez más negro que avizoran desde las organizaciones, le agregaron un ítem más: la caída en las exportaciones.

Quien salió a poner un alto y marcó un futuro un poco más promisorio fue Martín Hinojosa, titular del INV. El funcionario eligió la "prudencia" a la hora de analizar lo que viene para los despachos de vino y aseguró que la contracción del mercado está deteniéndose y se está alcanzando un equilibrio.

La caída en las ventas

Según el informe que elaboró el INV, en mayo los despachos de vino al mer-

cado interno sufrieron una merma del 4,9% en comparación al mismo mes del 2022.

Pero lo más preocupante para los actores del mundo vitícola es que la baja en la comercialización de mayo no fue algo aislado, sino que es una condición que arrastra el mercado del vino de hace meses.

De acuerdo a los datos del organismo nacional, entre enero y mayo de 2023 la retracción en los despachos al mercado interno es del 10,1%, frente al mismo periodo del año pasado. Mientras que en los primeros cinco meses del 2022 se comercializaron 3.162.192 de hectolitros, este año la demanda cayó a 2.841.805 hectolitros.

Y esta realidad se extiende a todos los envases -a excepción de la lata y el bag in box, con participaciones minoritarias en el total-. En el acumulado, la botella registra -12,6%; el tetrabrik un -7,9%; mientras que la damajuana alcanza un -0,4%.

"Claramente el tema es de precios y no en supermercado donde en se siguen manteniendo por lo que es el programa de precios justos y no se permite aumentar mucho. Ahí se mantiene un poco más la venta, en esos canales, a pérdida muchas veces de las bodegas, no así en lo que es cadena, vinotecas y restaurantes donde se sube el precio más libremente", afirmó Patricia Ortiz, presidente de Bodegas de Argentina (BdA).

Milton Kuret, director de BdA aseguró que "luego de una baja cosecha con fuerte impacto en los precios de materias primas, sumados a los restantes en la matriz de costos de los productos, las bodegas están comercializando en el mercado local con un

gran esfuerzo por mantener los márgenes. Los incrementos de precios que puedan hacer, impactan en el volumen, claro efecto de las limitaciones del bolsillo de los consumidores".

Para completar la ida desde BdA, Ortiz también se mostró altamente preocupada por la caída que están viendo en las exportaciones. "Se debe al tipo de cambio atrasado, vamos perdiendo competitividad. Las cajas de menor valor ya no son competitivas y no se pueden vender. A eso se suma que, en Estados Unidos, nuestro principal mercado, también el vino argentino está cayendo, en parte por falta de la promoción, así que la verdad que el escenario que vemos, no es nada bueno y no creemos que de acá a fin de año eso vaya a mejorar, sino por el contrario", sentenció.

Fabian Ruggeri, presidente de Asociación de Cooperativas Vitivinícolas (Acovi), también pintó un futuro bastante oscuro si la actividad sigue con la tendencia decreciente en el consumo.

"Por más que tuvimos una mala cosecha, si seguimos con esta tendencia en el consumo vamos a tener problemas con exceso en el stock. Parte de la situación se debe a que a la gente no le alcanza la plata, su poder adquisitivo real ha bajado. No es que deja de consumir, sino que en vez de tomar una botella por día toma menos y la hace durar un día y medio, en definitiva, el consumo va bajando", comentó el productor.

Al igual que la titular de Bodegas de Argentina, Ruggeri también se enfocó en la merma en las exportaciones y se lo atribuyó al "dólar absolutamente atrasado" más "la falta de

convenios internacionales". "En todos los países que tenemos ingresos, estamos pagando un porcentaje de impuestos para vender que va entre el 0% y el 30%, mientras que los países vecinos, como Chile, normalmente están en cero", indicó.

Según el presidente de Acovi, los volúmenes que se comercializan en el mercado internacional cayeron "más de un 20%".

Mauro Sosa, directivo del Centro de Viñateros y Bodegueros del Este, resumió todo el problema de la caída en los despachos con la palabra "inflación".

"Es un tema recurrente que afecta sobre todo a las pequeñas y medianas empresas" y todo se resume en "la inflación que distorsiona la estructura del costo y hace mella el poder adquisitivo de los consumidores, que, por supuesto, se traduce en menores compras", expresó.

12,6%

es la caída de los despachos de vino en botella.

En el acumulado de los primeros cinco meses del año, todos los tipos de botellas tuvieron saldo negativo. Es el principal envase.

30%

en impuestos para ingresar a un mercado.

Según referentes del sector, los vinos argentinos pagan entre 0% y 30% para venderse en el exterior en concepto de impuestos.

"Lo que se ganó durante la pandemia, en el sentido de duplicar las ventas, se perdió cuando se transparentó la inflación mensual que tenemos, con un tipo de cambio oficial que sigue aumentando y que eso impacta en los insumos. Las empresas están batallando contra viento y mareas para poder mantener ese mercado interno tan importante y que siempre se ha privilegiado y que debe ser privilegiado, por supuesto, en paralelo con políticas de promoción de exportación, pero el verdadero e importante mercado lo tenemos dentro del país", remarcó.

Sosa consideró que la actual situación económica ha generado que las bodegas vayan adecuando sus estructuras de costos "en función de mantener a la empresa, pero siempre pagando el precio de un achicamiento. Las economías regionales no están siendo consideradas, más allá de los discursos. Y en el caso de las empresas de mayor tamaño grandes también tienen sus dificultades, que son proporcionales al tamaño, pero tienen otras herramientas para enfrentar las crisis", explicó.

Un poco de tranquilidad

Martín Hinojosa, titular del INV, transmitió tranquilidad y su visión partió desde la "prudencia. Si bien reconoció abiertamente que los niveles de despachos al mercado interno decrecieron en lo que va del año, también aseguró que esa merma "se ha ido moderando" y se está "en una situación de equilibrio".

"Es una caída que está influenciada por el precio y por la baja cosecha. Son dos variables que influyen y no podés darte mucho el lujo en la viticultura de aumentar el precio porque tenés un traspaso a otras bebidas como la cerveza, aguas saborizadas o las gaseosas. En eso el sector está tratando de hacer lo más prudente posible para no perder el mercado, pero si es una realidad que es una caída pero que se viene moderando, viene decreciendo ese porcentaje", apuntó.

A diferencia de los referentes del sector, Hinojosa no pronostica una crisis y sostiene que "lo más sensato es esperar a ver en los próximos tres o cuatro meses como sigue el consumo". "No hay que ser alarmista, ni cuando falta ni cuando sobra, yo creo que estamos hoy en una situación de equilibrio. Por los números que manejan desde el INV, que son los reales y declarados, hay que ver cómo funciona, porque si se reactiva la venta cambia la cosa totalmente. La venta incide más que cualquier otra cosa", añadió.

En cuanto a la baja en las exportaciones que también se registraron en los últimos meses, el presidente del INV afirmó que "todo el mercado internacional del vino ha caído en todos los países".

"Generalmente los grandes volúmenes se mueven por el mercado a granel y se moviliza cuando tenés mucho stock. Argentina viene de dos años de cosechas muy bajas y al tener poco stock de vino deja de ser competitivo en el mercado de granel, entonces el mercado de exportación de cantidad, cae por no tener vino a disposición. A nivel de valores, estamos muy parecidos al año pasado, con una caída, pero no muy grande", concluyó.