

10 Dic. 2010 por Guillermo Banfi (aprox 1.200 palabras)

Secretos del Exito Exportador Argentino

La Argentina finaliza el 2010 con un gran año en sus exportaciones de vino. Mientras la industria en el mundo trata de reacomodarse tras la crisis y los grandes productores del mundo buscan alternativas para colocar sus productos y recuperar mercados, la Argentina ha logrado un importante crecimiento en sus exportaciones, en particular de vino embotellado con un mayor valor promedio. Argentina cerrara el 2010 con cerca de U\$700 millones en exportaciones de vino embotellado y 23 millones de cajas (9 litros). Argentina ha dejado de vender vinos económicos a granel, un commodity de bajo valor, para posicionarse como un jugador importante en el negocio mundial de vinos con valor agregado. Estados Unidos y Canada siguen siendo los principales destinos con cerca del 50% del *market share* y con tasas de crecimiento superiores al 20%, una tasa envidiable en el contexto actual de la industria. Mientras que en el mundo hay un excedente de vino, Argentina no da abasto con la demanda internacional de Malbec y mas recientemente de Torrontes.

Cuales son sus Secretos?

Existen varios factores tanto del lado de la oferta como de la demanda que explican este éxito: buenos productos y variedades novedosas, el producto adecuado en el momento adecuado, y políticas económicas favorables que incentivaron la inversión.

Argentina produce vinos con una muy buena relación precio-calidad en tiempos en que el consumidor cuida su bolsillo. Ofrece además alternativas para el consumidor internacional que busca algo diferente de los vinos que abundan en sus mercados, en particular, el cabernet sauvignon, Shiraz y chardonnay. Argentina tiene malbec que produce vinos amables y fácil de entender y beber, agradables al paladar por su carácter aterciopelado y abundancia de fruta roja y taninos amables que invitan a descubrirlo. Lleva además nuestra bandera de identidad y se consiguen mundialmente en cientos de etiquetas y a precios razonables entre los u\$10 y u\$20. Con la crisis, muchos consumidores disminuyeron el consumo de vinos de alta gama (por encima de U\$30, en particular, los vinos franceses, italianos y californianos) y comenzaron a buscar vinos de otras regiones que les pudiesen ofrecer una calidad similar a menor precio. Y el Malbec encajo perfectamente en esta época de crisis, sobre todo en Estados Unidos y Canada, que en su conjunto ya consumen cerca de 10 millones de cajas (9 litros) de vino Argentino donde se destacan el malbec, cabernet sauvignon y torrontes. El mercado americano es la gran apuesta y seguirá siendo el líder para las exportaciones argentinas. A pesar del fuerte aumento de sus exportaciones en los últimos 5 años, queda aun espacio para seguir creciendo. Las grandes tiendas americanas siguen incorporando vinos argentinos dandoles mayor presencia y visibilidad en las gondolas. Cadenas como Costco con una facturación anual de u\$71.000 millones de dólares, con mas de 450 locales en todo Estados Unidos y 55 millones de miembros puede generar un volumen de venta extraordinario y mover millones de cajas por año de una sola marca. Existen además decenas de cadenas especializadas en vino que generan millones de dólares de facturación. A su vez, en el on-trade existen también importantes cadenas de restaurants que mueven grandes volúmenes. En Estados

Unidos, cadenas como Darden Restaurants, propietaria de la reconocida cadena Red Lobsters, cuenta actualmente con más de 1.800 restaurantes y una facturación de U\$ 7 mil millones. Numerosas cadenas de *steakhouse* como Outback, Morton's, son clientes ideales para el Malbec. Si bien algunas de estas cadenas ya cuentan con etiquetas de Malbec, Torrontes y Bonarda argentinos el potencial es aún enorme. Por supuesto que la competencia es feroz y para seguir creciendo Argentina tendrá que seguir ofreciendo vinos de calidad y a precios atractivos e invertir activamente en acciones promocionales. La fuerte reducción en los márgenes en los últimos dos años, por la alta inflación, es un tema preocupante que debe solucionarse rápidamente. Los mercados externos son muy sensibles a variaciones de precios. Cada bodega tendrá que revisar su estrategia de precios y posicionamiento antes de hacer cualquier corrección que pueda impactar negativamente en sus ventas. Queda claro que el grueso del vino argentino en botella que se exporta se comercializa entre U\$2 y U\$5 dólares FOB que se traduce en un precio de góndola de u\$ 8 a u\$ 20. El desafío para los próximos años será mantener la calidad y, en particular, los precios.

Hacia fines de los 90, Argentina comenzó una importante transformación en su industria vitivinícola pasando de producir básicamente vinos genéricos de baja calidad a ofrecer vinos varietales de calidad apostando fuertemente al malbec y al mercado externo. A partir del 2001, luego de la fuerte devaluación, los proyectos se aceleraron ya que Argentina ofrecía no solamente tasas de retornos interesantes pero además contaba con 3 varietales únicos malbec, torrontes y bonarda con potencial de seducir al paladar internacional. En los últimos 10 años, se han realizado inversiones por un monto de U\$1.500 millones provenientes no solamente de argentinos pero también de una gran diversidad de inversores extranjeros de Estados Unidos, Francia, Chile, España e Italia. La reciente inauguración de la Bodega Diamandes de capitales francés es una clara muestra de la fuerte apuesta hacia el sector. Una inversión de U\$15 millones en una bodega modelo especialmente diseñada para producir solamente vinos de alta gama. Varias bodegas internacionales vieron el potencial de Argentina y han desembarcado con importantes proyectos, tal el caso de los franceses Clos de los Siete, el español O'Fournier, Concha y Toro de Chile, Salentein de Holanda y Flichman de Portugal entre tantos otros. Estos extranjeros no solamente aportaron capital a la industria pero también *savoir faire*, tecnología, nuevas técnicas de vinificación, distribución internacional y una visión a largo plazo y capacidad económica para poder financiar el ciclo largo de este negocio.

Muchos enólogos extranjeros se han sumado a este proceso de cambio y han aportado sus técnicas y conocimientos para mejorar la calidad del vino argentino y adaptarlo al paladar internacional. Actualmente, muchas bodegas argentinas cuentan con el asesoramiento de los más reconocidos *flying winemakers*, en particular el americano Paul Hobbs, el francés Michel Rolland y el italiano Alberto Antonini reconocidos por producir muchos de los mejores vinos del mundo. Y Argentina está siendo reconocida como un productor de vino de alta gama. Recientemente, las dos prestigiosas revistas americanas del sector tuvieron muy buenas críticas hacia Argentina. Jay Miller, responsable de catar los vinos argentinos para Wine Advocate (Parker), calificó a 50 vinos argentinos, con un precio minorista inferior a u\$20, entre 90 y 92 puntos, destacando la excelente relación precio-calidad de estos productos. Por su lado, Wine Spectator, en su edición muy esperada del mes de diciembre, seleccionó a 5 Malbec argentinos entre su lista de los TOP 100 vinos del año, algo difícil de imaginar unos años atrás.