



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

**FCE**  
FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS

**FACTORES QUE DETERMINAN EL  
ÉXITO DE LOS PAÍSES DEL NUEVO  
MUNDO VITIVINÍCOLA**  
Trabajo de Investigación

Por

Julián Grau

Registro N° 26.183

Profesor Tutor

Jorge A. Day

Mendoza – Año 2013

“Hasta hace unos años el vino estaba con nosotros, éramos el centro de la industria, el punto de referencia inevitable. Hoy en día, los bárbaros están frente a nuestras puertas: Australia, Nueva Zelanda, EE.UU., Chile, Argentina y Sudáfrica”. Proclamó el consultor francés de vinos Jacques Berthomeau, en un conocido reporte encargado por el Ministro de Agricultura de Francia en 2001.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Anderson, K. (2004). The World Wine Markets: Globalization at Work (1a ed.). UK: Edward Elgar Publishing, Inc.

## Índice

I.	Resumen ejecutivo	4
II.	Introducción	5
III.	Mercado vitivinícola mundial	7
	1. Breve historia de la industria vitivinícola	7
	2. Globalización de la industria vitivinícola	8
	3. Algunas estadísticas de la industria vitivinícola mundial	9
	4. Cambio de paradigmas y surgimiento del nuevo mundo	12
IV.	Análisis de los hechos estilizados	15
	1. Análisis numérico de la industria vitivinícola mundial	15
	2. Caracterización del VM y NM	22
V.	Planteamiento de hipótesis	27
	1. Competitividad cambiaria	27
	2. Cambio en las preferencias mundiales	34
	3. Oferta del VM no acompaña al aumento de demanda mundial	40
VI.	Conclusiones	48
VII.	Bibliografía	52
VIII.	Anexos y Tablas	53

## I. RESUMEN EJECUTIVO

Un importante cambio de paradigmas se dio en el mercado vitivinícola mundial a partir de finales de los años 70, cuando comenzó a incrementarse el consumo mundial de vinos de países no tradicionales, incrementando el grado de comercialización del producto. Este cambio iba a modificar los actores dominantes del mercado, reduciendo la presencia de los países del viejo mundo vitivinícola y dándoles protagonismo a los países del nuevo mundo Vitivinícola. Estos últimos fueron ganando cuota en el mercado hasta alcanzar una cuota del 25% en el año 2011, en contraste con el 9% de 1994.

La competitividad cambiaria no resultó ser un factor que explique estos resultados, ya que si bien todos los países se encuentran bajo los efectos de un dólar barato, otras fuerzas de mercado reflejadas en los precios promedio de exportación han tenido un mayor efecto, y además hay países del VM que superan a países del NM en términos de competitividad. Sí resultó ser determinante un cambio de preferencias que llegó con el cambio de paradigmas, orientado al consumo de vinos varietales de buena calidad. Esto complicó a los países del VM, ya que sus vinos estaban segmentados en vinos de alta gama y vinos de mesa. La oferta del VM no pudo acompañar el crecimiento de la demanda mundial de vino, debido a dos causas principales: por un lado, la industria se encontraba sujeta a rígidas regulaciones que no le permitieron reestructurar los viñedos para adaptarse a los nuevos requerimientos de la demanda, como la prohibición de realizar nuevas plantaciones; y por otro lado, las denominaciones de orígenes utilizadas en la designación de los vinos no fue la estrategia ideal frente a los nuevos consumidores, la que además imponía ciertas prohibiciones en la designación de los vinos bajo esa denominación, como la mención del varietal.

## II. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se embarca en la búsqueda de los principales factores económicos responsables de los cambios en el mercado vitivinícola mundial que se dieron en los 80 y con mayor énfasis en los 90. Más concretamente, estos cambios refieren al cambio en los actores dominantes de dicho mercado, que pasó de estar estrictamente dominado por los tradicionales países del viejo mundo vitivinícola, concretamente Alemania, España, Francia e Italia; a estar dominado por esos mismos países pero con otro grupo de países compitiendo fuertemente y ganando participación en el mercado a lo largo de las últimas dos décadas: los del nuevo mundo vitivinícola, conformados por Argentina, Australia, Chile, Estados Unidos y Sudáfrica.

Dados estos hechos, nuestra búsqueda comienza en el punto III con una breve historia de la industria vitivinícola mundial, para comprender de dónde surgen las categorías del viejo mundo y nuevo mundo. Luego veremos en esta misma sección algunas estadísticas del mercado vitivinícola mundial, para comprender el tamaño relativo de esta industria en el mundo y en nuestro país, por lo que la compararemos con otras industrias como la sojera. En el punto tres de esta sección, dedicaremos unos párrafos a la globalización de la industria vitivinícola, proceso que se intensificó a partir de la década de los 90 y que tuvo un impacto de gran magnitud contribuyendo a los resultados observados en el mercado. Por último, en el punto cuatro de esta sección trataremos el cambio de paradigma que se produjo en la industria vitivinícola mundial, originado en cambios en los patrones de consumo, y que, como veremos más adelante en este trabajo, fue determinante en los cambios acontecidos en el mercado.

Luego, en el punto IV de este trabajo, analizaremos los hechos estilizados de la industria vitivinícola mundial, como la evolución de las exportaciones (en volumen y monto) mundial, de los países del viejo y nuevo mundo, la evolución de la producción global y la de los precios promedio de exportación. En base a estos hechos, en el segundo punto de esta sección haremos una caracterización del viejo y nuevo mundo para comprenderlos un poco mejor, analizando brevemente en cada país de los conjuntos su historia, regulaciones y características de producción y elaboración de vinos.

Habiendo llegado a este grado de avance y entendimiento del mercado vitivinícola mundial y su transformación en las últimas décadas, nos encontramos en condiciones de proceder al

planteamiento de una serie de hipótesis que fundamenten esta transformación. Concretamente, en el quinto punto planteamos tres hipótesis. En primer lugar, estudiamos la evolución de la competitividad cambiaria de ocho países, cuatro pertenecientes al VM y otros cuatro al NM; a partir de la cual intentaremos hallar una razonable explicación del éxito logrado por los países del NM en relación a los del VM. En segundo lugar, estudiaremos un cambio en las preferencias de la demanda del mencionado mercado, donde buscaremos probar si existió una mayor preferencia por vinos del NM en contraste con vinos del VM, lo que debería haber desplazado la demanda del NM en mayor proporción que la del VM. Por último, planteamos como tercera hipótesis que la oferta de los países del VM no fue capaz de acompañar el crecimiento en la demanda mundial, debido a factores como la regulación del mercado en dichos países y las denominaciones utilizadas en los vinos elaborados.

Finalmente, en el quinto punto procedemos a reflexionar una conclusión sobre los hechos estudiados y los resultados hallados como explicación a esos hechos. Concluiremos acerca de los resultados hallados en cada una de las tres hipótesis planteadas, y daremos una conclusión final del trabajo de investigación realizado. Incluimos además una serie de anexos donde analizamos más detalladamente la competitividad cambiaria de países en los que hayamos resultados más llamativos, y también presentamos las tablas de datos a partir de los cuales se trabajó en la construcción de gráficos y variables como precios promedio de exportación.

### III. MERCADO VITIVINÍCOLA MUNDIAL

#### 1. BREVE HISTORIA DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA

Se cree que los primeros cultivos sistemáticos de uvas para vino se dieron entre el Mar Caspio y el Mar Negro, hace aproximadamente unos seis mil años (Johnson, 1989). De allí, se fueron expandiendo gradualmente las técnicas de producción y cultivo de la mejor sub-especie del género *Vitis*, la *Vitis vinifera*, hacia el este a Egipto, Grecia, y probablemente el sur de España hasta el año 2500 AC. Casi dos milenios después, hacia el año 800 AC, los colonos griegos comenzaron a llevar vides al sur de Italia y Sicilia. La viticultura fue introducida en el sur de Francia por los romanos cerca del año 600 AC, y luego se esparció hacia el norte de ese país en el segundo y primer siglo antes de Cristo. Demoró hasta el año 400 DC para que los cultivos de vid se establecieran lo suficiente para formar lo que hoy conocemos como el viejo mundo vitivinícola, siendo sus principales países referentes Francia, Italia, España, Alemania y Portugal.

En cuanto a lo que se conoce como el nuevo mundo vitivinícola, constituido por Australia, Argentina, Chile, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Sudáfrica, sus orígenes datan desde el siglo XVI (1500) cuando los primeros exploradores comenzaron a traer plantines de vid y técnicas de producción a Sud América y México, y hacia Sud África a partir del año 1655. Los intentos de exportar estos atractivos cultivos hacia Norte América se vieron frustrados, siendo los jesuitas españoles-mexicanos quienes lograron, a principios del siglo XIX, establecer los viñedos de la región que hoy se conoce como Napa Valley en el estado de California, al mudarse desde Baja California hacia el norte. En Australia, los primeros cultivos de uva comenzaron a darse con plantines importados por los colonos británicos en 1788, ocurriendo lo mismo en Nueva Zelanda tres décadas después.

El comercio internacional fue en sus inicios muy limitado y de distancias relativamente cortas dentro de Europa, y se realizaba a través de tres vías: el comercio mediterráneo por tierra y mar hacia Polonia y los países Bálticos; el comercio desde el sur de Alemania por el río Rhine hacia el norte de Alemania, Escandinavia y los países Bálticos; y desde el oeste de Francia hacia Inglaterra y Flanders. Recién a mediados del siglo XIX se pudieron comercializar vinos finos a mayores distancias, cuando se logró estandarizar y tapar las botellas de vidrio.

Por su parte, los países del nuevo mundo tuvieron desde sus inicios una producción destinada a satisfacer al mercado interno. Sin embargo, a mediados de los 80 se iba a dar un cambio

impensado en el mercado mundial y, sobre todo, en las posiciones de los distintos jugadores, motivado por cambios en la demanda mundial de vinos.

A lo largo de la historia de esta industria, y como en todas las industrias de origen agropecuario, ha habido grandes fluctuaciones en el mercado. En esta industria en particular, no sólo hacían fluctuar el mercado vitivinícola aspectos concernientes al mercado de la uva, sino también vaivenes en el mercado del vino. Los ciclos se han caracterizado por importantes “booms” seguidos por largos períodos de depresión causados por la extensión de nuevas plantaciones realizadas durante el “boom” del sector (Osmond & Anderson, 1998). La sobreoferta estructural llevaba a prolongados períodos de precios bajos que carcomían la rentabilidad de los productores y elaboradores de vino hasta reacomodar el mercado. En Australia, por ejemplo, ha habido cinco grandes booms desde 1850 hasta el último a mediados 1980, el cual ha logrado mantenerse por otras condiciones nunca antes vistas que se dieron y que analizaremos a lo largo de este trabajo de investigación.

Sumado a los vaivenes propios de los mercados agropecuarios, la industria vitivinícola mundial se ha enfrentado desde mediados del siglo XIX a una serie de catástrofes mundiales que sacudieron el mercado de forma alarmante. Nos referimos a plagas mortíferas, como la de la mosca áfida que en 1863 y durante quince años afectó los viñedos del mundo, destruyendo el 40% de la producción francesa en quince años; guerras mundiales; crisis económicas; leyes secas, como la que se dio en EE.UU. en 1919, o como la prohibición del alcohol en los países nórdicos a principios del siglo XX; y movimientos antialcohólicos como son el American Temperance Movement (ATM) y las Anti-Saloon Leagues (Ligas Antibares) en EE.UU. que pusieron en jaque las industrias vinícolas a través de una mala promoción del consumo del vino.

## **2. ALGUNAS ESTADÍSTICAS SOBRE EL MERCADO VITIVINÍCOLA MUNDIAL**

Para entender un mercado primero es necesario dar una mirada a las estadísticas mundiales, y para comprender mejor los fríos y mudos números, analizaremos los datos de forma relativa o comparativa, a fin de facilitarle al lector la comprensión de los datos, objetivo principal que debe tener un economista cuando intenta producir información a través del procesamiento de datos, para luego comunicarla al público inexperto en el tema.

La industria vitivinícola mundial, desde el punto de vista de los números, no es de gran relevancia mundial. Según la Organización Internacional del Vino (2011), sólo el 0,5% de las hectáreas



cultivadas en el mundo se dedican a la producción de uvas. Por otra parte, sólo el 0,4% del consumo global de los hogares se destina al consumo de vinos.

En valores absolutos, en el año 2011 se exportaron en el mundo 103 millones de hectolitros de vino. El valor de esa cantidad fue de \$32.000 millones de dólares estadounidenses. Para tener una idea, Argentina, tercer exportador mundial de soja, exportó en ese mismo año soja por un valor de \$20.000 millones, y Brasil (primer exportador mundial) por un valor irrelevantemente diferente a las exportaciones mundiales de vino. Es decir, lo que recibe nuestro país por el complejo sojero es un 63% de lo que se exporta de vinos en el mundo.

Si comparamos con las exportaciones mundiales totales de mercancías, los números resultan mucho más drásticos, indicando que sólo el 0,0000017% del monto mundial de exportación corresponde a la industria vitivinícola, siendo el monto de exportaciones mundiales de mercancías 571,6 mil veces mayor (18 mil billones de dólares en escala larga, donde un billón es un millón de millones) (Organización Mundial del Comercio, 2011).

Sin embargo, son otras las características que hacen tan fascinante a esta industria a escala mundial, cómo la variedad de vinos que se pueden tener y las apreciaciones que hacen los consumidores por cada uno de esos tipos de vinos, o la historia que hay detrás de esta ancestral industria, o la cultura que hay formada detrás de ella. En fin, esta exposición estadística es sólo a fines de tener una idea de la magnitud del mercado bajo estudio.

### **3. GLOBALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA**

El fenómeno de la globalización no es nuevo en la industria vitivinícola, pero la influencia que ha tenido en las últimas décadas no tiene precedentes (Anderson, 2004). Por supuesto que esta influencia ha venido de la mano del cambio tecnológico por el que comenzó a transitar la humanidad en la década de los 90. Todas las industrias y hogares del mundo han sido testigos de esta última ola de globalización. El proceso globalizador de esta industria incrementó considerablemente la competencia entre los países, competencia que iba a ser conducida por el grado de calidad de los vinos. Como en todo debate sobre un cambio en las tendencias mundiales, surgen voces de distintas posiciones, unas a favor y otras en contra. El fenómeno de la globalización no es ajeno a esta situación. En un extremo, están los economistas que ven a la globalización como un suceso positivo, debido a que la realización de negocios excediendo las fronteras geográficas de los países conlleva una disminución en los costos de transacción, lo que trae como consecuencia un mejor uso de los recursos productivos, o como les gusta llamar a los economistas, incrementa el grado de eficiencia en los mercados. Esta mayor eficiencia es también producto de las ventajas comparativas que se dan en

ciertos países, y que vienen dadas por las diferencias en las técnicas de producción o en los costos de producción que pueden ser relativamente más bajos en unos países que en otros (Fisher et al, 1991).

Contrariamente a la anterior posición, encontramos una minoría que se manifiesta en contra de la globalización, percibiendo las mismas consecuencias que el anterior grupo, pero considerándolas como negativas. Esta posición se fundamenta en que este fenómeno lleva a la homogenización de los productos, una mayor dominancia por parte de compañías multinacionales, o la desaparición de pequeñas firmas de productos más del carácter heterogéneo. Aplicado a los mercados vitivinícolas, esta minoridad cree que esta industria va a pasar de ser artesanal, donde los vinos varían de año en año por diferencias en el clima o por experimentos en la elaboración de vino, a ser una industria poco diferenciada con el resto de las grandes industrias mundiales de alta tecnología y producción en masa, y donde un pequeño número de grandes compañías tienen el manejo del mercado, es decir, donde la concentración es considerablemente mayor (Anderson, 2004).

Si bien lo que hace a estas posiciones antagónicas es la calificación sobre la globalización como algo positivo o negativo, ambas posiciones están bastante en lo correcto. En efecto, se ha logrado una mayor eficiencia en la elaboración de vinos a nivel mundial, reubicándose los factores productivos en zonas con alto potencial para diferentes variedades (por su condición geográfica) y donde los costos de elaboración son menores, o donde el mercado no está altamente regulado como en Europa. Además, el hecho de la instalación de bodegas en regiones más flexibles en cuanto a la elaboración de vinos, permite a la oferta adaptarse a los nuevos requerimientos de la demanda del siglo XXI, generando una mayor satisfacción en los consumidores e incrementando su excedente (Varian, 2011). El resultado: una mayor elaboración de vinos de alta calidad enológica a lo largo de un mayor número de países, destacándose los del nuevo mundo (en adelante NM).

Pero a su vez, es también cierto que la concentración del mercado es considerablemente mayor si tenemos en cuenta el mercado vitivinícola mundial, que la que existe y la que existió históricamente en los tradicionales países del viejo mundo (de aquí en más VM), datos que analizaremos más adelante en esta sección.

Analizaremos a continuación los principales aspectos de un proceso globalizador y su impacto en esta industria. El primer aspecto a analizar tiene que ver con los movimientos de insumos cruciales y “know how” desde áreas en donde la vitivinicultura estaba establecida hacia áreas en donde no lo estaba, pero donde existía un alto potencial para el desarrollo de este negocio debido a las condiciones geográficas y climatológicas. Como vimos en el punto **1.** al observar la historia de esta

industria, los movimientos de los factores productivos y el conocimiento de las técnicas se han ido esparciendo entre las regiones desde los inicios del vino, hace miles de años. Fue gracias a este movimiento de factores que se instaló la industria en América y en todos los países del NM. En las últimas dos décadas se ha visto un gran movimiento de capitales destinados a invertir en el vino en regiones claves del NM. Argentina fue testigo de este fenómeno en los 90, cuando se intentó lograr una integración al mundo, recibiendo capitales de inversores de todo el mundo. La industria vitivinícola creció fuertemente en esa época, quizás tan fuerte como nunca antes.

Otro aspecto que ha influido mucho en la globalización de los mercados vitivinícolas a través de los siglos son las políticas gubernamentales. Los impuestos a las exportaciones de vinos han sido muy comunes hasta no hace mucho tiempo, lo que ha influenciado siempre a esta industria. En la Edad Media las relaciones comerciales entre Francia e Inglaterra fluctuaban de acuerdo a cambios en impuestos a las exportaciones o importaciones, y por períodos eran tan altos que no permitían una gran expansión mundial de la industria y sus productos. La política que más influencia ha tenido en este mercado luego de la 2<sup>da</sup> Guerra Mundial, fue la Política Agrícola Común (PAC) implementada por la Unión Europea que llevó a una mejor coordinación de los países del VM, permitiéndoles de a poco adaptarse a los nuevos requerimientos de la demanda mundial, eliminando a su vez ciertos problemas estructurales que acarreaban los países del viejo continente y le daban rigidez a su industria para lograr dicha adaptación, como su sobreoferta crónica.

La concentración de esta industria no ha sido alta en los últimos tiempos. Constituye la menos concentrada de las industrias de tabaco y bebidas. Utilizaremos el *índice de participación de mercado (Cn)* (Coloma, 2005) como medida de la concentración que existe en esta industria. Este índice se define como la suma de las participaciones de mercado de las firmas más grandes, y se lo define por lo tanto por el número de empresas que se están considerando. Considerando las tres compañías más grandes hacia finales de los 90, obtenemos un  $C3 = 6\%$ . Pero la cuestión ha cambiado en la última década, ya que las compañías se están haciendo grandes multinacionales en términos de producción y distribución, y formando alianzas estratégicas con sus pares en el extranjero para lograr economías de alcance, sobre todo con distribuidores y grandes cadenas de distribución. Para entender un poco mejor la estrategia de las firmas, definiremos el concepto de economías de alcance como la disminución en el coste total medio (costo total dividido las unidades de producción) por la producción de dos o más bienes (Coloma, 2005). En este caso, las alianzas estratégicas llevan a una disminución de costos en la elaboración y distribución. En palabras de la enóloga mendocina Susana Balbo, propietaria de la bodega Dominios del Plata: "estamos viviendo un claro proceso de concentración, no sólo en el mercado argentino sino en el mundo, y que abarca a todo el negocio del

vino", precisó en una nota periodística con el diario Los Andes (Sainz, 2011) al hablar sobre la integración de su bodega con Grupo Cepas Argentinas (dueños de aperitivos Gancia), quienes se encargarían de la distribución nacional de sus vinos, con el objetivo de "...controlar por lo menos el 8% del mercado interno". Esta mayor concentración es fruto de la creciente competitividad entre los países del NM y los del VM, en el marco de un mercado donde el consumo per cápita es decreciente en la mayoría de los países, la producción es excedente y los precios internacionales se encuentran planchados. Sin embargo, esta mayor concentración se ha dado más en el NM que en VM, quizás porque en los países productores de Europa la organización industrial que predomina es la de cooperativas productoras, las cuales la mayoría son pequeñas.

Un último aspecto a analizar tiene que ver con la transferencia internacional de tecnología. Este fenómeno se está acelerando en el mundo, no sólo a través del crecimiento de multinacionales si no también a través de viticultores, bodegueros y enólogos que prestan servicios de consultoría en todo el mundo. Se produce en esto fenómeno una retroalimentación positiva, donde estos individuos aportan nuevas ideas y conocimientos en otras regiones del mundo que elaboran vinos, y además aprenden mucho pasando tiempo en estas regiones y ganando el doble de experiencia por el hecho de trabajar dos temporadas y en lugares distintos. El resultado es que al volver a sus tierras llevan también nuevas ideas y conocimientos, e información sobre cómo se maneja el mercado en otros lugares del mundo.

#### **4. CAMBIO DE PARADIGMAS Y SURGIMIENTO DEL NUEVO MUNDO**

Hacia finales de los 70, cambios estructurales en el mercado mundial del vino se comienzan a gestar, originados en cambios en las preferencias de la demanda, sobre todo de países no tradicionales ni en el consumo ni en la producción de vinos que comenzaron a incrementar su consumo per cápita. Los países tradicionales, por su parte, comienzan a consumir menos vinos, sobre todo los vinos de mesa o pertenecientes al segmento no-premium. Sin embargo, como explica Cusmano, el vino comienza a cobrar popularidad como bebida en el resto del mundo y se empieza a difundir en grupos de consumidores relativamente inexpertos, y junto con el desarrollo de canales de distribución masivos, se crean las condiciones para vinos varietales estandarizados y fácilmente identificables para estos nuevos consumidores (Cusmano et al, 2009). Contribuyó también la difusión de una cultura "gourmet", donde el vino se percibe como un enriquecimiento a la experiencia cultural, siendo la variedad y la especificación atributos positivos que ayudan a esto. Esto dejó mal parado a los países del VM, ya que sus vinos se han dividido históricamente en dos segmentos: vinos de calidad muy alta bajo la denominación territorial de origen (sin duda los mejores del mundo); y vinos de mesa. Las denominaciones de origen constituyen una serie de complicadas e inflexibles

regulaciones en cuanto a los atributos de calidad que deben poseer los vinos, y que al final de cuentas no aporta un claro mensaje sobre el tipo de vino que el consumidor inexperto está adquiriendo. Consecuentemente, surge una gama intermedia con una buena relación precio-calidad, y bajo esquemas más simples de regulación, donde los vinos son identificados por su variedad y otros simples atributos. Sin embargo, esto constituye un cambio estructural gigantesco para los viejos países, debido al reemplazo que deben hacer de sus plantaciones de vid y a la enorme cantidad de vinos de mesa excedentes que poseían. Allí es cuando surgen Australia, Argentina, Chile, EE.UU. y Sudáfrica como un excelente grupo de candidatos potenciales a satisfacer la demanda mundial de vinos, que luego se van a convertir en lo que conocemos como el NM en la industria del vino. Existían pocas regulaciones en cuanto a la calidad del vino en estos países, lo que les permitía adaptarse a los requerimientos de los consumidores de todo el mundo; esto llevó a incrementar las inversiones en la industria vitivinícola incrementando rápidamente la producción, destinada a satisfacer una nueva demanda internacional y desafiando fuertemente al VM.

Una importante diferencia entre ambos mundos es que en el VM el vino es una industria en declive, donde la producción y el consumo son decrecientes, y la exportación de vinos ha sido más que todo una necesidad de deshacerse de los grandes excedentes de producción de baja calidad. Este hecho se ajusta a la “teoría de dar salida a los excedentes” de Myint<sup>2</sup>. Mientras, en los cinco países pertenecientes al NM que analizaremos en este trabajo el crecimiento en la producción y exportación de vinos ha sido el resultado de estrategias de negocios destinadas a explotar las nuevas ventajas competitivas<sup>3</sup>. A través de la modernización tecnológica, estandarización de los productos ofrecidos y estrategias innovadoras de marketing, junto a una armonización entre el estado y el sector privado mediante instituciones creadas para atender las necesidades del sector, tanto financieras como técnicas, se han provisto las bases para el despegue de la industria vitivinícola en dichos países en consistencia con los cambios en la demanda (Cusmano et al, 2009). Tal es el caso de la COVIAR en Argentina, institución encargada de implementar el Plan Estratégico Vitivinícola 2020 (PEVI); y Vinos de Chile, institución encargada de implementar el Plan Estratégico 2020.

---

<sup>2</sup> Según Myint, lo que lleva a ciertas economías a comerciar con el mundo es el exceso de capacidad productiva que tienen para ciertos bienes, dada la combinación de recursos naturales, preferencias y tecnologías disponibles en autarquía (sin comerciar con el resto del mundo). Véase Ossa, F. (). Teoría real de la Economía Internacional (1ª ed.). Santiago: Universidad Católica de Chile.

<sup>3</sup> Las ventajas competitivas aquí refieren al grado de desarrollo, no sólo económico, sino también al grado de educación, calificación, conocimiento, manejo de tecnologías, y también con el grado de seguridad jurídica y calidad de vida de un país. Combinados todos estos factores, las empresas son capaces de generar un valor para los clientes en forma de precios menores que los de los competidores o por la provisión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes. Véase Porter, M. E. (2004). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (2ª ed.). New York: Simon and Schuster.

A lo largo de este trabajo analizaremos la evolución de los resultados de este cambio de paradigma, y qué causas económicas llevaron a esos resultados. A modo introductorio, mencionamos que mientras que hacia finales de los 80 el VM contabilizaba el 96% de valor de las exportaciones mundiales de vino, hacia el año 2011 ese valor iba a ser del 63%; mientras que el NM iba a tener una cuota del 20%.

#### IV. ANÁLISIS DE LOS HECHOS ESTILIZADOS

En este punto daremos una mirada a la evolución de las variables de la industria del vino en los países del VM y del NM bajo estudio. Debido a la dificultad que se presenta en la obtención de los datos para nueve países, hemos tomado en cuenta el período 1994-2011, siendo el extremo inferior de este período el año para el cual se poseían simultáneamente los datos de la totalidad de países analizados, excluyendo Sudáfrica, para el cual se poseen los datos a partir del año 2000.

##### 1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA MUNDIAL

El proceso de globalización y sus influencias en el mercado vitivinícola, ya tratados en la anterior sección, se puede ver reflejado en la evolución de las exportaciones mundiales totales de vinos para el período de análisis con el que trabajaremos. A continuación presentamos el gráfico correspondiente a dicha evolución.



Gráfico 1. Fuente: Comtrade.

Como se puede ver en el gráfico, las exportaciones han crecido considerablemente en el período mencionado, pasando de 53 millones de hectolitros, a 103,5 millones (94%).

Nuevamente haremos una comparación con otra variable para ver en términos relativos cómo se han incrementado las exportaciones. En este caso, tomaremos como referencia la

producción mundial de vinos. Haciendo esto encontramos un dato bastante más llamativo que el que obtenemos al observar la evolución de las exportaciones totales, ya que el ratio  $\frac{\text{exportaciones totales}}{\text{producción mundial}}$  nos muestra que casi el 40% de la producción mundial se exporta, siendo ese valor del 21% hacia 1994. Si vamos más lejos, ya que los datos nos lo permiten, encontramos que hacia 1990 dicho ratio descendía a un valor de sólo 15%. ¡Esto implica un avance del 160% en el indicador! Sin duda este ratio proporciona una mejor medición del impacto de la globalización en esta industria.

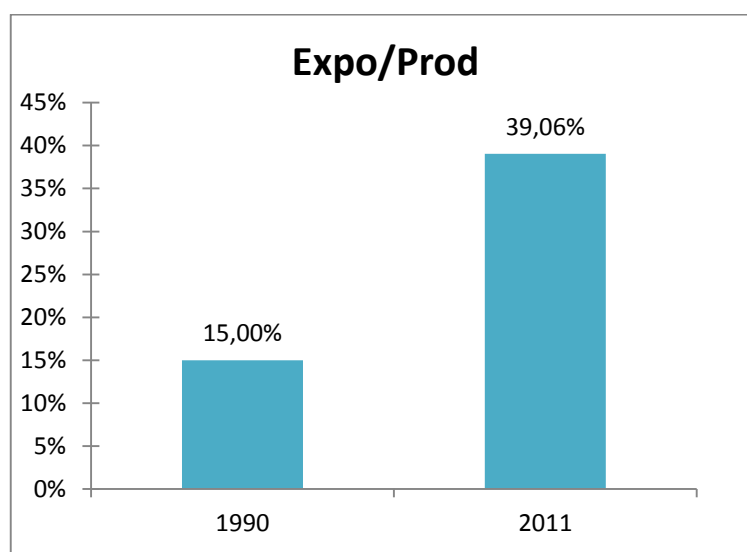


Gráfico 2. Fuente: OIV y Comtrade

Como todo ratio, puede ser engañoso, debido a que la variación del mismo depende de dos variables. Ya habiendo analizado las exportaciones, nos queda ver que ha pasado con la producción mundial de vinos. Como veremos en el gráfico 3, la producción termina relativamente estancada al final del período bajo estudio. Si bien la elaboración de vinos mundial ha sido bastante fluctuante, termina el período con sólo un 4% de avance, lo que nos lleva a concluir que el efecto exportación predomina fuertemente y es el responsable de los resultados del indicador de globalización que estamos usando.

Pero lo que nos interesa en este trabajo es la performance que han tenido los países del NM en este proceso globalizador. Para ello veremos en el Gráfico 4 cómo han evolucionado las exportaciones totales de estos países en comparación con las del VM, en el período bajo estudio. Miremos para ello el gráfico a continuación.



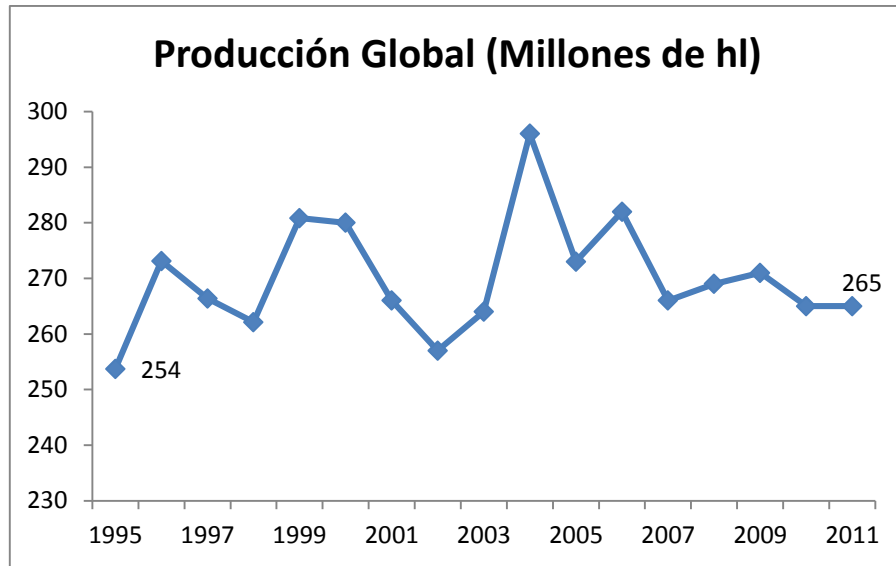


Gráfico 3. Fuente: OIV.

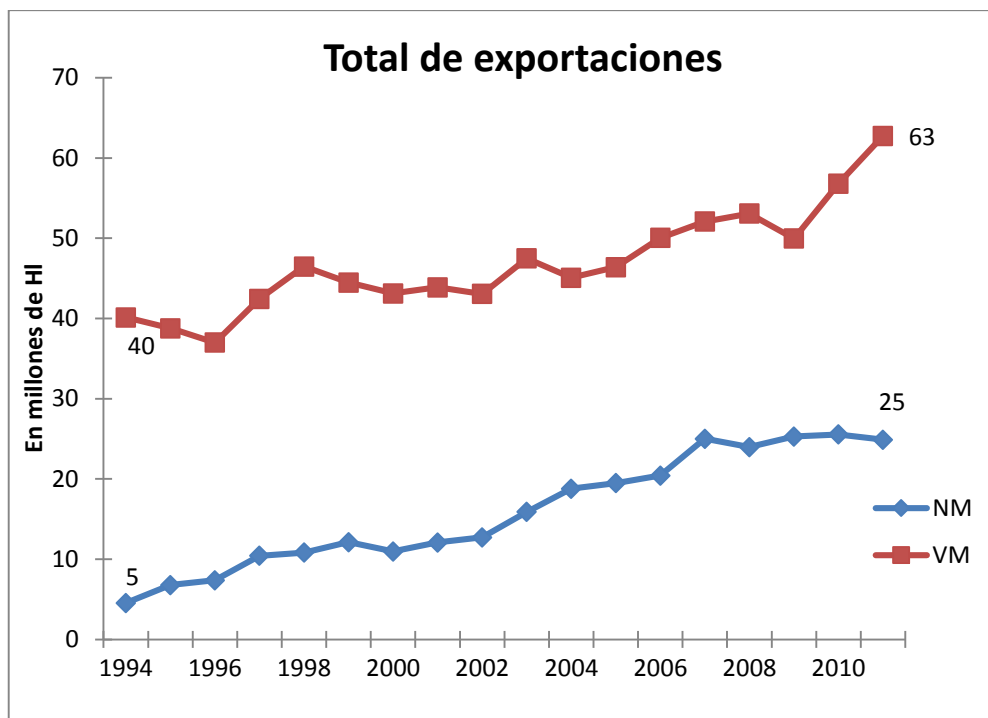


Gráfico 4. Fuente: Comtrade.

Al visualizar el gráfico 4 podemos ver un gran crecimiento en las exportaciones de los países del viejo y nuevo mundo, pero a la vez muy dispar entre los mismos. Mientras que las exportaciones se quintuplican en el NM, crecen sólo un 50% en el VM en los 17 años analizados. El resultado para el NM es un considerable incremento de la participación en el mercado mundial de vinos, en detrimento de una drástica reducción de la participación del VM. Teniendo en cuenta en el período analizado las exportaciones mundiales, construimos la evolución de las participaciones de estos dos

mundos. Encontramos así que la participación del NM se casi triplicó en el período de análisis, pasando del 9% al 25%, mientras que la del VM descendió desde 75% a 61% (un 19%). A modo de visualizar mejor los resultados, presentamos a continuación un gráfico de barras con la evolución mencionada.

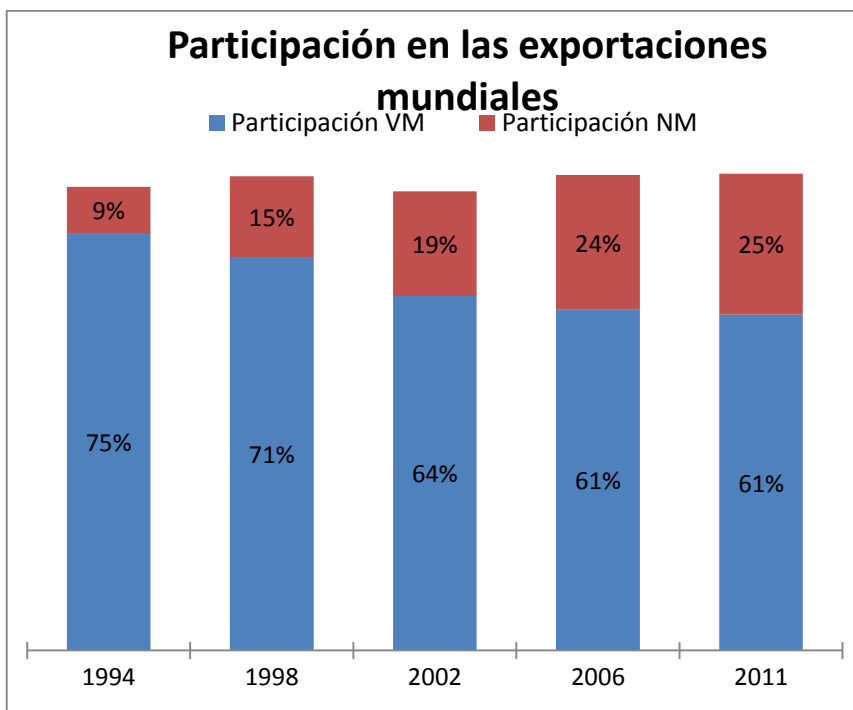


Gráfico 5. Fuente: OIV y Comtrade.

Esto nos lleva a realizar un comentario acerca del ranking de países exportadores. Ya habíamos comentado anteriormente que los países del VM concentraban un 96% del valor de las exportaciones mundiales hacia finales de los 80, este valor iba a ser del 63% hacia el 2011. La situación cambió drásticamente, hoy en día el ranking de volumen de exportación de los diez mayores países está compuesto por cinco países del VM y otros 5 del NM, siendo Alemania superada por dos países del VM. Argentina ocupa el noveno lugar en este ranking, siendo el quinto mayor productor del mundo. A continuación presentamos una tabla con el top-ten que mencionábamos.

Exportadores (2011, mhl)	Italia	24.287
	España	22.309
	Francia	14.110
	Australia	7.012
	Chile	6.623
	EE.UU.	4.210
	Alemania	4.128
	Sudáfrica	3.576
	<b>Argentina</b>	<b>3.112</b>
	Portugal	2.960

Tabla 1. Fuente: elaboración propia en base a Comtrade.

Tengamos en cuenta a continuación la evolución de las exportaciones en millones de dólares estadounidenses, para las series del VM, NM y expo mundiales.

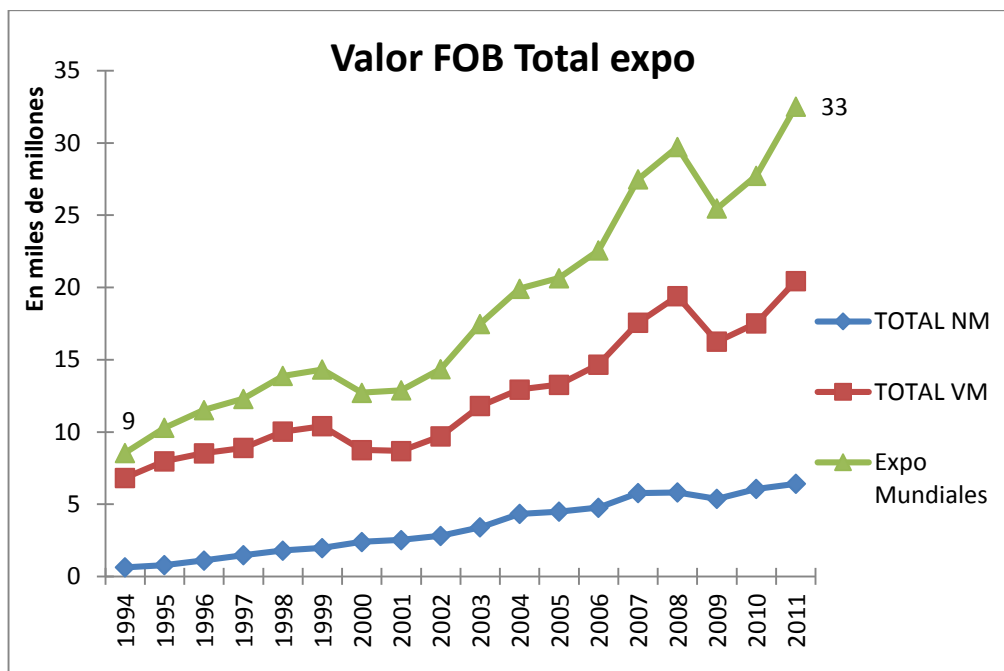


Gráfico 6. Fuente: OIV y Comtrade.

Lo que observamos es también un fuerte incremento en el valor de las exportaciones de vino, tanto a nivel mundial como en cada mundo. Las exportaciones alcanzan un valor de \$32 mil millones de dólares hacia el 2011, representando un crecimiento del 280%. Comparado con el incremento en el volumen de exportaciones (94%), esto nos indica que el valor de esas exportaciones ha crecido más que proporcionalmente al volumen. Por lo tanto, lo que deberíamos tener es un incremento en el precio promedio unitario del vino. Si se utiliza como medida el litro de vino, veremos cómo evolucionó el precio promedio por litro del vino.

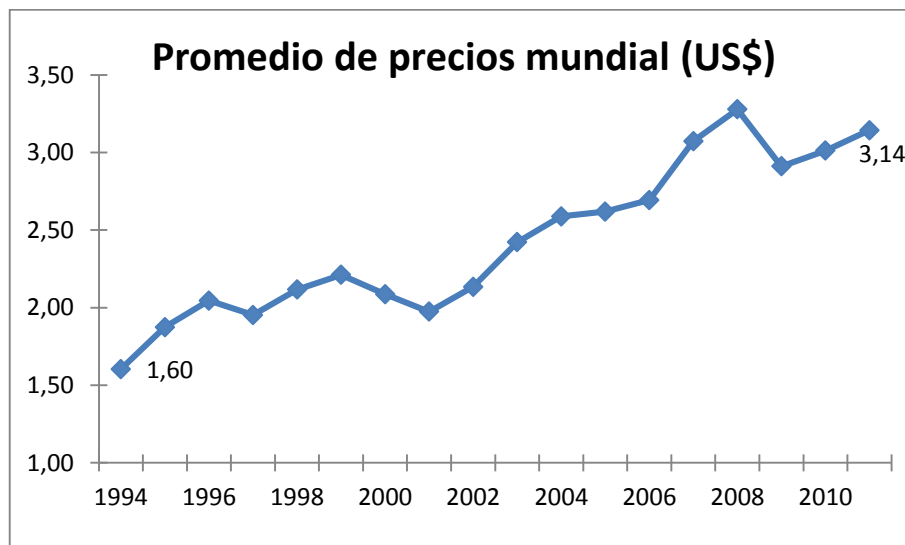


Gráfico 7. Fuente: OIV.

Como habíamos predicho, el precio promedio del vino casi se duplicó (96%), pasando de 1,6 a 3,14 dólares por litro.

Estos números nos proporcionan un dato muy importante. Recordemos un poco lo analizado hasta ahora. Tenemos un mercado donde hacia finales de los 70, los países consumidores no tradicionales comienzan a incrementar su consumo per cápita, y el consumo de vinos comienza a cobrar popularidad (Cusmano, 2009). Esto incrementa la demanda mundial de vinos, aunque en busca de un vino de gama media con una buena relación precio calidad. Añadamos un gráfico adicional a esta sección que nos permita ver lo que estamos redactando. Veremos a continuación un resumen de la evolución de las importaciones de vino comenzando en el año 1990 (por una cuestión de disponibilidad y fidelidad de datos) y finalizando en 2011, lo que nos proporciona un fiel indicador de la demanda mundial de vinos. En dicho período, las importaciones mundiales muestran un avance de 256%, al pasar de 27 millones de hectolitros a 95, evidenciando un considerable incremento de la demanda mundial.

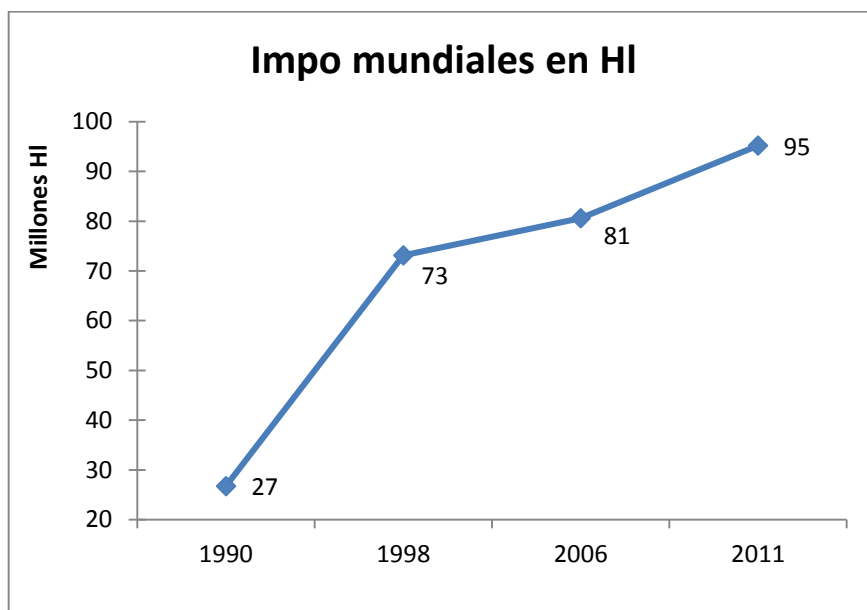


Gráfico 8. Fuente: Comtrade.

Al seguir con el análisis, encontramos también un considerable incremento en la oferta mundial de vinos, marcado por la evolución de las exportaciones mundiales (remitirse al Gráfico 1). Si al final de cuentas lo que tenemos es un incremento en el precio promedio del vino, llegamos al punto hacia donde queríamos ir con este análisis, y es la conclusión de carácter microeconómica de que ha habido un desplazamiento de la demanda mundial de vinos que ha superado al desplazamiento de la oferta, y por ello el nuevo precio de equilibrio es mayor (Frank, 2001).

Como último dato general de la industria vitivinícola mundial, nos gustaría comentar un poco acerca del mercado de vinos espumosos. Hasta aquí todos los datos mostrados han sido de exportaciones totales, por lo que incluían esta categoría. Tomando esta última aparte, lo que observamos y queremos resaltar es que el mercado de los vinos espumosos en el mundo sigue siendo dominado por el VM, por su vasta tradición en los mismos y el posicionamiento logrado a través de denominaciones de origen como la de la región Champagne, famosa en todo el mundo por la calidad de sus espumantes. Mientras que el VM exporta 4,7 millones de HI de espumantes, el NM exporta sólo 370 mil HI (hacia 2011). Las exportaciones conjuntas de ambos mundos, sin embargo, no muestran prácticamente ningún avance en el período, habiendo mostrado un importante descenso en los primeros años. Si bien las exportaciones de espumosos se incrementaron 42% en el período bajo estudio, es un avance relativamente nulo en comparación con las exportaciones que hace el VM, por lo que no añade una cantidad significativa al total de exportaciones de espumosos. El siguiente gráfico nos permitirá tener una clara idea sobre la dimensión de estos hechos.

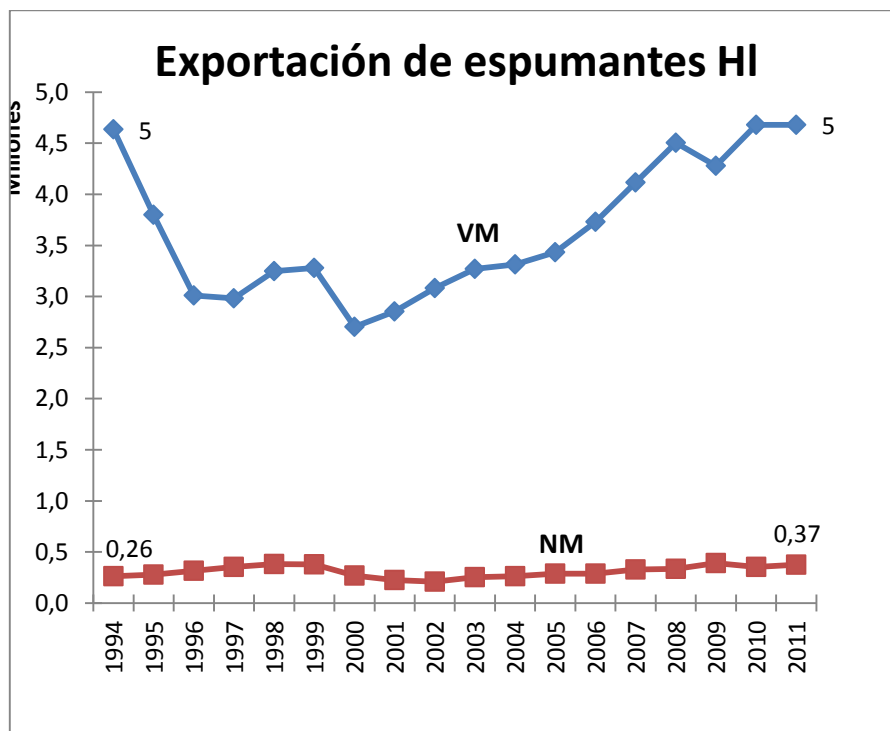


Gráfico 9. Fuente: Comtrade.

## 2. CARACTERIZACIÓN DEL VM Y NM

Dado el grado de avance en la redacción y exposición de información de este trabajo de investigación, estamos ahora en condiciones de describir cada país que estamos analizando dentro de la categoría de viejo mundo y nuevo mundo. Es algo que venimos postergando a lo largo de este

trabajo, pero creemos que será necesario para comprender mejor las estadísticas analizadas y las verificaciones de hipótesis.

## 2.1. VIEJO MUNDO

Dentro del VM, el cual se terminó de consolidar como lo conocemos hoy en día hacia el siglo V d.C., analizamos los cuatro países más importantes en términos de producción y exportación, dejando de lado a Portugal. Ellos son Francia, Italia, España y Alemania. Los países de este conjunto poseen una riqueza incalculable en cuanto a dotación de conocimiento y know-how, pero su vasta tradición en la elaboración de vinos, en sentido conservador, prevalece por sobre esta dotación, lo que no estimula la innovación ni acciones colectivas de promoción, investigación, educación, entrenamiento y “lobby”<sup>4</sup>. Esto sin duda le quita competitividad al sector y dificulta la adaptación a los nuevos requerimientos del mercado internacional.

- Francia: los patrones de calidad en la producción del vino francés se han visto afectados, al igual que en todos los países del VM, por los cambios en la demanda mundial y la competencia que ello causó a través de la calidad. Así, fue disminuyendo cada vez más la importancia de los vinos de mesa. Originalmente, los vinos de Francia se dividían en dos segmentos: los vinos ordinarios o de mesa; y los vinos de calidad muy alta pertenecientes a calidades reguladas como Appellation d’Origine Contrôlée (AOC o denominación de origen controlada), o Vin Délimité de Qualité Supérieure (VDQS, o vino de calidad superior de un área determinada). Estas etiquetas certifican que los vinos son producidos en la forma tradicional y en alguna de las famosas regiones de Francia, como Bordeaux, Champagne, etc. Consecuentemente, y atendiendo a la demanda mundial de nuevos consumidores inexpertos, surge una gama de calidad intermedia donde los vinos se etiquetan según su origen geográfico y los cuales se elaboran con regulaciones de calidad más simples que en el esquema AOC (o DOC). Estos vinos se encuentran bajo el esquema *Vins de Pays* o *Vins de Cepage*.
- Italia: las fuerzas del mercado hacen que también caiga fuertemente la producción de vinos de mesa. Italia se especializó siempre en la producción de vinos de baja calidad; ahora, la competitividad de sus vinos se basa en controles de costo y calidad. El rango intermedio que surge en este país, por las mismas causas que sucedió en Francia y en todo el VM, es el conocido Indicazione Geografica Tipica (IGT o típica indicación geográfica), que viene a ser una segunda opción luego de los vinos DOC y DOCG (denominación de origen controlada y garantizada). Una importante mejora en la calidad de los vinos italiano fue lo que incrementó sus exportaciones considerablemente en la década de los 90, no la devaluación de la lira italiana en los 90.

---

<sup>4</sup> Refiriéndonos con lobby a las actividades de grupos organizados compuesto por individuos del sector privado, profesionales, empresas y funcionarios públicos que tienen el objetivo de influir en la toma de decisiones que hace su gobierno para beneficiar al sector de su interés.

- España: al igual que el resto de los países del VM, está muy ligada a productos bajo el esquema de DO (denominaciones de origen), y están convencidos que los vinos de alta calidad están relacionados con este tipo de etiqueta. Muchas regiones han tenido problemas legales con estas DO al requerir embotellar vinos con ciertas denominaciones fuera de la región DO, lo que entorpece el grado de flexibilización de la oferta. Sin embargo, surgen nuevas tendencias a finales de los 90 con la creación en 1999 de *vinos de la tierra*, una gama de calidad intermedia entre los vinos de mesa y los bajo la etiqueta DO. A las botellas con esta etiqueta se les permite indicar el año, la variedad y la región de la uva utilizada en la elaboración. Sus precios, por supuesto, son menores a las botellas con la etiqueta de una determinada DO. España ha sido el país con mayor área implantada de vid, superando a Francia e Italia, pero con un rendimiento por hectárea mucho menor. Esto se debe a la prohibición de la irrigación en la vid que duró hasta el año 1995. Las condiciones climáticas son semiáridas en muchas regiones por lo que la irrigación es necesaria para regular la cantidad y calidad.
- Alemania: es el único país del conjunto en el que el consumo per cápita ha ido en aumento, pero en detrimento de vinos blancos y mayor demanda de tintos, lo que llevó a Alemania a tener que importar más de la mitad de su consumo. No ha habido un importante cambio en la superficie implantada con vid (debido a la restricción de la Unión Europea de plantar más vid) ni en la producción de vinos, pero sí un cambio en la estructura. Se están reemplazando las variedades de uva (migrando hacia variedades tintas de buena calidad) con el objetivo de ajustar la oferta a los nuevos requerimientos de la demanda interna y externa.

## 2.2. Nuevo mundo

Como ya explicamos en la breve historia sobre la industria vitivinícola mundial, el NM se formó gracias a los colonizadores que habitaron en los países del conjunto. En este trabajo analizamos cinco países: Argentina, Australia, Chile, Estados Unidos y Sudáfrica.

- Estados Unidos: la industria en este país ha pasado por grandes desafíos, desde depresiones como las de 1870 y 1930; grandes pestes como la de la mosca áfida, que se expandió a Europa causando un verdadero desastre; hasta las prohibiciones al consumo de alcohol en 1919, que se extendió hasta 1933. El 90% de la elaboración de vinos se concentra en el famoso Napa Valley, California. Sin embargo, menos de la mitad de la cantidad de bodegas del país están ubicadas allí, y alrededor de 25 firmas producen el 90% del vino de California. Esto nos habla sobre el alto grado de concentración que hay en el mercado de EE.UU. Como en la mayoría de los países tradicionales en el consumo y elaboración de vinos, el consumo per cápita sigue una evolución decreciente los últimos

años. Las exportaciones, por su parte, han crecido considerablemente, lo que lo lleva a formar parte del “bárbaro” NM. Los principales destinos de las mismas son Canadá, Japón y el Reino Unido.

- Argentina: similarmente a Chile, en 1880 el botánico francés Aimé Pouget introdujo las primeras variedades francesas en Mendoza, seguido cuatro años después por el progresista Eusebio Blanco. El yerno de Eusebio, Tiburcio Benegas, quien luego se iba a convertir en gobernador de la provincia de Mendoza, comenzó a desarrollar la elaboración de vinos en la región. El mercado siempre estuvo orientado al consumo interno, llegando el consumo per cápita a niveles records mayores a 90 litros. Sin embargo, el consumo ha ido en declive las últimas décadas, siendo ese registro de sólo 26 litros hacia 2011. Las exportaciones comenzaron a incrementarse rápidamente con las reformas económicas de los 90 que permitió, junto con el potencial de los vinos argentinos, incrementar las inversiones extranjeras en el sector. Se hizo en esa década un importante reemplazo de variedades de relativamente baja calidad y alto rendimiento por variedades de calidad orientadas a exportación, lo que el mundo venía demandando. Así fue que Argentina fue posicionando el Malbec en el mundo, su varietal insignia hasta estos días. Sin embargo, la crisis del 2001 vino a interrumpir el proceso de mayores exportaciones (que ya estaba estancado los últimos años), para que luego de la devaluación del 2002 el sector recupere competitividad profundizando el proceso de una industria avocada al mercado internacional. Con la formación de organizaciones mixtas como la COVIAR con el objetivo de financiar y coordinar estratégicamente al sector, y promover los productos en el mundo, la industria pasó a ser un integrante más del NM.

- Chile: la moderna industria vitivinícola como la conocemos hoy emerge en 1830 con la llegada del francés Claudio Gay, quien introdujo las variedades típicas de Europa. Al reconocerse el potencial de calidad y de rentabilidad de las exportaciones chilenas de vino no tradicionales, comenzaron a llegar grandes grupos inversores extranjeros y a formarse alianzas estratégicas entre compañías domésticas y extranjeras. Las exportaciones crecieron a una tasa del 25% anual en valor durante la década de los 90, atribuyendo al país la mejor performance de los países del NM. El varietal emblemático que el país andino logró introducir en el mercado internacional es el Carmenère, siendo hoy en día su insignia. Los mayores importadores de vino de Chile, al igual que Argentina, son Estados Unidos y el Reino Unido. El consumo interno, también al igual que Argentina, ha decaído rápidamente las últimas décadas, aunque nunca llegó a los niveles records que los de su vecino trasandino. Las causas de las caídas en el consumo en ambos países son diversas. Por un lado el consumo de cerveza (un bien sustituto del vino) y de otras bebidas espirituosas, ha aumentado considerablemente. Por otro lado, el crecimiento económico ha contribuido a un cambio en los patrones de consumo de bebidas alcohólicas.



- Australia: ya a principios del siglo XX se presentaba a este país como una promesa en el mercado vitivinícola mundial. Sin embargo, esta promesa tardó tiempo en convertirse en realidad, y recién hacia los 90 comenzó a ganar cuota en el mercado mundial estimulando al resto de los países del NM. Como en todo el mundo, la industria bajo análisis ha tenido grandes vaivenes desde sus comienzos. Desde 1850 se han dado cinco importantes “booms” en la industria, siempre precedidos y seguidos por períodos de amesetamiento de la actividad. El último boom se dio a finales de los 80, y a diferencia de los anteriores siempre guiados por el mercado interno y regulaciones del gobierno, éste estuvo orientado a un mercado externo demandante de mejor calidad y productos diferenciados, tendencia que se comienza a dar en esos años en todo el mundo. Mientras que Australia era un importador neto de vino a mediados de los 80 y sólo un 3% de sus ventas anuales se destinaban fuera de sus fronteras, hacia el año 2000 un tercio de sus ventas eran de exportación. Hacia el año 2011, el país oceánico era el cuarto exportador mundial de vinos en términos de volumen, lo que pone en evidencia el grado de éxito alcanzado en el mercado internacional. El mercado interno se ha mantenido estable durante las últimas décadas, siendo relativamente chico en comparación con el de otros países del mundo. En parte esto se debe al impuesto sobre el consumo de vinos que existe en Australia, el más alto que puede existir en cualquier otro lugar del planeta, y que es del 29%. El grado de concentración de la industria aumentó significativamente a lo largo de las últimas décadas, lo que les permitió a las grandes bodegas alcanzar grandes economías de escala tanto en la elaboración de vinos como en I&D, distribución y promoción.
- Sudáfrica: la industria vitivinícola ha cambiado drásticamente las últimas décadas como resultado de una integración a los mercados globales y a cambios en políticas económicas y sociales. Históricamente, este país se ha caracterizado por la producción de grandes cantidades de vino barato o de baja calidad. Por otro lado, al igual que el resto de los mercados, el mercado vitivinícola estuvo altamente regulado por estatuto hasta 1997. El esquema que se venía dando hasta los 90 era una producción monopolizada que crecía, una demanda estancada y exportaciones bloqueadas, lo que dejaba como resultado una sobreproducción. En los 80 se comenzaron a dar grandes cambios estructurales, comenzando las regulaciones y la monopolización de la producción a ceder. Estos cambios fueron creando condiciones que finalmente terminaron en una apertura de las exportaciones y de un colapso del sistema regulatorio. Para adaptarse a los requerimientos de la demanda mundial y doméstica, se replantaron variedades, pasando de variedades de alto rendimiento a otras de bajo rendimiento pero con vinos resultantes de mucho más valor. La demanda doméstica, si bien estancada en términos de consumo, ha mostrado un cambio incrementando el consumo de vinos Premium.

## **V. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS**

En esta sección procederemos a intentar encontrar los principales factores económicos que justifican el comportamiento de la industria vitivinícola mundial. Específicamente, queremos llegar a una razonable justificación del éxito que han logrado los países del NM, destituyendo del mercado mundial en gran parte a los tradicionales países del VM. Creemos que los factores económicos no es uno solo, sino varios, y donde cada uno puede haber impactado en forma diferente en determinado país o mundo bajo estudio.

Esto nos lleva al planteamiento de diferentes hipótesis, cada una relacionada con un factor explicativo diferente. Concretamente, planteamos tres hipótesis: la primera relacionada con la competitividad cambiaria de los países bajo análisis, por lo que analizaremos lo sucedido con sus respectivas monedas y precios internos; la segunda plantea un cambio en las preferencias de la demanda mundial orientado a favor del consumo de vinos del NM, disminuyendo el consumo de vinos de los del VM; y por último, y de acuerdo a los hechos estilizados de la anterior sección, planteamos que la oferta de vinos del VM no es capaz de acompañar el incremento en la demanda mundial de vinos.

### **1. COMPETITIVIDAD CAMBIARIA**

Según Mateu y Estefanell (2000), la paridad cambiaria es uno de los factores relevantes al momento de analizar la competitividad de los países; su evolución tiene importantes consecuencias para las naciones a través del comercio exterior, el nivel de actividad, la estabilidad de precios, el nivel de empleo y de salarios, etc. Nuestra primer hipótesis intenta explicar el éxito logrado por los países del NM a partir de una mejor competitividad de los países de ese conjunto en relación a los países del VM. Esta hipótesis surge a partir de que los países del VM pertenecen a la zona euro, lo que nos llevó a pensar que la apreciación de la moneda común introducida a finales de los 90 deterioró los márgenes de rentabilidad de la industria. Para analizar esta competitividad, tomaremos como medida el tipo de cambio real de cada país, indicador que mide el precio relativo de los bienes en el extranjero, expresado en términos de la moneda nacional (Mateu & Estefanell, 2000).

Citando a Pollini, en términos matemáticos el tipo de cambio real es el “cociente entre el precio de los bienes y servicios producidos en el extranjero y el precio de los bienes y servicios producidos internamente, expresados ambos en la misma moneda” (Pollini, 2006). Por lo tanto, el tipo de cambio real viene dado por:

$$R = \frac{e \cdot P^*}{P}$$

Siendo  $e$  el tipo de cambio nominal de un determinado país en referencia al dólar estadounidense;  $P^*$  el nivel de precios internacional; y  $P$  el nivel de precios interno. Dado que los precios extranjeros están expresados en la moneda de referencia en el mercado internacional y el tipo de cambio se mide en una determinada cantidad de moneda nacional por dólar, el numerador indica el nivel de precios extranjero expresado en moneda nacional (Pollini, 2006). Como en el denominador tenemos el nivel de precios nacional, el tipo de cambio real resulta una simple comparación entre los precios internacionales y nacionales. Si resulta mayor que uno, los precios serán mayores en el extranjero que dentro del país en estudio, por lo que indicaría que el país es relativamente más competitivo que el resto del mundo.

Ahora veamos la metodología con la que trabajaremos en este contexto del mercado vitivinícola mundial. Como aquí estamos analizando un mercado en particular, no nos interesa el nivel general de precios internacional  $P^*$ , sino el precio promedio recibido por cada país por litro de vino exportado. La moneda de referencia utilizada será el dólar estadounidense (US\$), ya que el valor de las exportaciones se encuentra en esa moneda. El precio recibido por litro de vino exportado, será medido en la unidad de moneda nacional a través del tipo de cambio nominal de cada país ( $e \cdot P^*$ ) y dividido por el nivel general de precios de cada país. Lo que queremos encontrar haciendo este análisis es una comparación de lo que le rinde al conjunto de bodegas de cada país los precios que reciben desde el mercado internacional por exportar sus vinos, ya que de esto depende su disposición a exportar o vender fronteras adentro. Si los productores de un determinado país observan que el mercado externo los provee de una buena rentabilidad, estos harán todo lo posible por insertarse en dicho mercado y exportar la mayor cantidad posible. Pero para poder saber si el precio recibido por litro de exportación les conviene, necesitamos compararlo con los costos internos que atraviesan las bodegas. Y a falta de un índice de precios de productos vitivinícolas, no nos queda otra que compararlo con el nivel general de precios del país bajo estudio, por lo que el tipo de cambio real utilizado en la verificación de esta hipótesis no es más que el precio promedio por litro de exportación de vinos, expresado en moneda nacional a través de la multiplicación con el tipo de cambio nominal, y dividido por el nivel de precios de un determinado país. Luego de obtener este

valor para cada país y para cada año comprendido en el período bajo estudio en este trabajo (1994-2011), se procede a la construcción de un índice del tipo de cambio real con base en el año inicial del período (1994), para poder comparar los resultados de cada país y la evolución de nuestra medida de competitividad a lo largo del período.

A partir de los resultados obtenidos, contrastaremos la hipótesis N° 1: “La pérdida de competitividad de los países del viejo mundo vitivinícola en relación a los del nuevo mundo vitivinícola es el principal factor que determina el éxito de los países de este último grupo”.

Resulta importante aclarar que para hallar el precio promedio recibido por cada país se tienen en cuenta las exportaciones de vino fraccionado. Esto se debe a que las dos modalidades de exportación de vino, fraccionado o granel, se realizan a precios con una enorme diferencia, debido a la diferenciación que supone un vino fraccionado en relación al carácter genérico que se le da a los vinos de granel. Esta diferencia llega, en algunos casos, a una relación de 5 a 1.

A continuación, presentaremos un gráfico con la evolución de los tipos de cambio real de los países del NM.

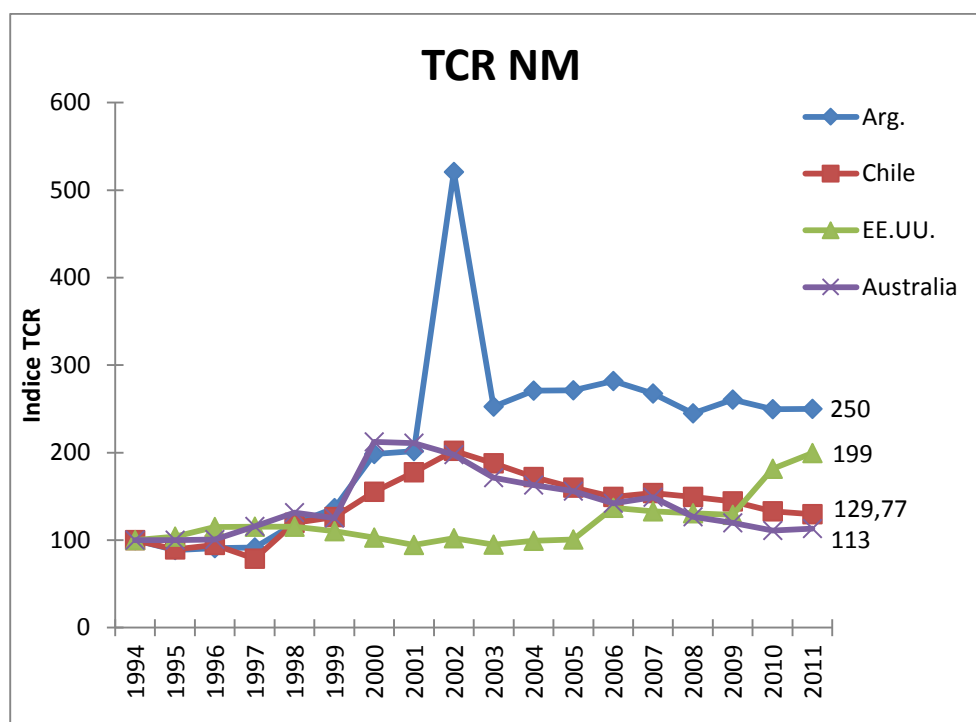


Gráfico 10. Fuente: elaboración propia.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> La construcción del índice del tipo de cambio real de cada país fue realizada por el autor de este trabajo a partir de la base de datos construida por el mismo, teniendo en cuenta los datos de exportación de Comtrade, los índices de precios al consumidor publicados por los institutos oficiales de estadísticas de cada país, y el tipo de cambio nominal publicado por el respectivo Banco Central. Sin embargo, debe aclararse que en el caso de

Lo que puede observarse en el gráfico anterior es una mejora medida punta a punta de todos los países en el precio recibido por litro exportado de vino. Argentina, como es usual, constituye un caso interesante por los bruscos cambios en el período analizado. Con la devaluación del año 2002, el tipo de cambio real se cuadruplica en ese año (recordemos que el tipo de cambio nominal pasó de 1 a más de 4 pesos por dólar cuando se liberó el mercado cambiario), pero luego baja considerablemente, aunque termina el período con el mayor valor de los países del conjunto. Observamos también que Chile y Australia, presentan un crecimiento de sus tipos de cambio reales hasta el año 2002 aproximadamente, año a partir del cual comienza a descender hasta el final del período. EE.UU., por su parte, muestra un valor estable hasta el año 2005, y luego su tipo de cambio real se recupera en el resto de la serie. Sudáfrica, por su parte, no es incluido en el análisis debido a un tema de disponibilidad de datos de sus exportaciones en el período 1994-2000, lo que no permitió obtener sus precios promedio de exportación.

A continuación, presentamos el mismo gráfico para los países del VM.

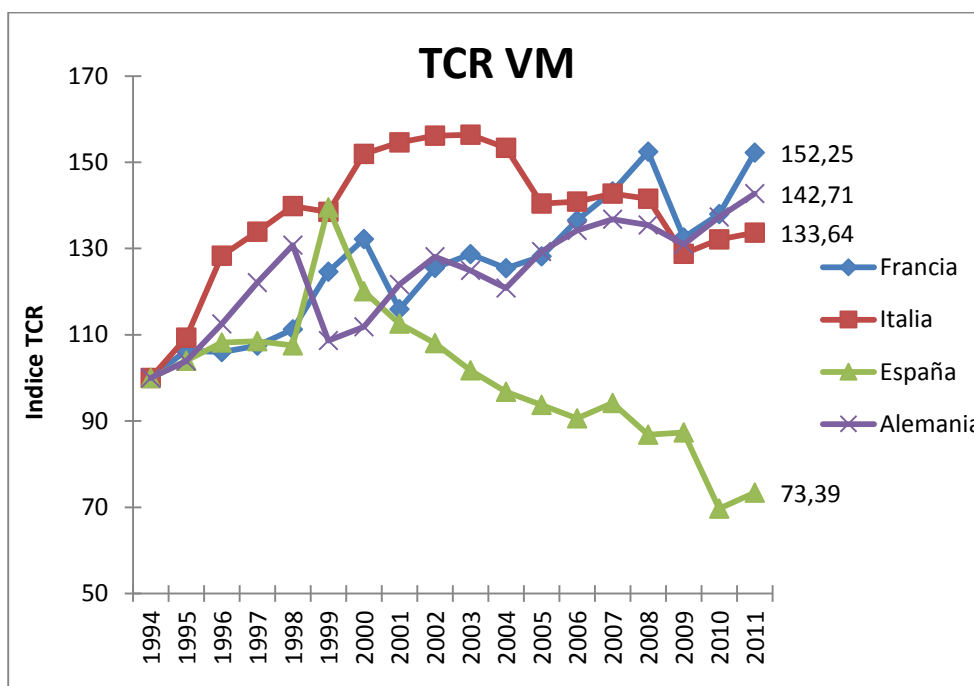


Gráfico 11. Fuente: elaboración propia.

Si bien resulta ser un gráfico visualmente menos estético, podemos sacar importantes conclusiones al respecto. Lo que observamos es una tendencia alcista de todos los países, excepto España, finalizando el período con buenos resultados en términos de competitividad en comparación con los países del NM. España constituye el caso extraño en este caso, donde, contrariamente a

---

Argentina, se tuvieron en cuenta los datos de precios oficiales hasta el año 2005, a partir del cual se utilizaron los datos de la UNCuyo conjuntamente con los de la UNSL (Universidad Nacional de San Luis).

Argentina, se ve un muy fuerte deterioro en su tipo de cambio real, que finaliza el período con una caída de más del 25% en el mismo.

Lo que esperábamos para validar esta hipótesis, al menos en su totalidad, era que el NM superara al VM en nuestra medida de competitividad; sin embargo, lo que obtuvimos fueron resultados dispares, resumidos en los siguientes puntos:

- Argentina y EE.UU. superan a todos los países de ambos conjuntos en términos de competitividad.
- Francia, Italia y Alemania (en menor medida) superan al resto de los países del NM (Australia y Chile).
- Alemania y Chile finalizan el período con valores prácticamente iguales en sus tipos de cambio real.
- Absolutamente todos los países superan el resultado obtenido en España, situación que luego analizaremos.

Los dispares resultados hallados nos llevan a descartar la primera hipótesis como la principal causa del éxito logrado por los países del NM y la consecuente menor participación en el mercado mundial de los países del VM. Con esto no queremos decir que el tipo de cambio real no ha tenido influencia en los resultados obtenidos por ambos mundos, ya que la situación de un dólar barato es algo que ha complicado la competitividad de todos los países del mundo generando guerras de divisas, pero la influencia del precio internacional del vino (que nos lleva a plantear la segunda hipótesis) parece haber contrarrestado el efecto cambiario y es lo que determinó la mejora de los TCR del sector en casi todos los países analizados. Cuando hablamos de dólar barato nos referimos a que el dólar cada vez vale menos debido al incremento de precios en dólares, y como contrapartida, el resto de las monedas vale más respecto del dólar, o son más caras, lo que las hace cada vez menos competitivas. Veremos a continuación más detalladamente, los casos sobresalientes de Australia y España, donde podremos ver lo que comentábamos acerca del precio internacional. Luego, en el Anexo 1 incluiremos el desglosamiento de los tipos de cambio reales en precio internacional y tipos de cambio para el resto de los países.

Veamos primero el caso de Australia, el cual evidenció una caída de su tipo de cambio real por una década desde el 2001 hasta el final de nuestro período. Desglosaremos su medida de competitividad en sus dos componentes principales, o sea, el índice de su tipo de cambio sobre los precios por un lado, que nos dirá cómo ha evolucionado su moneda respecto al nivel de precios internos; y los precios internacionales por otro lado. A continuación presentamos el gráfico correspondiente a este desglosamiento.

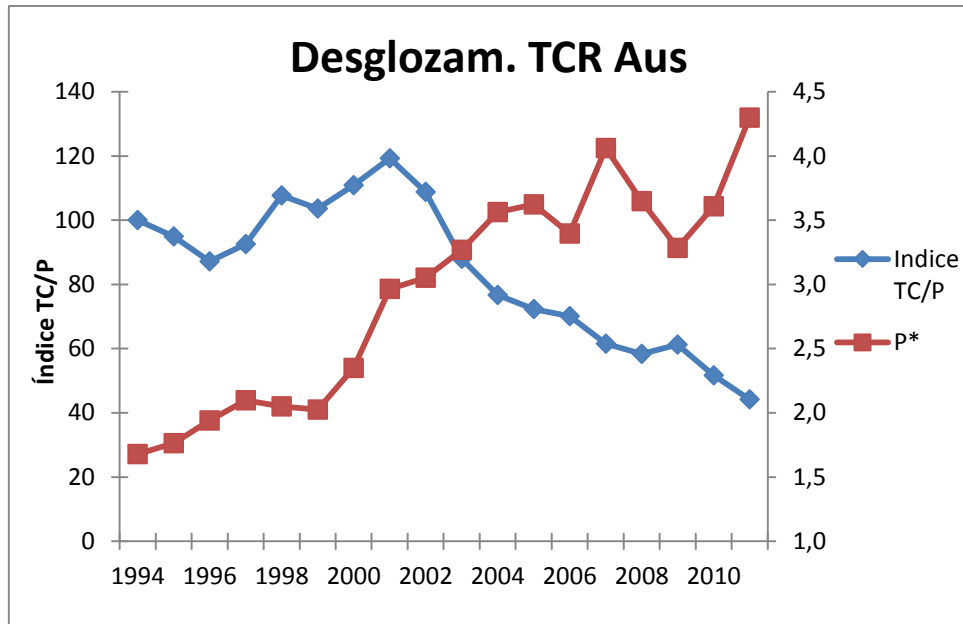


Gráfico 12. Fuente: Comtrade y Australian Bureau of Statistics.

Lo que podemos claramente ver en el gráfico anterior es la apreciación en términos reales de su moneda (dólar australiano) y un fuerte crecimiento de los precios promedio de exportación de vinos fraccionados. Si bien el fuerte incremento de los precios ha frenado la pérdida de competitividad del país oceánico, sin duda la apreciación de su moneda ha ido deteriorando la competitividad de manera progresiva, y es por ello que este país muestra la peor performance del conjunto del NM y que es superada además por todos los países del VM a excepción de España. Veamos a continuación un gráfico donde mostramos la influencia de su TCR sobre las exportaciones fraccionadas.

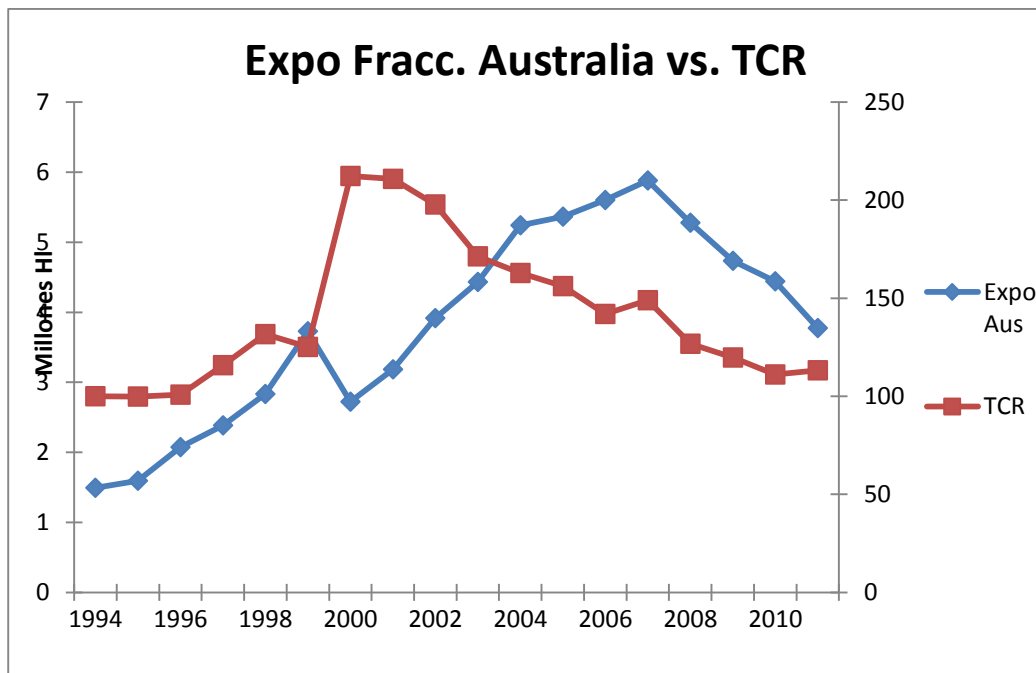


Gráfico 13. Fuente: Comtrade y Australian Bureau of Statistics

Lo que nos muestra claramente este gráfico es el efecto adverso del TCR sobre las exportaciones fraccionadas a partir del año 2007, donde comienzan a disminuir abruptamente en volumen. Claramente la caída en el TCR, a pesar de tener los mayores precios del conjunto NM, deteriora la competitividad del país haciendo que a los productores les convenga menos exportar vinos fraccionados.

Veamos por último el caso de España, país con la peor actuación en cuanto a competitividad de todos los países analizados. Lo que podremos ver a continuación en este caso es un tema de precios relativamente bajos, tanto respecto de los países del NM como del VM, para lo que en el gráfico de la izquierda tomaremos como referencia a un país de cada conjunto y lo compararemos con España. Conjuntamente, presentamos un gráfico donde se muestra la evolución del índice de su tipo de cambio respecto de los precios internos.

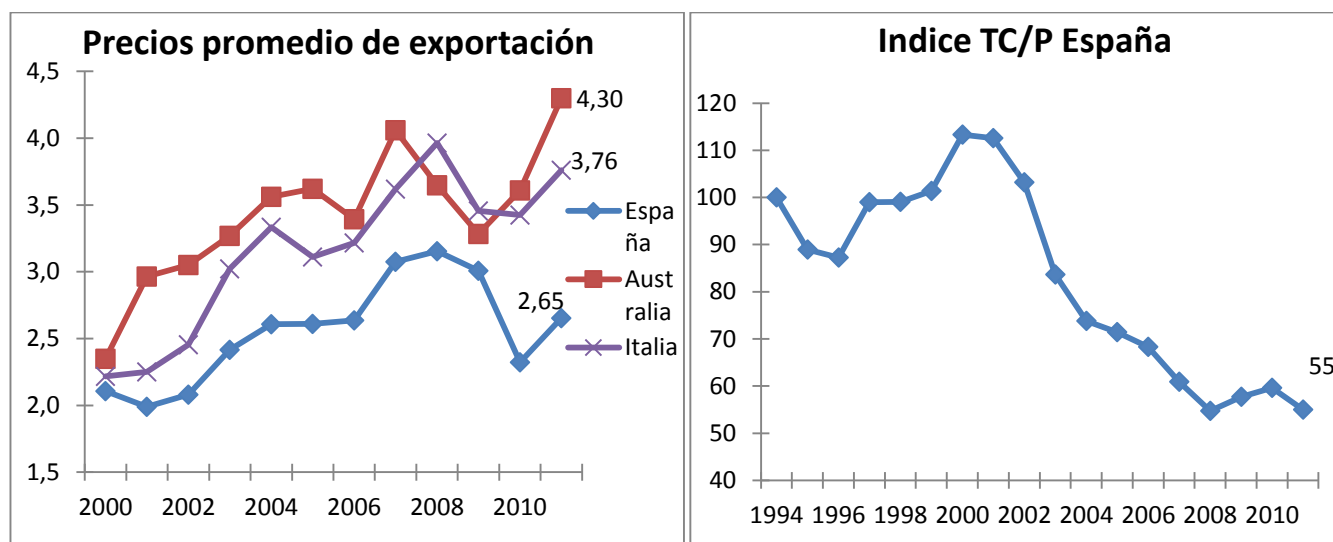


Gráfico 14. Fuente: Comtrade e Instituto Nacional de Estadísticas de España.

La evidencia muestra que por un lado los precios de España son considerablemente menores a los de Italia y Australia; y por otro lado que su moneda (la peseta española al principio y luego el euro<sup>6</sup>) han sufrido una importante apreciación en términos reales. Por lo tanto, ambos efectos deterioran la competitividad del país europeo, y son la explicación de por qué su TCR es el más bajo de todos los países del nuevo y viejo mundo.

<sup>6</sup> En el Anexo 2 mostraremos cómo se hizo la conversión de las monedas de los países europeos hacia el euro que comenzó a circular como moneda común en el año 2000, y que nos permitió unir las series de antes del euro y luego de la introducción del mismo.



## 2. CAMBIO EN LAS PREFERENCIAS MUNDIALES

La hipótesis Nº 2 que planteamos es que “el factor explicativo del éxito alcanzado por los países del NM se debe a un cambio en las preferencias mundiales por vinos del NM en detrimento del consumo de vinos del VM”. Lo que estamos proponiendo en esta hipótesis no es más que un desplazamiento de la demanda de vinos, pero diferenciándola en demanda del NM y en demanda del VM; es decir, considerando que existen dos demandas diferentes, una para cada mundo. Los economistas definen un desplazamiento de la curva de demanda como un cambio en las cantidades demandadas para cada nivel de precio, siendo un aumento en dicha cantidad cuando la curva de demanda se desplaza a la derecha, o una disminución de dicha cantidad cuando el desplazamiento es hacia la izquierda; y consideran que este puede producirse por cuatro factores principales: un cambio en los precios de los bienes relacionados (bienes sustitutos o complementarios); cambios en la renta; cambios en los gustos o preferencias; y cambios en las expectativas<sup>7</sup>.

Habiendo visto que la demanda mundial ha crecido constantemente durante el período analizado (aumento de las importaciones mundiales), el caso concreto que estamos planteando es un desplazamiento de la demanda de vinos tanto del NM como del VM hacia la derecha, pero mayor en el NM que en el VM, evidenciando un cambio favorable en las preferencias de los vinos del NM y mostrando un cambio adverso en las preferencias hacia vinos del otro grupo. Representamos gráficamente esta situación a continuación, siendo el gráfico de la izquierda la representación del NM y el de la derecha la del VM.

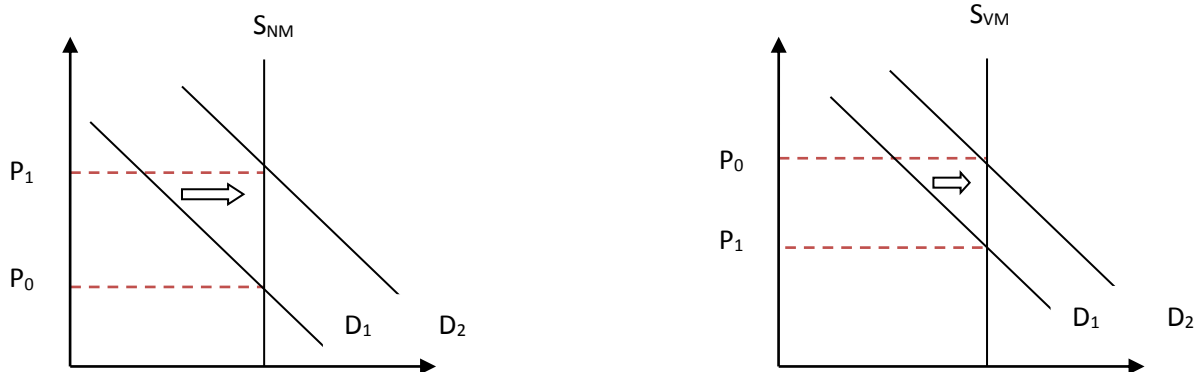


Gráfico 15. Fuente: elaboración propia.

Aquí hemos supuesto que la oferta de vino de ambos países es de carácter perfectamente inelástica, es decir, existe una determinada cantidad o stock disponible en el mercado y que no puede variar en un determinado período. Este tipo de oferta es propia de los mercados agrícolas o de productos derivados agrícolas, ya que los stocks de oferta dependerán de lo cosechado ese año. Lo

<sup>7</sup> Krugman, P., Wells, R. & Apilanez, G. (2007). Microeconomía: Introducción a la economía (1a ed.). Barcelona: Editorial Reverté.

que vemos es que el desplazamiento de la demanda es mayor en el NM, por lo que se obtiene un mayor incremento en los precios que en el VM.

Ahora, para poder verificar nuestra hipótesis deberíamos poder probar que los precios en el NM crecieron proporcionalmente más que en el VM como resultado de una mayor demanda por un cambio favorable en los gustos. Los resultados encontrados a partir de nuestra base de datos confirman nuestra hipótesis al mostrar que los precios promedio de exportación de ambos grupos de países crecieron durante el período analizado, ya que muestran un importante avance a lo largo del período estudiado, y que además los precios del NM crecieron considerablemente más que los del otro grupo. A continuación mostramos en el gráfico 16 los precios promedios de exportación de vinos fraccionados de los países del VM, y posteriormente veremos ese gráfico para el NM.

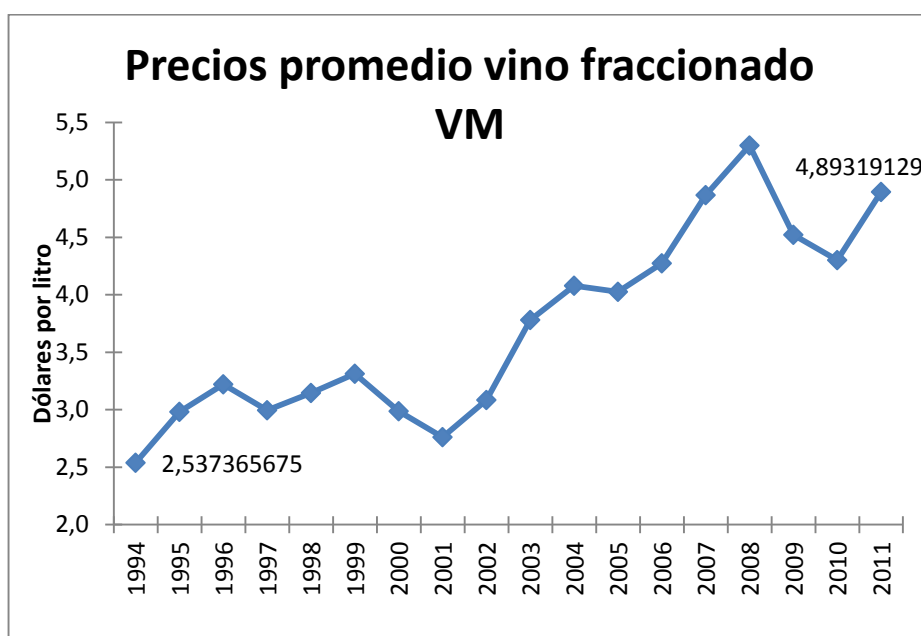


Gráfico 16. Fuente: Elab. propia en base a Comtrade.

En el VM vemos un avance del 93% en los precios de exportación de vinos fraccionados. Al observar el gráfico 17, vemos que en el NM tenemos un incremento en sus precios de exportación del 132%. Debemos hacer una salvedad respecto del NM, y es que los niveles de precios son menores en este último que los del VM, lo que puede deberse a la reputación de los más tradicionales países y la indiscutible calidad de sus vinos del segmento Premium. Por lo tanto, obtenemos lo que queríamos demostrar. Mientras que los precios del NM crecen sostenidamente en el período analizado, en el VM estos crecen con menor fuerza.

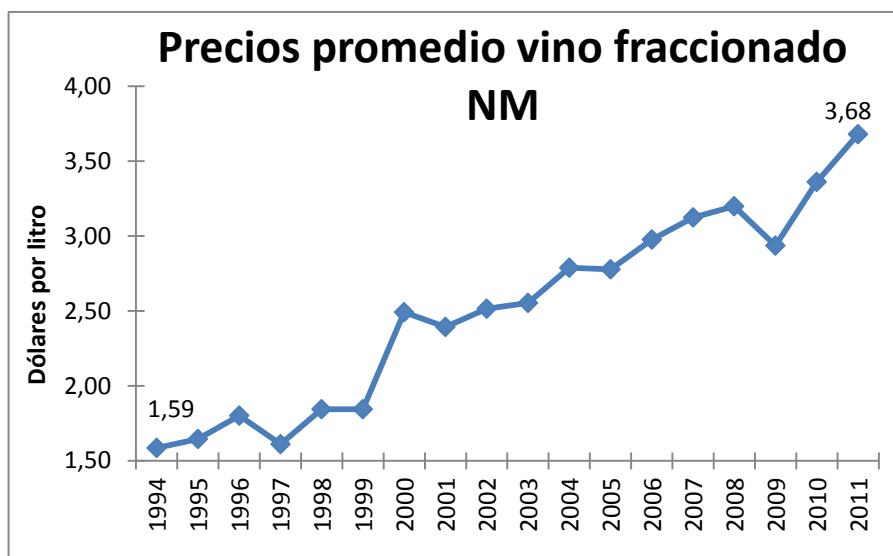


Gráfico 17. Fuente: Elab. propia en base a Comtrade.

A lo largo de la realización de este trabajo fuimos encontrando bibliografía donde se mencionaba un cambio de preferencias de la demanda mundial de vinos, pero orientado a una mejor calidad de vino que los vinos de mesa, y pertenecientes a un segmento medio donde prevalece la mejor relación calidad precio. Este tema fue tratado en el punto 4 del punto IV donde comentamos el cambio de paradigma que se comenzó a gestar hacia finales de los 70, consolidándose en las dos décadas siguientes. En la década del 90, este proceso se intensifica, ya que los consumidores muestran una creciente preferencia por los vinos de calidad, los vinos varietales y los vinos tintos, decreciendo la demanda de los vinos de mesa (Calderón & Blanco, 2005). Además, mencionamos que este cambio dejó muy mal parado a los países del VM, quienes muchos de ellos se habían especializado en producir vinos de mesa en mayor proporción que vinos finos de un segmento *premium* (que producían en menores cantidades), lo que le abrió una importante brecha a los países del NM, quienes supieron aprovechar esta oportunidad de una forma estratégicamente exitosa. Este cambio de preferencias es el que se ve reflejado en una mayor demanda por vinos del NM y un exponencial incremento en sus precios promedio de exportación, lo que avala nuestra hipótesis.

Ahora, resulta sumamente complicado encontrar estadísticas que avalen este cambio en las preferencias de los consumidores; sin embargo, algo hemos logrado al respecto. La mejor forma de constatar esto sería observando la evolución de las exportaciones de vino por segmentos de precios (datos casi imposibles de obtener en un período de esa extensión y antigüedad), y lo que esto nos debería mostrar es un incremento en las exportaciones de una gama de precios intermedio; digamos, por ejemplo, una categoría de vinos comprendidos entre 18 y 20 dólares la caja (entre 3 y 3,30 dólares por botella). Al no poder comprobar los hechos de esta forma, sí hemos podido en una ardua búsqueda encontrar otra forma, y es gracias a los datos de tipo de vinos exportados por Argentina

que lleva a cabo nuestro Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), plasmados en una serie que arranca en 1979 y se extiende hasta el año 2011. Lamentablemente, no hemos podido encontrar datos análogos para otros países, por lo que tendremos que conformarnos con los de nuestro país.

A continuación presentaremos dos gráficos que indican el volumen de exportaciones en millones de hectolitros por tipo de vino, indicando el primero la serie que abarca desde 1979 hasta 2002, y el segundo la que va desde 2003 hasta 2011. Se hace una división forzosa de la serie debido a que a partir del año 2003 cambia la categorización de los vinos, donde se distingue entre vinos de mesa, y vinos con y sin mención varietal. Los tipos de vino proporcionados por el reconocido instituto, se dividen en vinos de mesa y vinos finos y espumosos en la primera serie.

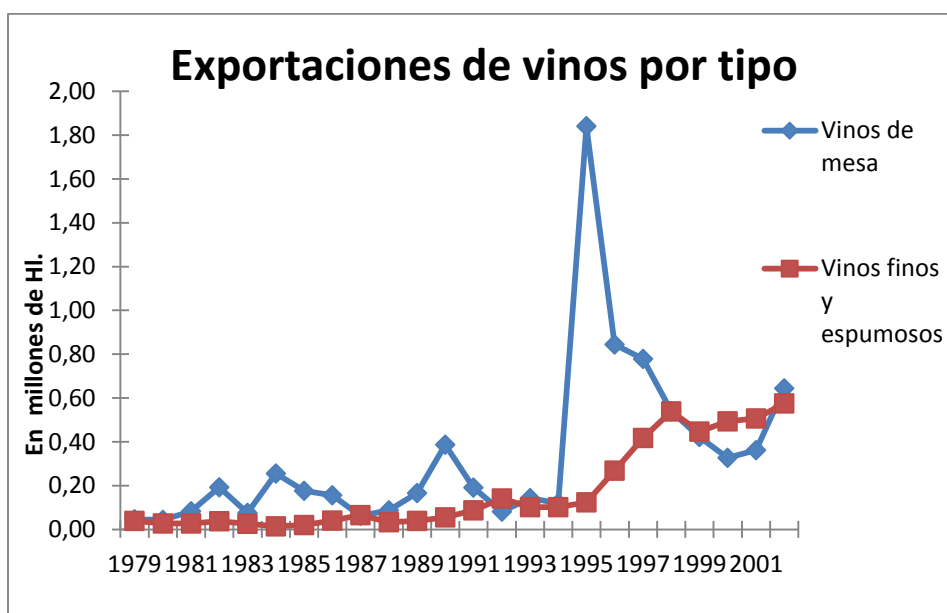


Gráfico 18. Fuente: INV.

Lo que podemos observar es un fuerte incremento de las exportaciones de vino finos y espumantes, que entran en la categoría de fraccionados que hemos venido utilizando a lo largo de este trabajo, a partir de la década de los 90. A mediados de esa década, comienza a decaer la exportación de vinos de mesa.

Si bien hay diferencias metodológicas en la categorización de los vinos en la segunda serie, plasmada en el gráfico 19, se observa la misma tendencia que en el gráfico anterior, es decir, una creciente exportación de vinos finos y espumosos y una volátil evolución de las exportaciones de vinos de mesa o genéricos, pero que termina el período siendo menos de la mitad que las exportaciones de vinos varietales y sin mención varietal.

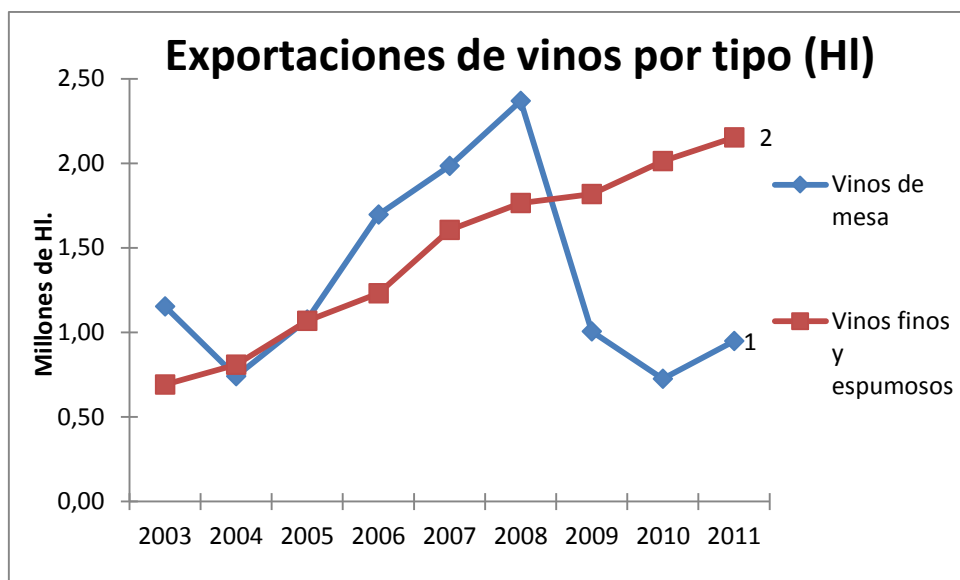


Gráfico 19. Fuente: INV.

Si bien veíamos en el gráfico 18 que las exportaciones de vinos de mesa superaban en volumen a los vinos finos y espumosos durante casi todo la serie y lo hacían ampliamente casi todo el último lustro del milenio, el valor de las exportaciones nos pinta otro panorama, donde en la década de los 90 las exportaciones de vinos fino y espumosos crecen exponencialmente en valor superando ampliamente a los vinos de mesa a partir del año 1996. Esto sin duda es el reflejo del valor agregado adjunto a las exportaciones de vinos de mejor calidad que el mundo comenzó a demandar y que países del NM, como Argentina, supieron posicionar estratégicamente. A continuación, presentamos el gráfico correspondiente al valor de las exportaciones analizadas en el gráfico 18.

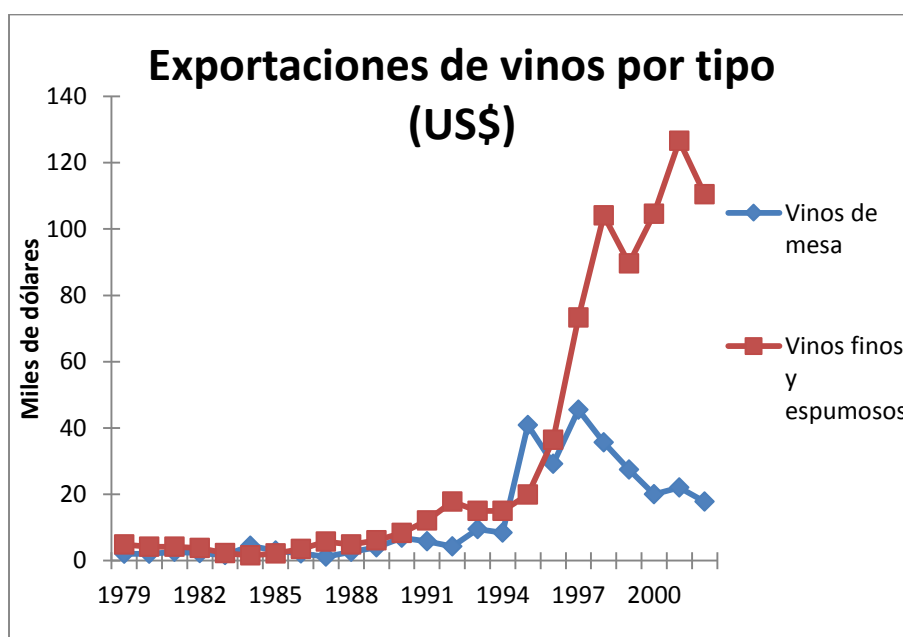


Gráfico 20. Fuente: INV.

Si bien hemos podido demostrar estos hechos solo para el caso de Argentina, podríamos cuidadosamente generalizar lo acontecido para el resto de los países tanto del NM como del VM, ya que Argentina es un actor relativamente chico en el mercado internacional, y por lo tanto no tiene ningún control sobre el mismo, por lo que sigue las tendencias mundiales.

Sin embargo, podríamos analizar el caso mundial analizando los precios promedios de exportaciones mundiales de vino, aunque esto supondría un análisis con menor lujo de detalle, ya que no podemos discriminar entre tipos de vinos, modalidad de envío, y mucho menos entre segmentos de precios. Presentamos a continuación la evolución de los precios promedios de exportación, contruidos a partir de las exportaciones mundiales en volumen y monto.

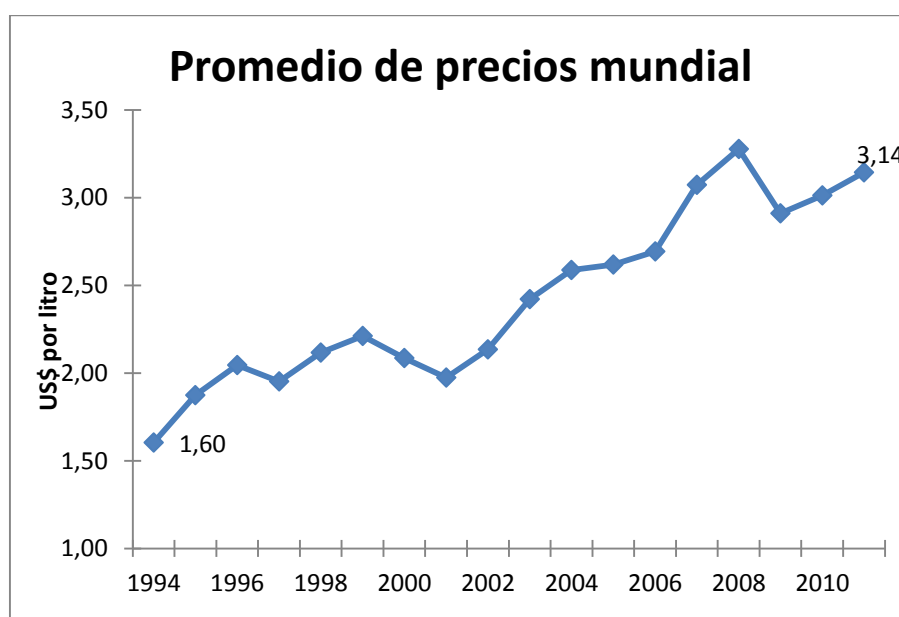


Gráfico 2115. Fuente: OIV.

Lo que podemos observar en el gráfico es un avance del 96% en los precios promedio de exportación mundiales, y que, junto con el incremento en las cantidades mundiales exportadas, nos indica el efecto de una mejora en la calidad de los vinos exportados reflejada en una mejor valoración de la demanda mundial.

### **3. OFERTA DEL VM NO ACOMPAÑA AL AUMENTO DE LA DEMANDA MUNDIAL.**

Nuestra tercera y última hipótesis, que nos surge a medida que fuimos tomando conocimiento sobre los mercados vitivinícolas del mundo y a medida que fuimos observando la

evolución de variables claves como la demanda mundial por importaciones de vino, plantea que, por ciertas razones, la oferta del viejo mundo vitivinícola no acompañó el crecimiento de la demanda mundial de vinos.

En el gráfico N°8 analizamos la evolución de las importaciones mundiales de vino (variable que nos indica la demanda mundial de vinos) y observamos que éstas han tenido un crecimiento sostenible en el período analizado en este trabajo (256% medido punta a punta). Por otro lado, en el gráfico N°4 vimos cómo las exportaciones, tanto del VM como del NM, han crecido en el mismo período, mostrando un avance del 50% y de un 400% respectivamente. No cabe la menor duda de que bajo este escenario el VM pierde participación en el mercado mundial de vinos mientras que el NM gana una importante cuota, siendo este resultado la motivación de la realización de este trabajo de investigación. Esto nos lleva a plantear esta tercera hipótesis, que justifica esta pérdida de participación en el mercado vitivinícola mundial desde una perspectiva de que la oferta del VM no fue capaz de acompañar este crecimiento en la demanda. A continuación, haremos el análisis gráfico de esta hipótesis.

El primer gráfico que presentamos compara la evolución de las importaciones mundiales con las exportaciones del VM. Lo que podremos ver es cómo se alejan cada vez más las importaciones mundiales respecto del VM, evidenciando la reducción en la participación del VM, brecha que necesariamente debe haber sido cubierta por algún otro país o grupo de países. Luego, en el siguiente gráfico podremos ver que gran parte de esa brecha es cubierta por los países pertenecientes al NM, donde las exportaciones de estos últimos siguen una evolución prácticamente calcada a la de las importaciones mundiales. Por una cuestión de disponibilidad de datos de la serie de importaciones mundiales, estas series arrancan en el año 1995 y se extienden hasta el año 2009.

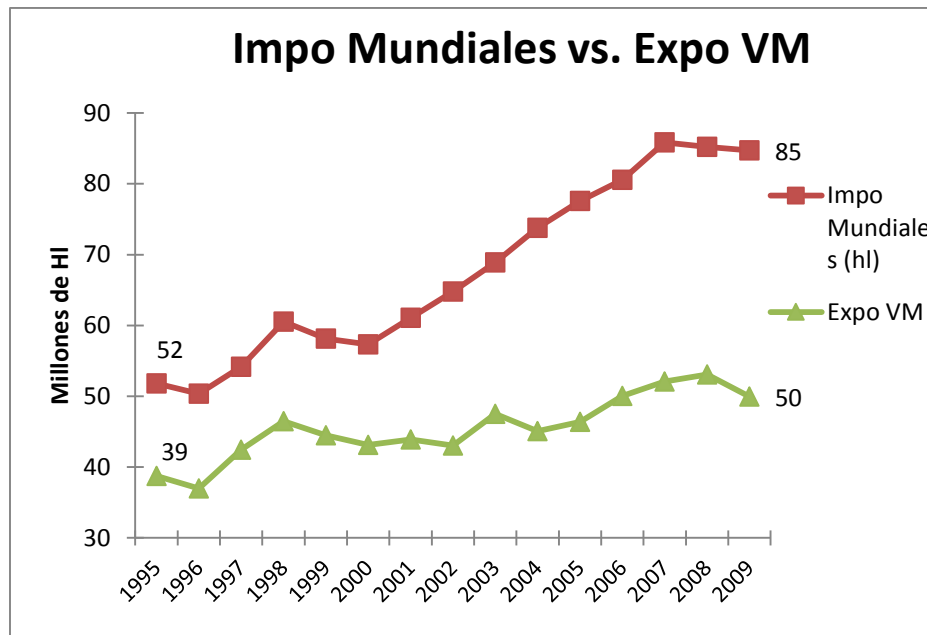


Gráfico 22. Fuente: Comtrade y OIV.

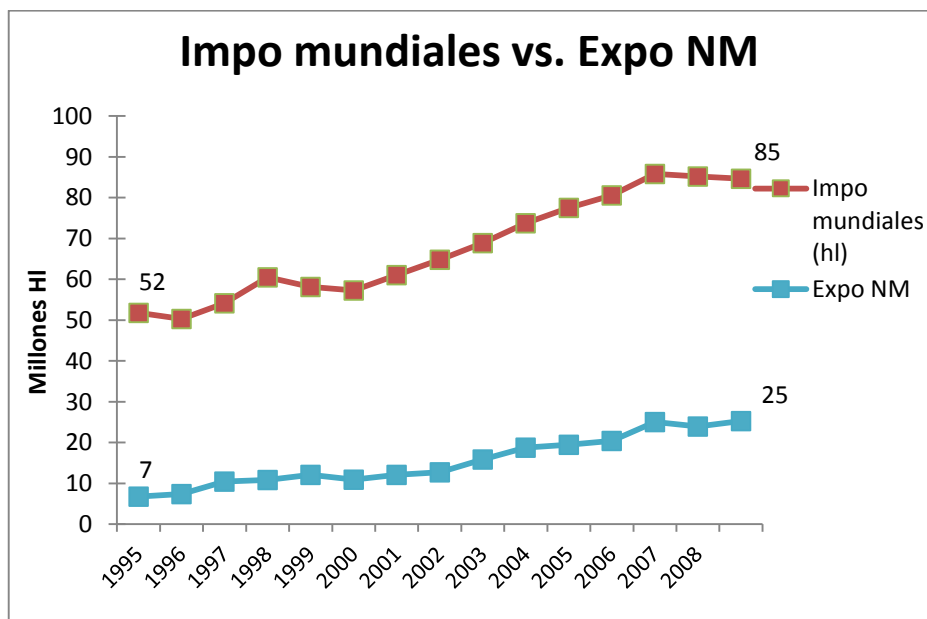


Gráfico 23. Fuente: Comtrade y OIV.

Veamos ahora lo que hay detrás de estos hechos y busquemos las causas que llevaron a esto. Veremos a continuación qué ha sucedido con la evolución de las hectáreas cultivadas con vides en el VM, ya que esto nos puede dar un indicio sobre lo acontecido desde el punto de vista de la oferta de vinos del VM.



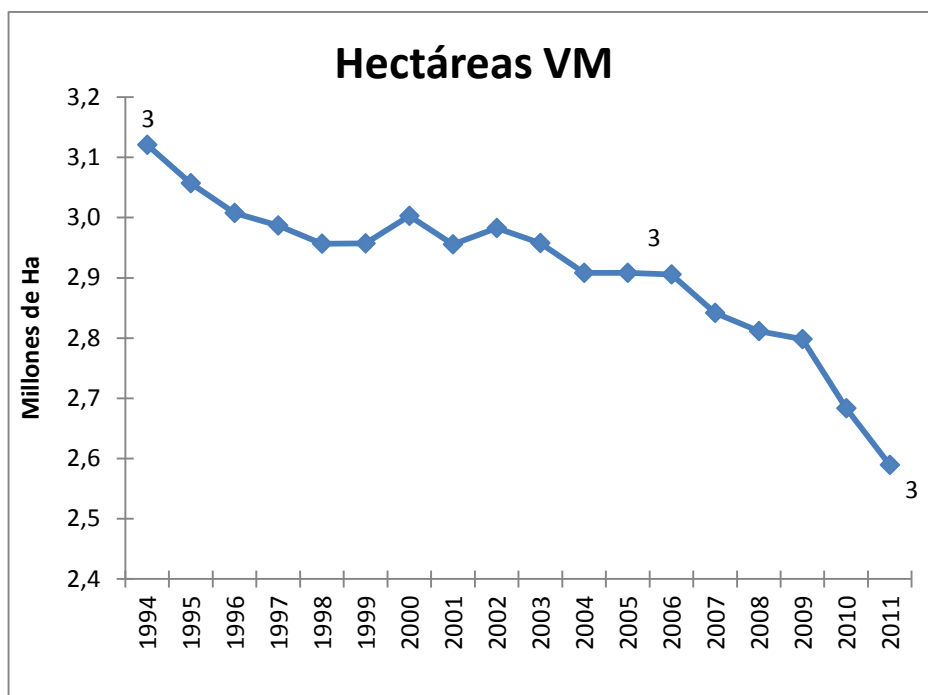


Gráfico 24. Fuente FAO.

El anterior gráfico enciende ciertas luces de alerta, ya que lo que vemos en el período bajo estudio es un marcado descenso en la cantidad de hectáreas cultivadas con vides, precisamente una caída del 17%.

Hemos llegado a un importante punto en este trabajo, y consiste en un análisis más profundo sobre el VM. En el segundo punto del punto III de este trabajo, comentamos la influencia que han tenido las políticas gubernamentales en la globalización de la industria vitivinícola, y mencionamos entre estas sobre la PAC (Política Agrícola Común) de la Unión Europea. Luego de la Segunda Guerra Mundial, mejoras tecnológicas permitieron mejorar el rendimiento de las plantaciones, lo que de a poco fue llevando a una sobreproducción de vinos, allí comenzaron a hacerse ciertas regulaciones sobre el mercado, hasta que a finales de los 70 se tomó cuenta de que el exceso de oferta de vinos era un problema estructural más que transitorio, por lo que se intensificaron las regulaciones y se prohibieron nuevas plantaciones. Al mismo tiempo, comenzó a disminuir el consumo de vinos de mesa en los países europeos, lo que fue intensificando los desequilibrios en el mercado. Entrando ya más en el período de análisis de nuestro trabajo, se produjo a mediados de los 90 una simplificación de las regulaciones, pero luego en 1999 se volvieron a intensificar. El esquema que ha predominado en estas regulaciones es conocido como un esquema de “desmantelamiento” voluntario de las hectáreas cultivadas, con el objetivo de reducir la sobreproducción de vinos y las hectáreas plantadas con variedades de uva de la que se producen vinos que luego se comercializan a bajos precios, pero permitiendo la realización de plantaciones con

variedades de mejor calidad sobre las hectáreas desmanteladas. Para una mejor implementación del programa, se han utilizado los subsidios como instrumento de incentivo a los productores. En la literatura en inglés, se conoce a este esquema como “grubbing-up scheme”, traducido literalmente al español como “esquema de arrancamiento”; aunque es usado en economía del vino como un término opuesto a vinificar, es decir, como si fuera “desvinificar” (Veseth, 2008).

Como nos explica Mike Veseth, autor de numerosos libros sobre el mercado vitivinícola mundial y dueño del blog The Wine Economist, el problema de sobreproducción de vinos en la UE ha creado numerosas ineficiencias, ya que a lo largo de décadas los gobiernos de la Unión Europea se han dedicado a adquirir esa sobreproducción y utilizarlos para la destilación de alcohol, y de esta manera evitar grandes caídas de precios. Ha sido tal el exceso de sobreproducción que en la industria se conoce al proceso de destilación de alcohol como “watering down the Wine Lake”, traducido como “desechando los lagos de vino”, y haciendo referencia con lagos de vinos a la enorme cantidad de litros que eran destinados a este proceso.

La última reforma en las regulaciones que se hizo fue la del año 2006, donde se definieron ciertos objetivos y medidas más estrictos como:

- la eliminación completa de las medidas de destilación de los vinos hacia el año 2012, reduciendo progresivamente el monto destinado a tal política;
- un desmantelamiento voluntario de 175.000 hectáreas de viñas en un lapso de tres años;
- la abolición de la prohibición de nuevas plantaciones en el año 2015, aunque con la posibilidad de que cada estado los mantenga en vigencia hasta el 2018.

Hacia el año 2010, el programa de desmantelamiento había logrado reducir más de 158 mil hectáreas de viñas, es decir, un 6% de la cantidad de hectáreas en el año 2006; mientras que para el año 2011 logró superar la meta establecida al reducir 252 mil hectáreas, significando un 9% desde el año 2006. En términos de cosechas, el programa logró entre el año 2006 y el 2011 reducir un 17% las toneladas cosechadas.

Creemos que estos hechos por sí solos explican la pronunciada caída en las hectáreas cosechadas que se manifiesta claramente en el último gráfico expuesto. Las rígidas regulaciones impuestas por la UE en el marco de las PAC dificultó la adaptación de la oferta de los vinos del VM a los cambios en la demanda mundial, orientada al consumo de vinos de mejor calidad. No es objetivo del trabajo analizar lo que debería haber hecho la UE para reducir los excedentes generados año a año en el mercado, pero sí creemos que las medidas adoptadas fueron en parte drásticas e inflexibles y contribuyeron en gran parte en la pérdida de participación en el mercado mundial de vinos.

Veamos a continuación lo sucedido con los países del NM en términos de hectáreas destinadas a vid.

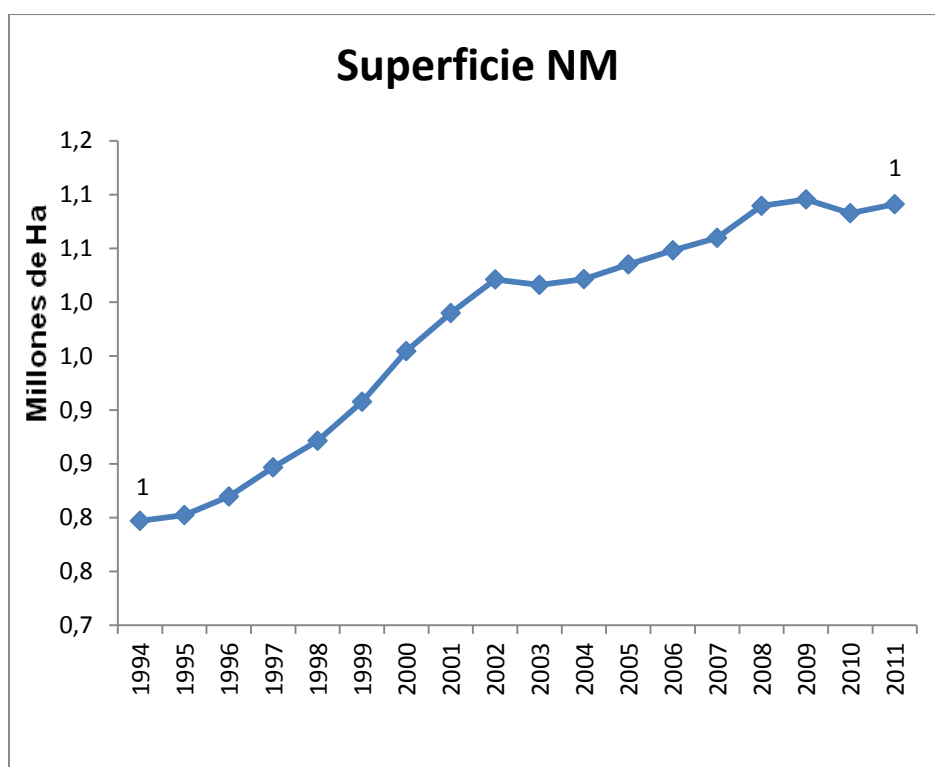


Gráfico 25. Fuente: FAO.

Contrariamente a lo acontecido en el VM, en el NM se ve un importante crecimiento en las hectáreas destinadas a plantaciones de vid. La cantidad de hectáreas pasó de 800 mil en 1994 a casi un millón noventa mil en el 2011, es decir, crecieron un 37%. Estos hechos van en línea con los logros alcanzados por la industria en término de exportaciones y participación en el mercado mundial. En cuanto a las hectáreas cosechadas, éstas también muestran un crecimiento del 37%.

Nos gustaría ahora dedicar unos párrafos adicionales al análisis más profundo sobre el VM, enfocándonos ahora en la caracterización de sus vinos. Este es un punto que hemos querido tocar a lo largo de todo este trabajo de investigación, pero fuimos postergándolo hasta encontrar el mejor momento, y que es justamente en esta hipótesis sobre la incapacidad de la oferta del VM de satisfacer o acompañar a la nueva demanda mundial de vinos.

Como nos explica Calderón y Blanco (2005), el VM vitivinícola ha tenido siempre preferencia a denominar los vinos según la región de la que proceden, relacionados con el concepto de *terroir*, traducido al español como terruño; a diferencia del NM, que ha tenido una preferencia por denominar los vinos según el varietal de uva utilizado. Históricamente, “*terroir* se refiere a un área o terreno, usualmente pequeños, cuyo suelo y microclima imparten calidades distintivas sobre productos alimenticios” (Barham, 2003). La palabra está particularmente relacionada con los vinos,

ya que se suele decir por ejemplo que un vino tiene un sabor de acuerdo a su particular *terroir*. En el segundo punto del punto **IV**, al caracterizar cada país perteneciente al VM y al NM, mencionamos las denominaciones de origen que poseen cada país europeo, como los vinos bajo la denominación Appellation d'Origine Contrôlée (AOC o denominación de origen controlada), o Vin Délimité de Qualité Supérieure de Francia, bajo la denominación DOC y DOCG en Italia, o bajo la etiqueta DO en España. Todas estas denominaciones están ligadas al *terroir*, ya que indican el lugar de procedencia de estos vinos. Ahora, el problema que surge está ligado nuevamente con los cambios en las preferencias de la demanda, que se inclinó no sólo por un consumo de vinos de mejor calidad, sino por vinos varietales. Como explicamos anteriormente, la difusión de una cultura de gourmet, donde el vino es percibido según atributos de variedad y especificación, impacta negativamente en el consumo de vinos especificados por su región de elaboración, como el de los países del VM. Gerbaud y Livat (2007) nos explican, por ejemplo, que los vinos bajo el paraguas Bordeaux (la más importante región vitivinícola de Francia) han ido perdiendo mercado debido a que la estrategia de producción del VM basada en el *terroir* es menos eficiente que la que adoptaron los países del NM, basada en una estrategia más simple de marketing, donde los vinos se denominan según la variedad de uva con la que fueron elaborados. Por ello, concluyen los autores, los productores del VM deberían adoptar una estrategia de comunicación de la calidad de vinos más efectiva, que le llegue a los nuevos consumidores inexpertos que se han sumado al mercado. Esto es bastante intuitivo, ya que, por ejemplo, es mucho más probable que un consumidor inexperto de vinos conozca o haya escuchado alguna vez acerca de un vino varietal Malbec o Cabernet Sauvignon, a que conozca o haya escuchado acerca de un vino proveniente de Burgundy (la segunda región más importante de Francia en términos de calidad y cantidad), o de cualquiera de las otras 13 regiones productoras de vino de Francia.

Sumado a esto, coexiste la problemática en cuanto a las complicadas regulaciones de estas denominaciones de origen utilizadas en el VM como sello de calidad. El sistema AOC de Francia, por ejemplo, además de ser el más viejo, es considerado el más estricto y perfecto de Europa (Barham, 2003). Estos sistemas han creado una importante problemática estructural sobre los productores, ya que desde sus comienzos les han exigido una serie de exigentes condiciones para que los vinos puedan situarse bajo el paraguas de estas denominaciones; y una vez cumplidas todas esas condiciones, les resulta difícil volver atrás por la estructura productiva ya armada en base a ellas. Por ejemplo, para poder utilizar un varietal como señal de calidad, deberían tener que reestructurar sus viñedos que les llevó tiempo (años) acondicionar para obtener el sello de calidad correspondiente.

Sin embargo, lo que encontramos hoy en día es que una vez logrado el posicionamiento en el mercado, los países del NM están apostando a la estrategia del *terroir* como elemento distintivo y

generador de valor agregado, aunque sin perder la denominación de un varietal. En la actualidad, todos los países del NM cuentan con figuras del tipo indicaciones geográficas protegidas, menos estrictas que los esquemas de denominaciones de origen (DO) y focalizadas en la diferenciación de productos que genera la estructura especial de un terreno delimitado. Las indicaciones geográficas tienen una buena función en mercados donde existen asimetrías de información, como en el vitivinícola, que se da entre los consumidores que desean comprar productos de una calidad específica y los productores que conocen esa calidad (OMC, 2011).

Por otro lado, los países del VM se están adaptando mediante la flexibilización de algunas regulaciones, liberando las estrictas condiciones de las DO, y permitiendo de esta forma vender un varietal en vez de una marca. La lentitud de esta flexibilización, debido al problema de las regulaciones de superficie y plantaciones comentadas anteriormente, ha tenido el alto costo de pérdida de participación en el mercado mundial.

Por lo tanto, a la conclusión que llegamos sobre esta tercera hipótesis es que efectivamente la oferta del VM no ha sido capaz de acompañar la evolución de la demanda mundial de vinos. Las razones pueden ser resumidas en dos importantes causas: por un lado, las exigentes regulaciones de la UE sobre la superficie y las plantaciones han bloqueado el margen de acción y adaptación de los países del VM a los nuevos requerimientos del mercado; por otro lado, las denominaciones de los tipos de vinos, basadas en un esquema siguiendo el concepto de *terroir*, no constituyeron una buena estrategia frente a las demandas de los nuevos consumidores de vino, y además la rigidez instaurada por dichos esquemas de denominaciones también dificultaron la adaptación de los países del VM a los nuevos patrones de consumo mundial y la realización del cambio estructural necesario.

## VI. CONCLUSIÓN

Hemos llegado a la etapa final de este trabajo de investigación. Nuestro objetivo se había embarcado en encontrar las causas que tuvieron como consecuencia una reducción en la participación de mercado de los más tradicionales países productores de vino, los del viejo mundo (Francia, Italia, España y Alemania); a costa de una multiplicación en la participación de mercado de los menos tradicionales países del nuevo mundo (Australia, Argentina, Estados Unidos, Chile y Sudáfrica).

Este proceso se intensificó en los 90, impulsado sin duda por la aceleración del proceso de globalización de nuestro planeta a raíz de las mejoras tecnológicas que se dieron, que permitieron un desarrollo de canales de distribución masivos. La globalización había sido un proceso característico en la industria vitivinícola mundial, que desde hace milenios se viene expandiendo por el mundo a través de movimientos de capitales y de “know how” entre los distintos continentes de nuestro mundo. Así se terminó de consolidar el viejo mundo vitivinícola hacia el siglo V d.C.. Sin embargo, fue con la llegada a América, allí por el siglo XVI, que se fue instalando esta industria en los países americanos y luego con la colonización británica en Australia, hasta formarse lo que hoy en día se conoce como el nuevo mundo vitivinícola. La transferencia internacional de tecnologías ha sido sin duda otro factor muy importante en la intensificación de este proceso, y se ha llevado a cabo gracias al grado en que muchas compañías se hicieron multinacionales invirtiendo en países con alto potencial y al asesoramiento internacional de enólogos y bodegueros.

Un cambio de paradigmas en la demanda mundial se comenzó a gestar en los 80, impulsado por el crecimiento económico de los países. Este cambio consistía en la ingesta de vinos de mejor calidad en detrimento de vinos de mesa por parte de los países tradicionales, y por parte de nuevos consumidores. El vino comenzó a difundirse como una experiencia cultural en consumidores no tradicionales y gracias a nuevos canales de distribución masivos la demanda obtenía lo que buscaba. La denominación de los vinos según su varietal era el atributo ideal para estos nuevos e inexpertos consumidores y enriquecía la experiencia cultural buscada. Esto dejó mal parado a los tradicionales países del VM, mientras que fue una oportunidad de consolidación en el mercado mundial para los países del NM. Así fue que la participación de mercado de los países del VM se redujo del 75% en 1994 al 61% en el año 2011, mientras que la del NM pasó del 9% al 25% en ese período.

Conociendo los hechos mencionados, procedimos al planteamiento de una serie de hipótesis embarcadas en nuestro objetivo principal. Las hipótesis planteadas y las conclusiones a las que nos llevaron fueron:

➤ Hipótesis 1. “La pérdida de competitividad de los países del viejo mundo vitivinícola en relación a los del nuevo mundo vitivinícola es el principal factor que determina el éxito de los países de este último grupo”: para la contrastación de esta hipótesis procedimos a la construcción de un tipo de cambio real, construido a partir de los precios promedios de exportación, que utilizamos como medida de competitividad. Los resultados hallados fueron dispares, y lo que obtuvimos fue una mejora relativa de la rentabilidad de todos los países analizados en el período 1994-2011, excepto España que experimentó una importante caída en su TCR. Por otro lado, Argentina y EE.UU. superan a todos los países de ambos mundos, mientras que los otros países analizados del NM, Australia y Chile, son superados por Francia, Italia y Alemania en nuestra medida de competitividad. La disparidad de los resultados nos lleva a desechar esta hipótesis como principal factor explicativo.

➤ Hipótesis 2. “El factor explicativo del éxito alcanzado por los países del NM se debe a un cambio en las preferencias mundiales por vinos del NM en detrimento del consumo de vinos del VM”: la literatura económica nos indica que para comprobar esto deberíamos tener un incremento en los precios promedio de exportación de ambos grupos de países (por la mayor demanda mundial), pero proporcionalmente mayor en el conjunto del NM. Analizando dichos precios, pudimos comprobar esta hipótesis, ya que vimos un avance del 93% en el NM y del 132% en el otro grupo. El cambio de preferencias estuvo orientado al consumo de vinos varietales de mejor calidad y menor consumo de vinos de mesa, lo que dejó mal parado al VM debido a la alta elaboración de vinos de mesa. Si bien esto no llevó a reducir las exportaciones del VM, si le dificultó mantener su cuota de mercado debido a la dificultad de implementar un completo cambio estructural y responder a los requerimientos de la demanda. Por lo tanto, nuestra segunda hipótesis no es desechada.

➤ Hipótesis 3. “La explicación de la pérdida de participación de mercado del VM viene por el hecho de que la oferta del Viejo mundo vitivinícola no acompañó el crecimiento de la demanda mundial de vinos”: esta última hipótesis es aceptada, y las raíces de la dificultad de la oferta del VM en acompañar los cambios en la demanda mundial yacen en dos causas principales y que nacieron en los cambios de paradigmas en el consumo de vinos ya mencionado a lo largo de este trabajo y que validaron nuestra segunda hipótesis. Por un lado, las exigentes regulaciones de la UE no le permitieron realizar el cambio estructural obligatorio para mantenerse a la vanguardia de los cambios en los patrones de consumo mundial. Por otro lado, la estrategia utilizada por siglos por los países del VM de denominar los vinos según su origen, y las estrictas condiciones creadas para obtener una determinada denominación, además de dejar de constituir una buena estrategia frente

a los nuevos consumidores, le otorgaron rigidez al VM para adaptarse a los cambios en las preferencias mundiales y acompañar de esta forma la demanda mundial. Una observación que vale la pena realizar es la relación que guarda esta hipótesis con la anterior, ya que fueron los cambios originados en las preferencias los que llevaron a que el VM se enfrente a estas dos complicaciones.

Si bien lo que tenemos es una conjugación de factores económicos que juegan en mayor o menor grado y determinaron los movimientos de participaciones en el mercado mundial, creemos que el factor más influyente viene de la mano de los cambios en las preferencias de la demanda mundial que al fin y al cabo definen las tendencias del mercado, exigiendo los cambios necesarios en la oferta del mismo. Por lo tanto, es el mercado guiado por la demanda el que dicta el veredicto final y son los oferentes quienes deben mantenerse a la vanguardia de este veredicto. En este caso una mayor preferencia por vinos de mejor calidad por parte de antiguos y nuevos consumidores favoreció el surgimiento de otro núcleo en el mercado vitivinícola mundial: el nuevo mundo.



## VII. BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, K. (2004). *The World Wine Markets: Globalization at Work* (1ª Ed.). UK: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Barham, E. (2003). Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies* 19.
- Calderón, M., & Blanco, L. (2005). Análisis multivariado aplicado al mercado mundial de vinos. *Actas de AAEP, XL REUNION ANUAL*.
- Coloma, G (2005). *Economía de la Organización Industrial* (1ª ed.). Buenos Aires: Temas.
- Cusmano, L. et al (2009, Marzo). *Catching-Up Trajectories in the Wine Sector: a Comparative Study of Chile, Italy and South Africa*. American Association of Wine Economists, working paper N° 34.
- Fisher, S., Dornbusch, R. y Schmalensee, R. (1991). *Economía* (2ª ed.). EE.UU.: Mc Graw Hill.
- Frank, R (2001). *Microeconomía y conducta* (4ª ed.). Madrid: Mc-Graw Hill.
- Gerbaud, O. & Livat, F (2007). *How do Consumers Use Signals to Assess Quality?*. American Association of Wine Economists, Working Paper N°3.
- Hugh, Johnson (1989). *Vintage: the story of wine* (1ª Ed.). Nueva York: Simon and Schuster.
- Krugman, P., Wells, R. & Apilanez, G. (2007). *Microeconomía: Introducción a la economía* (1a ed.). Barcelona: Editorial Reverté.
- Mateu, E. P. & Estefanell, G. (2000). *Paridad cambiaria y competitividad de las exportaciones agroalimentarias argentinas en los 90'ss*. Buenos Aires: IICA.
- Osmond, R. & Anderson, K. *Trends and Cycles in the Australian Wine Industry, 1850 to 2000* (1998). Centre for International Economic Studies, University of Adelaide.
- Ossa, F. (1982). *Teoría real de la Economía Internacional* (1ª ed.). Santiago: Universidad Católica de Chile.
- Pollini, A. (2006). *Economías Abiertas: determinación de la renta y políticas*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.

- Porter, M. E. (2004). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (2a ed.). New York: Simon and Schuster.
- Sach, J & Larraín, F. (2004). Macroeconomía en la Economía Global (2ª ed.). México: Prentice Hall.
- Sainz, A. (2011). Avanza la concentración en la industria argentina del vino. En Diario La Nación, 09 de Junio de 2011, p. 34.
- Varian, R (2011). Microeconomía Intermedia: un enfoque actual (8a ed.). Barcelona: Antoni Bosch.
- Veseth, M. (2008). Grubbing Up. Manuscrito extraído del blog The Wine Economist, <http://wineeconomist.com/>.

### **Páginas Consultadas**

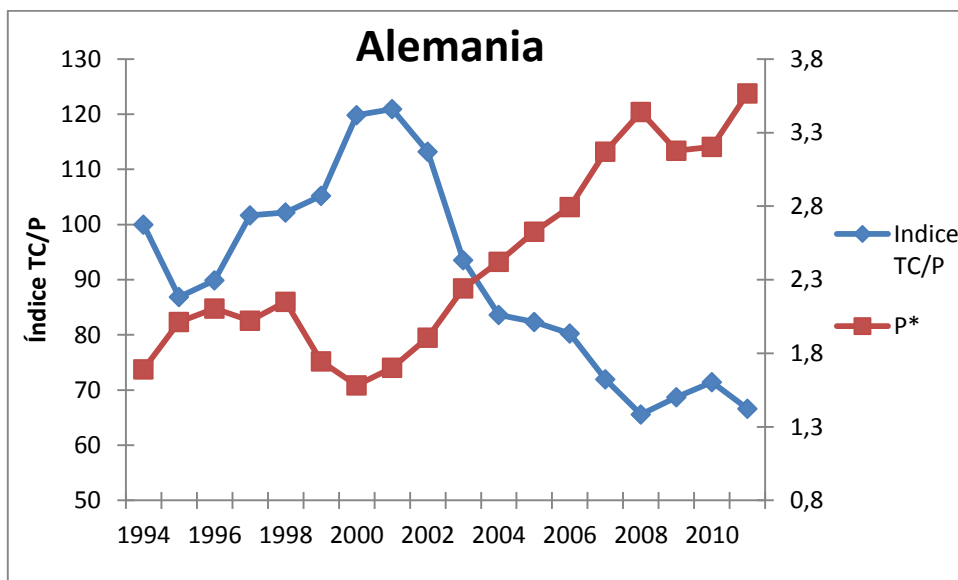
- Instituto Nacional de Vitivinicultura, <http://www.inv.gov.ar/> [Junio, 2013]
- Área del Vino, <http://www.areadelvino.com/home.php>. [Abril, 2013]
- American Association of Wine Economists, <http://www.wine-economics.org/>. [Mayo, 2013]
- United Nations Commodity Trade Statistics Database, <http://comtrade.un.org/>. [Marzo-Junio, 2013]
- Organización Internacional del Vino (2011). Reporte Estadístico Anual Sobre la Vitivinicultura Mundial. [Mayo, 2013]
- Organización Mundial del Comercio (2011). Informe Sobre el Comercio Mundial 2011. [Mayo, 2013]
- Viñas de Chile, <http://vinasdechile.com/contenidos/informacion/estadisticas-anuales/>. [Abril, 2013]
- Página oficial del INDEC, <http://www.ndec.gov.ar>. [Mayo, 2013]
- Página oficial del BCRA, <http://www.bcra.gov.ar/>. [Mayo, 2013]
- Instituto Nacional de Estadísticas (España) <http://www.ine.es>. [Mayo, 2013]
- Germany Federal Statistical Office <http://www.destatis.de/DE/Startseite.html> .[Mayo, 2013]
- Banco Central de Alemania BC de Alemania :  
[http://www.bundesbank.de/Navigation/EN/Home/home\\_node.html](http://www.bundesbank.de/Navigation/EN/Home/home_node.html). [Mayo, 2013]
- Italian National Institute of Statistics <http://www.istat.it/en/>. [Mayo, 2013]
- The official site of Italy's Central Bank <http://www.bancaditalia.it/>. [Mayo, 2013]
- Federal Reserve official site, <http://www.federalreserve.gov/>. [Mayo, 2013]
- Australian Bureau of Statistics, <http://www.abs.gov.au/>. [Mayo, 2013]

- Statistics South Africa, <http://www.statssa.gov.za/default.asp>. [Mayo, 2013]
- National Institute of Statistics and Economics Study (Francia), <http://www.insee.fr/en/>. [Mayo, 2013]
- Banco Central de Chile, <http://www.bcentral.cl/index.asp>. [Mayo, 2013]
- Instituto Nacional de Estadísticas (Chile), <http://www.ine.cl/> [Mayo, 2013]

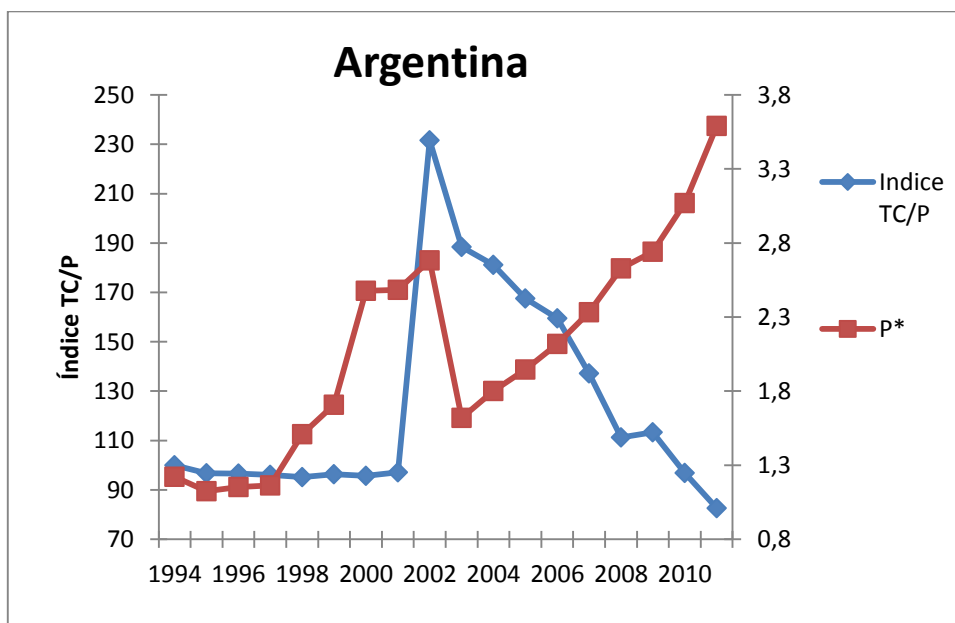
## Anexo 1: Desglosamiento TCR

En este primer anexo mostramos el desglosamiento de los TCR del resto de los países no analizados en el cuerpo principal del trabajo. Lo que hacemos para cada país es observar la evolución de su moneda respecto de los precios internos en el eje izquierdo, y la evolución de sus precios promedio de exportación en el eje derecho.

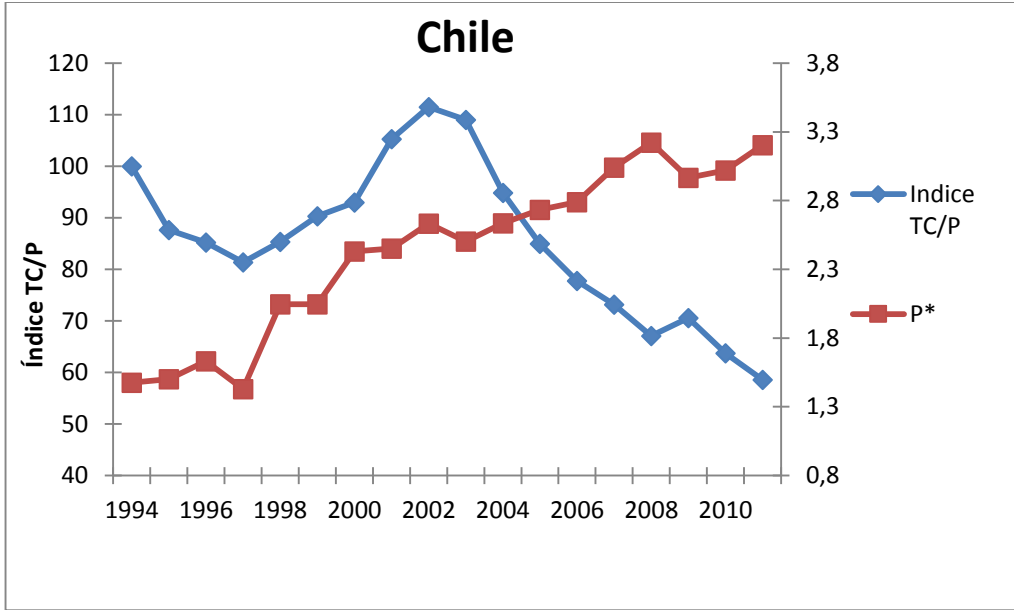
- Alemania



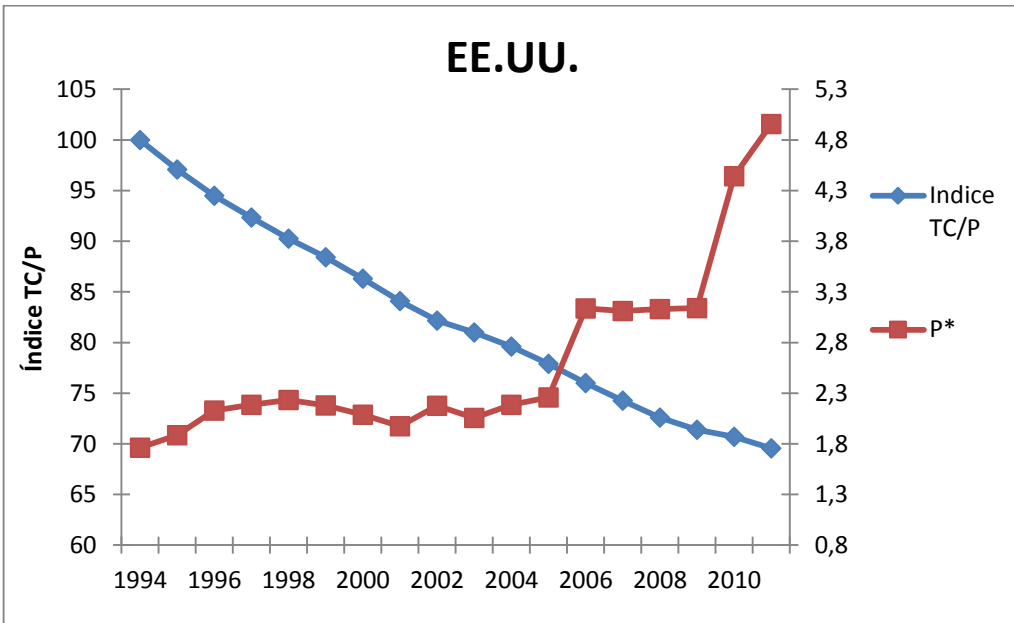
- Argentina



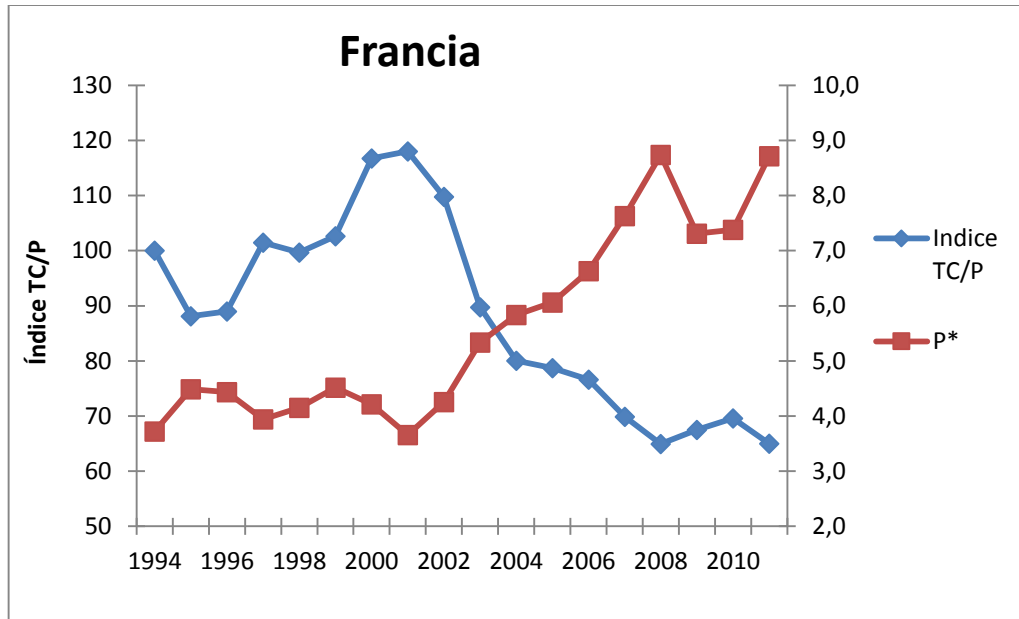
- Chile



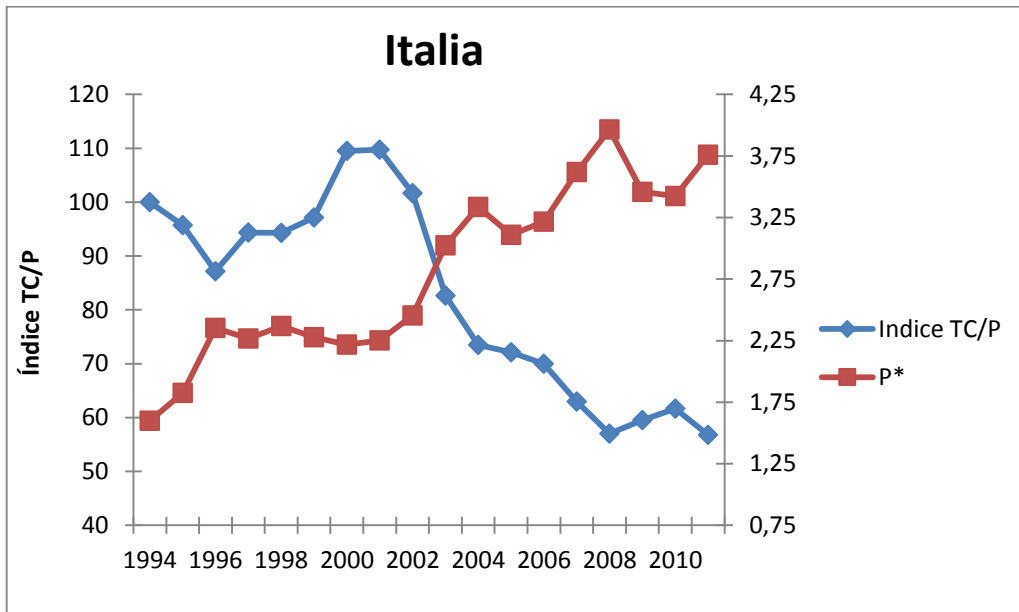
- Estados Unidos



- Francia



- Italia



El patrón que claramente podemos observar forma una figura similar a una cruz, haciendo referencia a que las monedas de todos los países muestran una tendencia bajista, ya que se aprecian en términos reales, es decir, los tipos de cambio se van rezagando respecto de los precios internos; mientras que el precio promedio de exportación de todos los países ha ido en aumento, gracias a la mayor demanda mundial y sobre todo en el segmento de precios altos. El hecho que queremos destacar es que es el mismo dólar, moneda de referencia utilizada durante todo el análisis de este trabajo, el que ha ido perdiendo valor durante todo el período debido al incremento de los precios en dólares (por ello la serie del gráfico de EE.UU. es descendente), es decir, el dólar cada vez vale

menos a medida que pasan los años del período analizado. Como el dólar pierde valor, la contrapartida es que las otras monedas incrementan su valor y se van apreciando respecto al dólar, lo que va complicando su competitividad, lo que se ve evidenciado en las caídas de todos los índices de TC/P. El resultado es que EE.UU. gana la guerra de divisas incrementando su competitividad, mientras que el resto de las monedas se aprecian perdiendo competitividad.

## Anexo 2: Conversión de monedas de países del VM al euro

Antes de la circulación oficial del euro como moneda común en la Unión Europea, que fue introducido oficialmente a partir del 1º de enero de 1999, cada país tenía su propia moneda. Para la construcción de los TCR de cada país del VM, necesitamos, por definición, el tipo de cambio nominal de cada uno respecto del dólar. Pero como antes de la introducción del euro cada país se manejaba con su moneda lo que hicimos anteriormente a 1999 (de 1994 a 1998) fue tomar el tipo de cambio nominal promediado anualmente de la moneda correspondiente a cada país respecto del dólar, y luego dividirlo en cada año por la equivalencia oficial que se tomó para cada moneda respecto al euro a partir de 1999. Entonces lo que obtuvimos en cada año previo a la introducción del euro fue la equivalencia de la moneda de cada país en término de euros por dólar. Matemáticamente, lo que hicimos tomando como ejemplo la lira italiana fue:

$$\frac{\frac{\text{Lira}}{\text{dólar}}}{\frac{\text{lira}}{\text{euro}}} = \frac{\text{euro}}{\text{dólar}}$$

En el numerador tenemos el tipo de cambio entre la lira italiana y el dólar previo a la introducción del euro; en el denominador tenemos el cambio al que se introdujo el euro en Italia respecto de la lira, determinado por el Banco Central Europeo. El resultado es que obtenemos toda la serie anterior a la introducción del euro expresada en euros por dólares estadounidenses, lo que nos permite unirla con la serie euro/dólar que se extiende desde 1999 al 2011, y que es común a todos los países de la UE. A continuación presentamos los resultados obtenidos para cada país de la UE estudiado en este trabajo.

- Alemania: Marco Alemán

	Marco/u\$s	Marco/euro	euro/u\$s
1994	1,62	1,96	0,83
1995	1,43		0,73
1996	1,50		0,77
1997	1,73		0,89
1998	1,76		0,90

- España: Peseta Española



	Franco/u\$s	Franco/euro	euro/u\$s
1994	133,87	166,39	0,80
1995	124,68		0,75
1996	126,62		0,76
1997	146,47		0,88
1998	149,35		0,90

- Francia: Franco Francés

	Franco/u\$s	Franco/euro	euro/u\$s
1994	5,55	6,56	0,85
1995	4,99		0,76
1996	5,11		0,78
1997	5,84		0,89
1998	5,90		0,90

- Italia: Lira Italiana

	Lira/u\$s	Lira/euro	euro/u\$s
1994	1611,75	1936,27	0,83
1995	1628,91		0,84
1996	1542,97		0,80
1997	1703,43		0,88
1998	1736,24		0,90

### Anexo 3: tablas de la base de datos

País		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ARGENTINA	Fracc.	230.916	277.397	424.158	764.681	821.192	684.627	527.940	515.020	388.338	904.406	1.118.911	1.382.309	1.558.525	1.850.147	2.054.344	2.118.562	2.230.555	2.071.630
	Espum.	2.914	3.869	2.990	3.697	5.819	9.210	30.160	18.089	16.127	17.124	20.229	26.828	32.469	28.205	41.763	39.722	46.135	49.214
	Total fracc.	233.830	281.266	427.148	768.378	827.011	693.837	558.100	533.109	404.465	921.530	1.139.140	1.409.137	1.590.994	1.878.352	2.096.107	2.158.284	2.276.690	2.120.844
	Granel	97.100	1.898.398	954.223	598.044	457.422	289.519	1.606	1.566	6.810	9.671	4.226	7.156	13.156	17.081	20.331	39.722	46.135	990.973
	Total	330.930	2.179.664	1.381.371	1.366.422	1.284.433	983.356	559.706	534.675	411.275	931.201	1.143.366	1.416.293	1.604.150	1.895.433	2.116.438	2.198.006	2.322.825	3.111.816
CHILE	Fracc.	833.630	1.060.204	1.470.071	2.348.020	2.151.525	0	2.101.255	2.319.170	2.100.244	2.402.617	2.760.122	2812639,4	3.064.951	3.644.347	3.704.508	3.953.833	4.329.572	4.668.844
	Espum.	38.572	46.821	61.012	67.557	29.120	0	10.816	10.688	5.229	7.934	11323,4	13.747	15.565	19.405	27.279	24.385	33.399	37.969
	Total fracc.	872.202	1.107.025	1.531.082	2.415.577	2.180.645	2.253.421	2.112.072	2.329.858	2.105.474	2.410.551	2.771.445	2.826.386	3.080.515	3.663.752	3.731.787	3.978.219	4.362.972	4.706.813
	Granel	312.295	315.484	502.592	802.080	508.961	862.463	862.463	973.172	717.233	1.559.715	1.910.442	1.325.254	1.633.183	2.401.654	2.136.579	2.939.188	2936182	1.916.462
	Total	1.184.497	1.422.509	2.033.675	3.217.657	2.689.605	3.115.883	2.974.535	3.303.030	2.822.707	3.970.266	4.681.887	4.151.640	4.713.698	6.065.407	5.868.366	6.917.406	7.299.154	6.623.275
Expo Aus	Fracc.	1.400.819	1.486.502	1.944.739	2.270.352	2.705.404	3.540.882	2.645.072	3.115.886	3.833.972	4.341.154	5.127.268	5.231.159	5.446.046	5.714.666	5.129.987	4.588.145	4.291.042	3.616.431
	Espum.	94.399	107.194	128.667	115.928	128.094	188801,2	75.951	69.903	80.863	92.725	115.206	133.487	156568,4	166.415	147.845	143.963	148.465	157.711
	Total fracc.	1.495.219	1.593.696	2.073.406	2.386.281	2.833.498	3.729.683	2.721.023	3.185.789	3.914.834	4.433.879	5.242.474	5.364.646	5.602.614	5.881.080	5.277.832	4.732.108	4.439.507	3.774.142
	Granel	354.778	252.371	268.368	316.040	312.474	380.205	387.828	575.746	800.012	930.793	1.218.740	1.591.801	2.020.169	1.937.581	1.732.667	2.987.378	3.555.102	3.430.947
	Total	1.849.997	1.846.067	2.341.774	2.702.320	3.145.972	4.109.888	3.108.851	3.761.535	4.714.846	5.364.673	6.461.213	6.956.447	7.622.784	7.818.661	7.010.499	7.719.486	7.994.610	7.205.089
EE.UU.	Fracc.	719.387	894.949	1.144.087	1.437.581	1.902.167	2.025.887	2.275.745	2.317.425	2.200.333	2.678.156	2.974.786	2.270.853	2.218.547	2.354.070	2.418.433	2.063.035	1.952.598	2.196.219
	Espum.	116.332	112.163	123.551	166.025	217.883	182.266	137.742	110.639	83.156	108.969	94.885	90.414	61.238	68.020	72.302	86.313	45.512	50.551
	Total fracc.	835.718	1.007.112	1.267.638	1.603.606	2.120.050	2.208.152	2.413.488	2.428.064	2.283.489	2.787.125	3.069.671	2.361.267	2.279.785	2.422.090	2.490.735	2.149.348	1.998.110	2.246.770
	Granel	342.191	321.621	347.175	436.878	400.077	415.813	355.939	403.807	378.899	506.173	804.150	1.097.784	1.480.754	1.809.088	2.147.438	1.824.617	2.010.427	1.963.628
	Total	1.177.909	1.328.733	1.614.813	2.040.484	2.520.127	2.623.965	2.769.426	2.831.871	2.662.388	3.293.298	3.873.821	3.459.052	3.760.539	4.231.178	4.638.173	3.973.965	4.008.537	4.210.398
Sudáfrica	Fracc.							1.024.453	1.132.694	1.548.688	1.562.186	1.662.070	2.331.171	1.510.075	2.347.240	1.944.733	2.185.803	1.842.857	1.601.095
	Espum.	9.615,97	8.067,08					15.279	15.006	24.749	26.509	20.724	22.240	20.741	46.105	44.814	97.269	79.894	78.852
	Total fracc.				656.689,51	715.683,47	826.247,31	1.039.732	1.147.700	1.573.436	1.588.695	1.682.794	2.353.410	1.530.816	2.393.346	1.989.547	2.283.071	1.922.751	1.679.946
	Granel				443.737,91	458.552,90	451.436,09	507.224	503.595	530.880	740.546	930.703	1.139.250	1.193.041	2.605.343	2.338.339	2.185.803	2.000.091	2.059.588
	Total	506.918,08	728.070,07	999.000,00	1.100.427,42	1.174.236,37	1.277.683,40	1.546.956	1.651.295	2.104.316	2.329.240	2.613.497	3.492.660	2.723.856	4.998.689	4.327.886	4.468.874	3.922.843	3.739.535
Nuevo Mundo	Fracc. NM	3.184.752	3.719.051	4.983.055	6.820.635	7.580.288	6.251.396	8.574.465	9.400.195	10.071.575	11.888.519	13.643.157	14.028.131	13.798.143	15.910.471	15.252.005	14.909.378	14.646.625	14.154.218
	Total esp. NM	261.833	278.115	316.219	353.207	380.915	380.277	269.949	224.325	210.123	253.261	262.367	286.715	286.581	328.150	334.003	391.653	353.406	374.297
	Total fracc. NM	3.436.969	3.989.099	5.299.274	7.830.531	8.676.887	9.711.340	8.844.414	9.624.519	10.281.698	12.141.780	13.905.524	14.314.846	14.084.724	16.238.621	15.586.008	15.301.030	15.000.031	14.528.515
	Total Granel NM	1.106.364	2.787.875	2.072.358	2.596.779	2.137.487	2.399.436	2.115.060	2.457.885	2.433.834	3.746.898	4.868.261	5.161.246	6.340.304	8.770.748	8.375.354	9.976.707	10.547.937	10.361.598
	NM	4.543.333	6.776.973	7.371.632	10.427.310	10.814.374	12.110.776	10.959.474	12.082.405	12.715.531	15.888.678	18.773.784	19.476.092	20.425.028	25.009.369	23.961.362	25.277.738	25.547.968	24.890.113

Tabla 1. HI exportados por el NM

Miles de US\$		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ARGENTINA	Fracc.	26.385	28.784	46.034	84.008	118.112	110.462	125.305	123.394	100.184	139.603	193.101	258.425	318.744	418.310	523.506	565.599	669.783	723.081
	Espum.	997	1.422	1.072	1.548	2.582	4.592	10.180	6.373	6.298	5.001	6.287	8.670	10.458	10.638	16.832	15.112	17.591	22.202
	Total fracc.	27.382	30.207	47.106	85.556	120.695	115.054	135.485	129.767	106.482	144.604	199.387	267.095	329.202	428.948	540.338	580.711	687.374	745.283
	Granel	6.802	43.619	34.671	42.693	45.124	28.648	11.740	10.639	17.646	17.646	19.306	27.803	41.030	54.906	78.661	33.975	37.583	88.879
	Total	34.184	73.825	81.777	128.249	165.818	143.703	147.225	140.406	124.128	162.250	218.693	294.898	370.232	483.854	618.999	614.686	724.957	834.161
CHILE	Fracc.	118.824	154.368	233.446	325.560	430.673	443.947	498.984	555.651	541.826	589.417	713.455	754.785	839.212	1.090.404	1.174.299	1.150.331	1.282.422	1.470.194
	Espum.	5.439	6.241	8.728	7.774	4.434	5.682	3.651	3.765	2.042	2.098	3.016	3.781	4.597	5.754	9.887	9.569	12.995	14.660
	Total fracc.	124.263	160.609	242.174	333.334	435.107	449.629	502.635	559.417	543.868	591.516	716.471	758.566	843.809	1.096.159	1.184.185	1.159.899	1.295.418	1.484.854
	Granel	19.347	21.180	51.568	90.656	75.315	74.023	74.187	85.593	62.963	80.270	119.188	116.155	117.049	157.297	186.579	213.986	245.685	198.332
	Total	143.609	181.789	293.742	423.990	510.422	523.652	576.821	645.010	606.830	671.786	835.659	874.721	960.858	1.253.456	1.370.764	1.373.885	1.541.103	1.683.186
AUSTRALIA	Fracc.	14.375	264.360	379.557	477.619	558.120	723.851	837.393	921.657	1.167.266	1.415.144	1.819.282	1.883.940	1.828.843	2.201.758	1.853.788	1.493.880	1.533.383	1.409.543
	Espum.	236.426	16.805	22.794	23.080	22.745	31.766	22.872	23.048	26.941	34.426	47.953	58.724	72.970	73.415	70.901	59.382	68.652	73.734
	Total fracc.	250.801	281.165	402.351	500.699	580.865	755.617	860.264	944.705	1.194.207	1.449.569	1.867.235	1.942.663	1.901.813	2.275.173	1.924.689	1.553.262	1.602.035	1.483.277
	Granel	29.717	24.981	28.131	33.597	29.765	38.129	37.000	52.240	79.055	88.814	130.393	167.033	182.543	186.128	188.009	248.797	306.725	327.135
	Total	280.518	306.146	430.482	534.297	610.630	793.747	897.264	996.946	1.273.262	1.538.383	1.997.629	2.109.697	2.084.356	2.461.301	2.112.697	1.802.060	1.908.760	1.810.412
EE.UU.	Fracc.	126.656	167.542	245.059	319.185	432.766	444.262	472.151	451.263	471.674	542.622	641.605	508.012	690.159	720.943	744.953	636.236	847.916	1.063.938
	Espum.	16.343	17.301	18.498	23.229	30.121	26.189	19.290	16.086	13.806	16.577	13.587	13.470	13.306	20.440	22.116	27.780	29.877	38.724
	Total fracc.	142.999	184.843	263.557	342.413	462.887	470.451	491.441	467.349	485.480	559.199	655.192	521.482	703.465	741.383	767.069	664.015	877.794	1.102.661
	Granel	35.972	38.934	40.933	52.218	49.252	48.470	39.155	46.653	41.564	50.759	90.064	97.841	129.912	161.469	195.103	211.991	224.712	240.509
	Total	178.970	223.777	304.490	394.631	512.140	518.921	530.596	514.002	527.045	609.957	745.256	619.323	833.377	902.852	962.172	876.006	1.102.505	1.343.171
Sudáfrica	Fracc.							210.520	199.493	252.741	349.576	433.537	480.828	407.235	518.422	552.361	512.566	549.316	498.436
	Espum.							4.223	2.800	4.136	7.051	7.024	7.812	8.693	12.383	17.953	23.738	31.100	32.224
	Total fracc.							214.743	202.293	256.877	356.627	440.561	488.640	415.928	530.805	570.313	536.304	580.416	530.659
	Granel							28.363	27.789	29.066	61.965	94.789	106.711	104.536	138.953	186.224	174.684	202.637	221.243
	Total							243.106	230.082	285.943	418.592	535.350	595.351	520.463	669.758	756.538	710.988	783.053	751.902
Nuevo Mundo	Fracc. NM	286.239	615.055	904.096	1.206.371	1.539.671	1.722.522	2.144.352	2.251.459	2.533.691	3.036.363	3.800.981	3.885.989	4.084.192	4.949.837	4.848.907	4.358.612	4.882.821	5.165.191
	Total esp. NM	259.205	41.769	51.092	55.632	59.883	68.229	60.216	52.073	53.223	65.152	77.866	92.457	110.024	122.630	137.688	135.580	160.216	181.543
	Total fracc. NM	545.444	656.824	955.189	1.262.003	1.599.554	1.790.752	2.204.568	2.303.531	2.586.914	3.101.515	3.878.847	3.978.446	4.194.216	5.072.468	4.986.594	4.494.192	5.043.037	5.346.734
	Total Granel NM	91.837	128.714	155.303	219.163	199.456	189.271	190.444	222.914	230.294	299.454	453.740	515.543	575.070	698.753	834.576	883.433	1.017.342	1.076.098
	TOTAL NM	637.282	785.537	1.110.492	1.481.166	1.799.010	1.980.022	2.395.012	2.526.446	2.817.209	3.400.968	4.332.587	4.493.989	4.769.286	5.771.221	5.821.170	5.377.625	6.060.379	6.422.832

Tabla 2. Valor FOB exportación NM (en miles de dólares)

HI		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Italia	Fracc.	5.722.232	6.283.151	6.290.478	6.885.932	7.400.609	7.931.109	8.011.123	8.448.070	8.776.485	8.355.690	8.901.095	10.167.560	10.500.691	11.055.312	10.972.283	11.401.978	12.125.225	12.914.875
	Espum.	2.356.127	1.924.514	1.133.879	978.994	938.337	1.151.795	715.823	807.425	884.996	848.806	817.313	878.222	969.537	1.115.749	1.335.614	1.380.698	1.631.411	1.810.364
	Total fracc.	8.078.360	8.207.666	7.424.357	7.864.926	8.338.946	9.082.903	8.726.945	9.255.495	9.661.481	9.204.496	9.718.408	11.045.782	11.470.228	12.171.062	12.307.897	12.782.676	13.756.635	14.725.239
	Granel	8.904.768	9.368.368	6.572.947	6.585.134	7.406.222	10.246.178	8.586.879	6.344.674	5.686.124	8.355.690	4.206.991	4.720.398	6.622.626	6.434.911	5.588.833	6.536.364	7.442.524	8.257.718
	Total	16.983.128	17.576.034	13.997.304	14.450.060	15.745.168	19.329.081	17.313.824	15.600.168	15.347.605	17.560.186	13.925.399	15.766.180	18.092.855	18.605.972	17.896.730	19.319.040	21.199.160	22.982.957
Francia	Fracc.	8.404.753	8.177.021	8.765.409	10.947.676	11.797.260	10.906.501	10.061.525	11.223.320	10.770.102	10.407.000	9.922.499	9.592.216	9.818.910	10.097.610	9.538.815	8.764.613	9.436.785	9.922.160
	Espum.	1.339.662	1.146.923	1.101.823	1.205.453	1.471.185	1.727.092	1.137.898	1.122.891	1.196.656	1.258.346	1.299.153	1.322.386	1.470.471	1.569.937	1.509.828	1.272.229	1.485.291	1.101.705
	Total fracc.	9.744.415	9.323.944	9.867.233	12.153.129	13.268.445	12.633.593	11.199.423	12.346.211	11.966.757	11.665.346	11.221.652	10.914.601	11.289.381	11.667.547	11.048.643	10.036.842	10.922.076	11.023.865
	Granel	2.741.844	2.945.256	3.784.815	4.204.500	4.096.228	4.321.845	3.646.413	3.441.429	3.391.504	3.350.693	2.988.997	2.918.830	3.351.990	3.503.637	2.638.784	2.487.372	2.565.175	2.762.286
	Total	12.486.259	12.269.200	13.652.048	16.357.630	17.364.673	16.955.439	14.845.836	15.787.639	15.358.261	15.016.039	14.210.649	13.833.431	14.641.371	15.171.184	13.687.427	12.524.214	13.487.251	13.786.151
España	Fracc.	2.654.914	2.843.942	3.125.820	3.771.710	4.127.265	4.026.829	3.776.910	4.382.441	4.507.889	4.541.804	4.788.307	5.002.102	5.252.102	5.513.433	5.958.173	5.347.070	7.658.126	7.712.709
	Espum.	405.844	487.559	587.710	683.079	725.023	238.201	716.208	796.775	874.677	1.040.508	1.074.050	1.087.458	1.077.458	1.168.709	1.442.366	1.385.135	1.286.781	1.452.379
	Total fracc.	3.060.758	3.331.501	3.713.530	4.454.789	4.852.288	4.265.030	4.493.118	5.179.216	5.382.567	5.582.313	5.862.358	6.089.560	6.329.560	6.682.142	7.400.539	6.732.204	8.944.907	9.165.089
	Granel	4.690.698	2.930.286	3.074.356	4.872.170	6.244.154	1.589.465	4.052.495	4.892.156	4.511.391	6.630.070	8.374.179	7.795.822	7.785.822	8.173.358	10.501.726	7.878.882	9.323.411	12.666.173
	Total	7.751.456	6.261.786	6.787.886	9.326.959	11.096.442	9.308.000	8.545.613	10.071.372	9.893.957	12.212.383	14.236.537	13.885.382	14.115.382	14.855.499	17.902.265	14.611.086	18.268.318	21.831.261
Alemania	Fracc.	1.993.515	2.137.372	2.125.923	1.940.065	1.899.605	1.901.210	1.974.591	1.974.922	1.967.444	2.128.185	2.125.111	2.269.376	2.463.174	2.624.179	2.769.791	2.728.766	3.098.785	3.250.769
	Espum.	533.364	241.146	185.060	114.039	113.656	161.733	132.661	124.736	125.160	121.679	123.565	144.502	213.573	260.465	217.170	240.982	275.887	315.441
	Total fracc.	2.526.879	2.378.518	2.310.984	2.054.104	2.013.261	2.062.943	2.107.252	2.099.658	2.092.604	2.249.864	2.248.676	2.413.878	2.676.747	2.884.643	2.986.961	2.969.748	3.374.672	3.566.210
	Granel	386.105	277.098	251.085	257.840	258.577	271.723	306.133	316.973	363.751	452.452	460.530	483.717	519.814	559.861	592.730	528.035	477.651	576.315
	Total	2.912.984	2.655.616	2.562.069	2.311.944	2.271.838	2.334.666	2.413.385	2.416.631	2.456.355	2.702.316	2.709.206	2.897.595	3.196.560	3.444.504	3.579.691	3.497.783	3.852.323	4.142.525
Viejo Mundo	Fracc. VM	18.775.414	19.441.486	20.307.631	23.545.383	25.224.738	24.765.648	23.824.148	26.028.753	26.021.919	25.432.679	25.737.013	27.031.255	28.034.878	29.290.533	29.239.061	28.242.426	32.318.920	33.800.514
	Total esp. VM	4.634.997	3.800.142	3.008.472	2.981.566	3.248.201	3.278.821	2.702.590	2.851.827	3.081.489	3.269.340	3.314.081	3.432.567	3.731.038	4.114.860	4.504.978	4.279.043	4.679.370	4.679.889
	Total fracc. VM	23.410.412	23.241.628	23.316.103	26.526.948	28.472.939	28.044.469	26.526.739	28.880.580	29.103.408	28.702.018	29.051.094	30.463.822	31.765.916	33.405.393	33.744.040	32.521.470	36.998.291	38.480.403
	Total Granel VM	16.723.416	15.521.008	13.683.204	15.919.644	18.005.180	16.429.211	16.591.920	14.995.232	13.952.770	18.788.905	16.030.697	15.918.766	18.280.252	18.671.766	19.322.073	17.430.654	19.808.761	24.262.492
	VM	40.133.827	38.762.636	36.999.307	42.446.592	46.478.120	44.473.680	43.118.659	43.875.812	43.056.178	47.490.924	45.081.791	46.382.588	50.046.168	52.077.159	53.066.113	49.952.123	56.807.052	62.742.895

Tabla 3. HI exportados por el VM

Miles de US\$		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Italia	Fracc.	956.932	1.180.059	1.505.358	1.560.719	1.754.182	1.826.488	1.767.421	1.900.916	2.164.439	2.520.508	2.934.400	3.103.044	3.301.221	3.856.637	4.203.967	3.878.305	4.121.557	4.772.696
	Espum.	333.548	318.023	240.738	222.744	221.128	242.419	166.678	181.729	207.166	262.003	306.052	332.165	388.507	548.367	675.340	540.791	588.565	763.833
	Total fracc.	1.290.480	1.498.082	1.746.096	1.783.464	1.975.310	2.068.906	1.934.099	2.082.645	2.371.605	2.782.511	3.240.452	3.435.209	3.689.727	4.405.004	4.879.307	4.419.097	4.710.122	5.536.528
	Granel	345.168	470.292	393.637	314.065	386.745	456.785	320.365	236.373	239.186	248.997	289.454	270.742	340.478	425.392	487.676	441.854	437.120	543.822
	Total	1.635.649	1.968.374	2.139.733	2.097.529	2.362.054	2.525.692	2.254.465	2.319.018	2.610.791	3.031.509	3.529.906	3.705.952	4.030.206	4.830.396	5.366.983	4.860.951	5.147.242	6.080.351
Francia	Fracc.	2.379.104	2.787.126	2.985.578	3.383.072	3.828.607	3.630.366	3.204.286	3.207.619	3.518.885	4.220.591	4.232.510	4.154.369	4.639.137	5.462.926	6.154.976	4.900.930	5.251.255	6.385.432
	Espum.	1.247.208	1.399.744	1.389.458	1.405.702	1.680.857	2.076.689	1.513.565	1.305.273	1.574.276	2.004.691	2.313.905	2.459.112	2.844.797	3.435.470	3.498.474	2.433.970	2.811.033	3.220.824
	Total fracc.	3.626.312	4.186.870	4.375.037	4.788.774	5.509.464	5.707.055	4.717.851	4.512.892	5.093.161	6.225.282	6.546.415	6.613.481	7.483.935	8.898.396	9.653.450	7.334.900	8.062.288	9.606.256
	Granel	310.652	378.305	410.282	391.133	392.795	388.683	302.910	274.282	296.293	376.207	369.777	347.129	345.305	380.124	406.194	355.161	324.259	366.637
	Total	3.936.964	4.565.175	4.785.319	5.179.907	5.902.259	6.095.738	5.020.761	4.787.173	5.389.453	6.601.489	6.916.192	6.960.610	7.829.240	9.278.520	10.059.644	7.690.061	8.386.547	9.972.892
España	Fracc.	496.082	623.263	719.465	759.352	822.041	853.842	736.566	810.559	880.554	1.047.202	1.184.016	1.228.522	1.319.831	1.556.949	1.693.063	1.504.351	1.594.659	1.886.091
	Espum.	112.448	150.566	195.963	211.722	224.787	312.794	210.184	219.570	239.583	302.133	344.511	360.300	349.523	497.368	641.604	520.649	483.679	545.925
	Total fracc.	608.530	773.829	915.428	971.074	1.046.828	1.166.636	946.749	1.030.128	1.120.137	1.349.335	1.528.527	1.588.822	1.669.355	2.054.317	2.334.667	2.025.000	2.078.338	2.432.016
	Granel	197.187	178.191	188.102	217.516	271.009	239.251	182.646	178.348	164.769	281.608	372.355	327.455	323.575	405.214	520.649	656.878	777.311	606.126
	Total	805.717	952.020	1.103.530	1.188.590	1.317.837	1.405.887	1.129.396	1.208.477	1.284.906	1.630.944	1.900.882	1.916.278	1.992.929	2.459.531	2.855.316	2.681.877	2.855.649	3.038.142
Alemania	Fracc.	336.669	415.720	430.162	368.226	377.997	349.873	288.860	308.581	341.671	449.638	489.928	559.365	657.261	797.938	905.133	807.953	930.843	1.104.549
	Espum.	78.087	51.156	44.783	36.768	44.926		33.938	38.177	46.944	43.406	43.356	62.446	77.056	102.353	107.773	120.890	133.515	149.848
	Total fracc.	414.756	466.876	474.945	404.994	422.923	349.873	322.798	346.758	388.615	493.044	533.284	621.811	734.317	900.291	1.012.906	928.843	1.064.358	1.254.398
	Granel	33.583	31.945	31.883	28.826	28.899	28.191	26.249	24.470	32.167	48.865	59.240	67.480	81.521	92.952	110.450	91.895	73.666	103.173
	Total	448.339	498.821	506.828	433.820	451.822	378.063	349.047	371.228	420.782	541.909	592.524	689.291	815.838	993.243	1.123.356	1.020.738	1.138.024	1.357.571
Viejo Mundo	Fracc. VM	4.168.787	5.006.168	5.640.564	6.071.369	6.782.826	6.660.568	5.997.133	6.227.674	6.905.549	8.237.939	8.840.854	9.045.301	9.917.450	11.674.450	12.957.139	11.091.540	11.898.314	14.148.768
	Total esp. VM	1.771.291	1.919.489	1.870.942	1.876.936	2.171.699	2.631.901	1.924.365	1.744.749	2.067.968	2.612.234	3.007.824	3.214.023	3.659.883	4.583.558	4.923.190	3.616.300	4.016.793	4.680.430
	Total fracc. VM	5.940.077	6.925.657	7.511.506	7.948.306	8.954.525	9.292.470	7.921.498	7.972.423	8.973.517	10.850.173	11.848.678	12.259.324	13.577.334	16.258.008	17.880.330	14.707.839	15.915.107	18.829.197
	Total Granel VM	886.591	1.058.733	1.023.904	951.540	1.079.448	1.112.910	832.171	713.473	732.414	955.678	1.090.826	1.012.806	1.090.879	1.303.682	1.524.969	1.545.788	1.612.355	1.619.758
	TOTAL VM	6.826.668	7.984.390	8.535.411	8.899.846	10.033.973	10.405.380	8.753.669	8.685.896	9.705.932	11.805.850	12.939.504	13.272.130	14.668.213	17.561.690	19.405.299	16.253.628	17.527.462	20.448.955

Tabla 4. Valor Fob exportación VM (en miles de dólares)

## Anexo 4: Tablas TCR

- Alemania

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	101,69	103,18	105,19	106,15	107,71	109,25	111,43	113,02	114,16	116,07	117,87	119,73	122,48	125,68	126,20	127,58	130,22
TC	0,83	0,73	0,77	0,89	0,90	0,94	1,09	1,12	1,06	0,89	0,80	0,81	0,80	0,73	0,68	0,72	0,76	0,72
TC/P	0,0083	0,0072	0,0075	0,0084	0,0085	0,0087	0,0099	0,0100	0,0094	0,0078	0,0069	0,0068	0,0067	0,0060	0,0054	0,0057	0,0059	0,0055
Indice TC/P	100,00	86,90	89,88	101,66	102,17	105,18	119,85	120,93	113,19	93,55	83,61	82,36	80,29	71,95	65,58	68,70	71,45	66,60
P*	1,64	1,96	2,06	1,97	2,10	1,70	1,53	1,65	1,86	2,19	2,37	2,58	2,74	3,12	3,39	3,13	3,15	3,52
TCR (P*x TC/P)	0,014	0,014	0,015	0,017	0,018	0,015	0,015	0,017	0,017	0,017	0,016	0,018	0,018	0,019	0,018	0,018	0,019	0,019
Indice TCR	100	103,92	112,54	122,12	130,76	108,68	111,85	121,67	128,07	124,90	120,80	129,26	134,19	136,81	135,48	130,91	137,29	142,71

- Argentina

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	103,40	103,50	104,02	105,05	103,81	104,43	102,99	133,26	154,89	162,20	174,36	192,69	226,98	284,04	328,73	403,50	499,07
TC	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,09	2,92	2,94	2,92	3,07	3,11	3,16	3,73	3,91	4,13
TC/P	0,0100	0,0097	0,0097	0,0096	0,0095	0,0096	0,0096	0,0097	0,0232	0,0188	0,0181	0,0168	0,0159	0,0137	0,0111	0,0113	0,0097	0,0083
Indice TC/P	100,00	96,71	96,62	96,14	95,20	96,33	95,76	97,10	231,56	188,38	181,17	167,52	159,47	137,20	111,20	113,37	96,88	82,66
P*	1,17	1,07	1,10	1,11	1,46	1,66	2,43	2,43	2,63	1,57	1,75	1,90	2,07	2,28	2,58	2,69	3,02	3,54
TCR (P*x TC/P)	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,06	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Indice TCR	100	88,70	90,99	91,41	118,64	136,41	198,51	201,84	520,58	252,43	270,79	271,15	281,78	267,55	244,78	260,48	249,79	249,87

- Australia



Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	104,63	107,36	107,61	108,53	110,14	115,05	120,12	123,70	127,08	130,06	133,56	138,31	141,53	147,69	150,30	154,69	159,80
TC	1,36	1,35	1,27	1,36	1,59	1,55	1,74	1,95	1,83	1,52	1,36	1,31	1,32	1,19	1,17	1,25	1,09	0,96
TC/P	0,0136	0,0129	0,0119	0,0126	0,0147	0,0141	0,0151	0,0162	0,0148	0,0120	0,0104	0,0098	0,0095	0,0084	0,0079	0,0083	0,0070	0,0060
Indice TC/P	100,00	94,95	87,20	92,58	107,70	103,56	110,83	119,26	108,75	87,93	76,70	72,31	70,13	61,56	58,34	61,19	51,62	44,17
P*	1,68	1,76	1,94	2,10	2,05	2,03	2,35	2,97	3,05	3,27	3,56	3,62	3,39	4,06	3,65	3,28	3,61	4,30
TCR (P*xTC/P)	167,74	167,52	169,21	194,26	220,78	209,80	260,45	353,64	331,74	287,48	273,19	261,87	238,05	249,94	212,77	200,86	186,28	189,88
Indice TCR	100,00	99,87	100,88	115,81	131,62	125,08	155,27	210,83	197,77	171,39	162,87	156,12	141,92	149,01	126,85	119,75	111,05	113,20

- Chile

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	107,55	115,09	122,64	128,30	133,96	137,74	143,40	147,17	150,94	152,83	156,60	162,26	169,81	184,91	188,68	190,57	196,23
TC	420,00	396,00	412,00	419,00	460,00	508,00	538,00	634,00	689,00	691,00	609,00	559,00	530,00	522,00	521,00	559,00	510,00	483,00
TC/P	4,2000	3,6821	3,5797	3,4165	3,5853	3,7921	3,9060	4,4213	4,6817	4,5779	3,9848	3,5695	3,2663	3,0740	2,8177	2,9627	2,6762	2,4614
Indice TC/P	100,00	87,67	85,23	81,34	85,36	90,29	93,00	105,27	111,47	109,00	94,88	84,99	77,77	73,19	67,09	70,54	63,72	58,61
P*	1,42	1,45	1,58	1,38	2,00	2,00	2,38	2,40	2,58	2,45	2,59	2,68	2,74	2,99	3,17	2,92	2,97	3,15
TCR (P*xTC/P)	5,98	5,34	5,66	4,71	7,15	7,57	9,30	10,62	12,09	11,23	10,30	9,58	8,95	9,20	8,94	8,64	7,95	7,77
Índice TCR	100	89,28	94,62	78,79	119,55	126,45	155,35	177,41	202,10	187,73	172,16	160,10	149,52	153,70	149,42	144,36	132,79	129,77

- España

TC	0,80	0,75	0,76	0,88	0,90	0,94	1,09	1,12	1,06	0,89	0,80	0,81	0,80	0,73	0,68	0,72	0,76	0,72
TC/P	0,0080	0,0072	0,0070	0,0080	0,0080	0,0082	0,0091	0,0091	0,0083	0,0067	0,0059	0,0057	0,0055	0,0049	0,0044	0,0046	0,0048	0,0044
Indice TC/P	100,00	88,97	87,25	98,97	99,09	101,40	113,29	112,54	103,23	83,67	73,81	71,42	68,32	60,92	54,74	57,75	59,64	54,99
P*	1,99	2,32	2,47	2,18	2,16	2,74	2,11	1,99	2,08	2,42	2,61	2,61	2,64	3,07	3,15	3,01	2,32	2,65
TCR (P*xTC/P)	0,016	0,017	0,017	0,017	0,017	0,022	0,019	0,018	0,017	0,016	0,015	0,015	0,014	0,015	0,014	0,014	0,011	0,012
Indice TCR	100	103,95	108,18	108,51	107,52	139,51	120,07	112,59	108,05	101,72	96,80	93,72	90,63	94,21	86,86	87,37	69,70	73,39

- Estados Unidos

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	103,00	105,81	108,31	110,80	113,10	115,85	118,91	121,73	123,45	125,62	128,37	131,57	134,65	137,75	140,09	141,43	143,78
TC	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
TC/P	0,0100	0,0097	0,0095	0,0092	0,0090	0,0088	0,0086	0,0084	0,0082	0,0081	0,0080	0,0078	0,0076	0,0074	0,0073	0,0071	0,0071	0,0070
Indice TC/P	100,00	97,08	94,50	92,33	90,25	88,42	86,32	84,09	82,15	81,00	79,60	77,90	76,01	74,27	72,60	71,38	70,71	69,55
P*	1,71	1,84	2,08	2,14	2,18	2,13	2,04	1,92	2,13	2,01	2,13	2,21	3,09	3,06	3,08	3,09	4,39	4,91
TCR (P* $\times$ TC/P)	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03
Indice TCR	100	104,14	114,83	115,22	115,17	110,09	102,72	94,60	102,08	94,98	99,30	100,54	137,07	132,85	130,66	128,89	181,54	199,49

- Francia

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	102,10	103,63	103,74	106,64	108,24	109,97	111,95	114,30	116,70	118,92	120,94	123,00	123,61	124,48	125,97	128,49	130,80
TC	0,85	0,76	0,78	0,89	0,90	0,94	1,09	1,12	1,06	0,89	0,80	0,81	0,80	0,73	0,68	0,72	0,76	0,72
TC/P	0,0085	0,0075	0,0075	0,0086	0,0084	0,0087	0,0099	0,0100	0,0093	0,0076	0,0068	0,0067	0,0065	0,0059	0,0055	0,0057	0,0059	0,0055
Indice TC/P	100,00	88,13	88,98	101,47	99,69	102,65	116,77	118,04	109,76	89,75	80,03	78,72	76,64	69,91	64,93	67,49	69,57	65,02
P*	3,72	4,49	4,43	3,94	4,15	4,52	4,21	3,66	4,26	5,34	5,83	6,06	6,63	7,63	8,74	7,31	7,38	8,71
TCR (P* $\times$ TC/P)	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,04	0,04	0,05
Indice TCR	100	106,35	106,01	107,43	111,24	124,60	132,18	115,94	125,53	128,70	125,45	128,17	136,53	143,28	152,45	132,54	137,99	152,25

- Italia

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
P	100,00	105,60	109,82	112,02	114,26	116,20	119,11	122,32	125,38	128,77	131,60	134,10	136,92	139,38	143,98	145,13	147,31	152,17
TC	0,83	0,84	0,80	0,88	0,90	0,94	1,09	1,12	1,06	0,89	0,80	0,81	0,80	0,73	0,68	0,72	0,76	0,72
TC/P	0,0083	0,0080	0,0073	0,0079	0,0078	0,0081	0,0091	0,0091	0,0085	0,0069	0,0061	0,0060	0,0058	0,0052	0,0047	0,0050	0,0051	0,0047
Indice TC/P	100,00	95,71	87,17	94,35	94,28	97,14	109,53	109,75	101,65	82,63	73,47	72,12	69,95	62,99	57,03	59,52	61,65	56,78
P*	1,60	1,83	2,35	2,27	2,37	2,28	2,22	2,25	2,45	3,02	3,33	3,11	3,22	3,62	3,96	3,46	3,42	3,76
TCR (P* $\times$ TC/P)	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Indice TCR	100	109,35	128,33	133,93	139,80	138,51	151,95	154,59	156,20	156,37	153,35	140,41	140,85	142,71	141,53	128,80	132,13	133,64