

“EL CAPITAL SOCIAL DE LA VITIVINICULTURA ARGENTINA: DIAGNÓSTICO E IMPACTO”

Estrategias y experiencias para el trabajo en extensión

Investigación

**Laura Alturria
Ester Antonioli
José Pozzoli
Alfredo Fonzar**

**Facultad de Ciencias Agrarias - Universidad Nacional de Cuyo
Corporación Vitivinícola Argentina - Banco Interamericano de Desarrollo**

Argentina

Email: : lalturria@fca.uncu.edu.ar ; alturria@sinectis.com.ar – Tel: 0261 4960004 int.1205

RESUMEN

La vitivinicultura argentina tiene protagonismo internacional, reflejado en el aumento constante de sus exportaciones. Su transformación tecnológica fue acompañada por mediante el Plan Estratégico Argentina 2020, que desde su ejecución genera información para el sector, pero carece de elementos que permitan enfocar a los protagonistas: productores, pequeños y medianos empresarios, empleados, proveedores, entidades privadas y públicas. Existen relaciones características entre actores pero no se conoce el valor que generan en cada territorio y su impacto en la competitividad. Estas relaciones se estudian aplicando el concepto de capital social, que identifica actores, vínculos y modos de actuar y resolver los problemas que afectan a todos y tiende a mejorar el funcionamiento del conjunto. El presente proyecto tiene por objetivos identificar los componentes de capital social de la vitivinicultura argentina, conocer sus factores críticos y proponer una metodología para medirlo, respondiendo a la hipótesis: El conocimiento de los componentes del capital social de la vitivinicultura argentina permitirá diseñar acciones tendientes a incrementarlo y que repercutirán en el aumento de la competitividad. Mediante la participación de la Corporación Vitivinícola Argentina, permite ampliar el estudio de casos a San Juan y La Rioja, Las actividades y resultados obtenidos son: relevamiento de actores involucrados mediante encuestas y entrevistas; caracterización preliminar de actores: en informe solicitado por Corporación Vitivinícola Argentina y publicaciones del sector.

Palabras claves: vitivinicultura, capital social, competitividad, desarrollo local, vid, vino.

Introducción

Planteo de problema

La vitivinicultura argentina ha sido descrita desde el enfoque de cadena, identificando actores y volúmenes transados. También tiene descripciones parciales a nivel de cluster específicos asociados a territorios acotados. En los últimos años ha sido caracterizada mediante el enfoque de tramas. Todos los estudios tienen la particularidad de ser estáticos, carecer de herramientas que permitan trazar trayectorias evolutivas y tratar enfoques en forma aisladas, es decir los aspectos económicos no se vinculan con las relaciones que se producen en la trama y no avanzan en determinar los impactos a nivel del territorio donde se localiza la vitivinicultura.

Al mismo tiempo, la actividad cotidiana de la vitivinicultura se desarrolla mediante una gran heterogeneidad de actores, si se tiene en cuenta los productores y empresas, el capital invertido, las estrategias productivas, los canales de comercialización, la capacidad de elaboración, las innovaciones tecnológicas y los grados y formas de integración vertical, las relaciones que se establecen con los empleados, con los proveedores, con los servicios de distribución y de clientes.

Esto genera relaciones que se traducen en circulación de conocimientos, innovación tecnológica en productos y procesos en gestión, en el tratamiento del recurso humano y en la organización del trabajo y que definen el perfil del territorio en el que se desarrollan.

A nivel institucional la trama vitivinícola argentina sumó esfuerzos desde el año 2000 para formular e implementar una visión con acciones de largo plazo, las que fueron expresadas en un Plan Estratégico para el sector vitivinícola conocido como PEVI Argentina 2020. La metodología usada en la preparación del plan priorizó: 1) Contar con un plan de largo plazo para el desarrollo económico y social del sector vitivinícola; 2) Que lograra el consenso de todo el sector y 3) que quedara institucionalizado con la participación de los actores públicos y privados. El plan fue construido durante dos años de trabajo participativo y se plasmó en la ley N° 25.849 que crea a la Corporación Vitivinícola Argentina, encargada de la ejecución del mismo y de la cual forman parte organizaciones públicas y privadas.

Este antecedentes, revelan que el sector vitivinícola argentino, además de su importancia económica, puede ser enfocado desde el concepto de capital social ya que tiene diversidad de actores que se vinculan en relaciones de confianza y acciones que conforman y definen el propio capital social de la vitivinicultura. Estas relaciones se desconocen en cuanto a su estado actual e impacto territorial.

Existe interés por conocer los factores críticos que afectan a los productores de uvas y a los elaboradores de vino en primer lugar ya que éstos son los que influyen directamente en el desarrollo de cada territorio en donde se ubican y además dependen del grado de relaciones que exista entre las instituciones públicas y privadas que pudieran potenciar su avance. Estos factores han sido estudiados desde mediante variables que priorizan los componentes económico-productivos, pero las nuevas tendencias priorizan el enfoque de competitividad sistémica y desarrollo endógeno, conceptos que incluyen la sinergia que se produce entre actividad productiva y el territorio considerando la interacción con las redes trabajen en el lugar.

En este sentido, hasta el momento no se ha realizado un diagnóstico para conocer el estado de dicho capital social y que se erige como signo distintivo de la vitivinicultura argentina ya que se resume en el hecho de que se trata de una "vitivinicultura con gente" afincada en territorios y que la distingue a nivel mundial. Conocer el capital social potenciará la competitividad de la Argentina en el contexto vitivinícola mundial y fortalecerá los vínculos propios de la misma.

El concepto de capital social tiene múltiples definiciones aun, siendo un término relativamente nuevo, aunque la mayoría de ellos admiten la necesidad de enfatizar el potencial organizativo a nivel individual, comunitario y de las asociaciones productivas y gremiales, por lo tanto su conocimiento en el ámbito de la vitivinicultura puede identificar sus limitantes y potencialidades para que pueda crecer y fortalecer a sus actores.

Antecedentes

Durante la década del 90 se produjeron cambios fundamentales en la vitivinicultura argentina que provocaron su reestructuración: cambios en el comercio mundial de vino; el ingreso de Argentina a este mercado, el ingreso de los capitales internacionales a la actividad vitivinícola local y la

adaptación de innovaciones tecnológicas generadas en otros países e introducidas en el país. Estos cambios presionaron hacia un rápido proceso de adaptación del sector productivo que pasó de un sistema de producción basado en la cantidad a otro basado en la calidad. En consecuencia, la vitivinicultura argentina produjo una verdadera transformación a partir del acceso al mercado globalizado y movimientos de capital se asocian cambios en la organización – técnica, económica y social – del sector. (Alturria y Bocco, 2005)

Hasta 1990 existía una vitivinicultura en crisis cuyo sostén se ubicaba en la provincia de Mendoza (Argentina), en donde se encontraba la mayor bodega del país en manos del estado provincial que actuaba como reguladora de precios y las otras bodegas que no tenían mayores diferencias entre sí. A partir del 90, la situación se torna insostenible pero comienza a revertirse, iniciando una fuerte incorporación de capitales nacionales y extranjeros, con la adquisición de bodegas tradicionales y nuevas inversiones de firmas que se incorporaron al sector, dando un nuevo impulso y perfil a la actividad vitivinícola, que se volcó a la producción de vinos de calidad para el mercado local y para la exportación de vinos finos. Se implantaron nuevas superficies y se reconvirtieron parte de las existentes, con avanzados sistemas de conducción, tecnologías de riego y de protección y manejo de los cultivos, además de capacitación de recursos humanos.

Las bodegas adoptaron nuevas técnicas de elaboración y de marketing, innovación de envases y etiquetas, planificación de acciones, participación en ferias y exposiciones y capacitación de recursos humanos. Este cambio se reflejó a nivel territorial ya que hubo provincias y departamentos más favorecidos que otros. Todos los cambios globales que llevaron a la reconversión de la vitivinicultura argentina pueden ser identificados a partir del enfoque del desarrollo económico local (DEL) difundido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2006)¹, mediante el cual es posible identificar los cambios producidos en el sector vitivinícola argentino, haciendo énfasis en la provincia de Mendoza:

Tabla N° 1: Cambios producidos el sector vitivinícola de la provincia de Mendoza

Procesos de cambio	Para el desarrollo del territorio constituyen:	Acciones surgidas desde el:	
		Enfoque de desarrollo tradicional	Enfoque DEL
Tendencia descentralizadora	Oportunidad	La tendencia a concentrar las decisiones impedía la reconversión hacia variedades finas como también la incorporación de tecnología de bodega. Nulas posibilidades de participación por parte de los pequeños productores. Fuerte intervención del estado en el mercado de vinos mediante bodega propia.	El efecto globalizador terminó privatizando la bodega estatal. Esto permitió la participación de pequeños productores, que en los distintos departamentos, pudieron organizarse para comprar partes de dicha empresa estatal y así integrarse verticalmente a nivel departamental. El producto es la conformación de más de 13 nuevas cooperativas, luego de la privatización de la bodega estatal.
Apertura económica	Oportunidad	Su orientación era producir sólo para el mercado interno, siguiendo un modelo de baja calidad de productos. Sus efectos son sufridos por los pequeños productores que quedan a merced de las crisis de sobreproducción.	Permitió incorporar tecnología en viñedos y en bodegas para mejorar la calidad de los vinos. Comenzaron a desarrollarse los primeros proyectos de exportación, avanzando a nivel departamental (ej: Luján

¹ Desarrollo Económico Local (DEL): proceso de desarrollo participativo que estimula la asociación entre los principales actores sociales públicos y privados en un territorio definido. Este proceso permite el diseño y la implementación de una estrategia de desarrollo común, utilizando los recursos y las ventajas competitivas locales en un contexto global.

		Ausencia de planificación.	de Cuyo).
Inversión de empresas multinacionales	Amenaza	La orientación a abastecer un mercado interno importante, llevó a la construcción de bodegas con vasijas de grandes volúmenes, que no se adaptan a los requerimientos tecnológicos actuales. Es un modelo poco atractivo para las inversiones multinacionales.	Introducen nuevos manejos de cultivo y de bodega. Comienza a segmentarse la producción y la elaboración de acuerdo al objetivo de elaboración final: vinos básicos, varietales y premium. Crecen las asociaciones privadas y se producen avances conjuntos con el sector estatal para el fomento de las exportaciones.
Economía de la información	Oportunidad	La orientación a abastecer el mercado interno, no permite detectar los cambios que se producen a nivel internacional. Fuertes presiones sectoriales al gobierno para apoyarlos en situaciones de crisis. No se responde a los cambios en las necesidades del cliente porque no son detectadas	Comienza a potenciarse las ventajas de cada departamento junto con las mejores prácticas enológicas para cada variedad. El conocimiento del consumidor es mayor y se intenta satisfacerlo. La información comercial tiene un mayor grado de transparencia, pero aún presenta un alto grado de informalidad.

Como resultado de este proceso de cambio, el sector recibió alrededor de u\$s 1.000 millones entre fusiones, adquisiciones e inversiones nuevas, de los cuales 600 millones se destinaron a la reconversión de viñedos y adquisición de maquinaria. En este proceso, muchas de las bodegas tradicionales cambiaron de dueño, con la incorporación de inversores extranjeros y nacionales. La actividad exportadora comienza a tomar importancia en 1994 con la formación de la Comisión Nacional de Promoción de Vinos, que agrupa más de 60 bodegas. Las estrategias implementadas comenzaron a dar resultados en los últimos años con un importante incremento en las ventas externas del país: se registró un incremento fuerte, pasando de menos de 5 millones de dólares durante la década del '80 más de us\$ 600 millones en 2008 de los cuales el 90% se originan en Mendoza.

Pero hubo un sector no reconvertido integrado por productores, en general, de uva común, de tamaño pequeño y mediano, que se han visto afectados, en especial en los vinos blancos, por un mercado con un alto grado de concentración. Seis empresas controlan dos tercios del mercado de vinos comunes.

Es una actividad que estuvo orientada al mercado interno, pero hoy, el consumo per cápita de vino está disminuyendo. Si bien en el país el consumo de vino de mesa todavía representa el triple del fino, la tendencia se viene revirtiendo, a favor del crecimiento del consumo de vinos finos.

Si bien estos cambios coinciden con las premisas del enfoque DEL, aun falta profundizar más sus efectos y su aplicación. Los actores involucrados siguen siendo los productores y bodegueros, pero hay una mayor participación a través de la organización entidades gremiales (Unión Vitivinícola Argentina, Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas, Bodegas de Argentina), gobiernos provinciales, organismos de promoción de exportaciones (Wines of Argentina y ProMendoza) y asociaciones de productores, quienes han diseñado un Plan Estratégico Vitivinícola hasta el 2020. También hay mayor interacción con proveedores de servicios, Facultad de Ciencias Agrarias, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, bancos privados y oficiales. Estas redes de participación responden a los conceptos del enfoque DEL y se encuentran distribuidas en los territorios vitivinícolas argentinos.

Económicamente, la vitivinicultura argentina ocupa más de 225.000 hectáreas² en todo el país sustentando al sector agroindustrial más importante de Mendoza y San Juan, extendiéndose a otras provincias argentinas como La Rioja, Salta, Río Negro y Neuquén entre otras. Representa el 1,37% del Producto Bruto Interno (PBI) del país y sus exportaciones superan los 900 millones de u\$s, que representan el 3,4% de las exportaciones argentinas.

Mendoza es la principal provincia vitivinícola porque concentra más del 70% del sector vitícola argentino, tanto desde el punto de vista primario como industrial. Dentro del sector industrial mendocino la producción vinícola contiene al 19% de las industrias de Mendoza y el personal ocupado por ella alcanza al 22% del total. En consecuencia, económicamente se dispone de abundantes datos que caracterizan a la actividad.

Pero los principales actores de la vitivinicultura argentina son los productores y la gente que trabaja en ella. Así, más del 60 a 70 % del costo de producción de uvas corresponde al rubro mano de obra (Alturria, 2005), de allí la importancia que alcanza la participación de la gente, su grado de capacitación y motivación para el desarrollo de las comunidades vitivinícolas a lo largo y ancho del país. Existen más de 12.000 productores de uvas en Mendoza, de los cuales más del 70% de ellos posee fincas inferiores a las 5 hectáreas de superficie, además cerca de 5.000 productores se vinculan al sistema cooperativo argentino liderado por la Federación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas (FeCoVitA). Estos productores han sido caracterizados (Bocco, 2002 y FAO, 2009) poniendo énfasis en la condiciones de titularidad de las fincas, edad del productor, forma de trabajo en el viñedo, superficie cultivada y tecnología de cultivo obteniendo una acabada descripción técnica, pero no se profundizan ni describen las relaciones que surgen entre los actores de la vitivinicultura, ni tampoco indagan en sus principales problemas, ni su evolución ni su impacto económico y social.

Los actores de la trama vitivinícola argentina –productores, empleados, bodegueros de diferentes escalas y perfiles productivos, instituciones relacionadas, gobiernos provinciales, organizaciones académicas y de ciencia y técnica, participaron en el diseño del Plan Estratégico Vitivinícola Argentina 2020 estableciendo objetivos de crecimiento en el mercado internacional y de fortalecer a los actores más débiles como son los pequeños productores. A partir de la ejecución de este plan la investigación vitivinícola se ha reorientado hacia temas inherentes al logro de estos objetivos y se ha sumado a las líneas existentes en los principales centros de investigación de Mendoza. De este modo, existen numerosos estudios que abordan aspectos inherentes a la caracterización económica y social de la actividad, pero se aparecen disociados, sin vinculación entre ambos componentes, a pesar que cotidianamente son aspectos estrechamente unidos.

A fin de vincular el impacto de ambos elementos aparece como relevante y vinculante la aplicación del concepto de **capital social**, siendo la Corporación Vitivinícola Argentina quien convocó al primer Foro de Capital Social de la Vitivinicultura durante diciembre de 2008 (IDR, 2008). Si bien aun existe discusión sobre el concepto, en el estudio mencionado se define al capital social focalizando en el valor de la gente, en sus condiciones socio-sanitario y socio-educativas pero vinculadas a aquello que la población puede hacer **en y por su territorio**.

El abordaje realizado permitió identificar los puntos críticos al momento de desarrollar capital social en vitivinicultura: se identificó que la falta de profesionales, la escasez de equipamientos e insumos, y las distancias a los centros de atención primaria de la salud, en las zonas rurales, determinan una mayor vulnerabilidad en las condiciones sanitarias de la población. El deficiente servicio de transporte público y el mal estado de los caminos, acentúa las distancias a los Hospitales y Centros de Salud, a la Comisaría, a la Escuela, al teléfono público, al comercio; aumentado las desigualdades territoriales. La oferta educativa, en las zonas rurales es escasa e inadecuada, resultando en menores niveles de escolaridad y una paulatina pérdida de la identidad rural de la población. La precariedad del empleo rural determina bajos niveles de cobertura social. La dificultad de acceso a los servicios básicos (agua potable, electricidad, gas, etc.) determina una menor calidad de vida para los habitantes de las zonas rurales. La tenencia irregular de la tierra condiciona el acceso al crédito, a la tecnología, a la vivienda y a otros servicios. La oferta de vivienda social en las zonas rurales es baja. Los delitos rurales provocan graves consecuencias económicas y sociales. La baja rentabilidad de los pequeños productores, junto a la percepción de un futuro incierto por parte de los jóvenes, provocan un éxodo del campo a la ciudad, y un envejecimiento de la población rural. La réplica de los modelos de vida urbanos sumada a las débiles redes de contención socio-cultural, en las zonas rurales, acentúan las problemáticas tales como alcoholismo, violencia, etc.

² Fuente: INV, Estadística oficial correspondiente al cierre de la cosecha 2008.

Como conclusión se decide potenciar acciones para tratar de aumentar el capital social de la vitivinicultura argentina, buscando resolver de manera integral y sistémica los problemas sociales identificados que afectan a las economías rurales, a los obreros, a los empleados vitivinícolas y sus familias. Esto constituye la primera mención sobre la posible aplicación del concepto de capital social en vitivinicultura argentina, en donde se entiende al concepto de capital social como una forma de capital que trabaja sobre 4 núcleos: un clima de confianza social, un nivel adecuado de asociativismo, una madurez de la conciencia cívica, que permite generar acciones colectivas que se traducen en un incremento de competitividad territorial y un conjunto de valores culturales (IDR,2008).

El concepto de capital social puede vincular los aspectos económicos de una actividad con las características y efectos que provoca en el territorio donde se desarrolla. El primer concepto de capital social fue enunciado por Robert Putman (Putman, 1995) quien lo definió como una serie de “características de las organizaciones sociales, tales como las relaciones, las normas y la confianza social, que facilitan la coordinación y la cooperación para conseguir el beneficio mutuo”. De esta forma, el capital social está conformado por el grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas y el nivel de asociatividad.

Actualmente existe consenso en afirmar que el capital social se expresa en las redes sociales y en los comportamientos de reciprocidad, el grado de confianza que existe entre los actores de una sociedad y de la cooperación que emana de ellos (Lorenzelli, 2003 citado en IDR, 2008). La definición más operativa es la publicada por la CEPAL (Durston, 2003) que ha entendido al capital social como el conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, las comunidades y la sociedad en su conjunto.

El capital social cuenta con recursos e insumos que favorecen su aparición y acumulación por lo tanto las diferencias de “capital social” que existan provoca diferencias entre las comunidades, que sus miembros tengan accesos diferenciados a la información, los servicios, los recursos materiales y los bienes culturales que circulan en la sociedad. Se identifican cuatro formas básicas de capital social: el individual, el grupal, el comunitario y el externo.

1. Capital social **individual**: conjunto de relaciones que “teje” una persona con otros individuos, según sus preferencias, generalmente basadas en parentesco o familiaridad y que pueden usar en su beneficio. El productor primario constituye este primer eslabón de este capital.
2. Capital social **grupal**: aparece entre grupos relativamente estables y de alta confianza y cooperación, en los que se combinan lazos horizontales de reciprocidad con lazos verticales, entre un líder y un grupo que lo apoya. El alto grado de confianza, su carácter competitivo y el número reducido de integrantes hacen de estos grupos buenas bases para emprendimientos productivos: ej. productores interactuando entre ellos o con otros eslabones de la cadena.
3. Capital social **comunitario**: lo integran las instituciones de la comunidad. La comunidad puede ser territorial o funcional, es decir, puede tratarse de una comunidad definida por una vecindad estable, o puede ser una comunidad de intereses, definida por la existencia de objetivos comunes: el sector vitivinícola se desarrolla en diferentes comunidades.
4. Capital social **externo**: conexiones de una persona o de la comunidad con personas o grupos fuera del propio grupo y que tienen otra (mejor) dotación de activos. Se lo considera como un mecanismo para contribuir al éxito y ayuda a la cohesión social.

En resumen, el capital social es el conjunto de elementos que muestran la riqueza y fortaleza del tejido social: la confianza evitaría conflictos potenciales, la existencia de altos niveles de asociatividad indica que esa sociedad tiene capacidades para actuar en forma cooperativa, armando redes, concertaciones y sinergias de todo orden.

Respecto de la medición de capital, el Banco Mundial, a través de La Iniciativa de Capital Social financió 12 estudios, en diferentes poblaciones, sobre la función del capital social en proyectos sectoriales y en el proceso de creación y destrucción del mismo. Los resultados fueron publicados en el documento número 24 del Departamento de Desarrollo Social e identificado como Herramienta de evaluación de capital social (Grootaert, Narayan, Nyhan-Jones y Woolcock, 2002). En 2002, el Banco

Mundial emitió un modelo de cuestionario integrado para la medición de capital social (Grootaert, Narayan, Nyhan-Jones y Woolcock, 2002) a fin de contar con una guía de trabajo y que trata de indagar en los principales aspectos que han sido priorizados también por Montalvo y Reynal Queirol en 2003. Estos autores, luego de una revisión de las diferentes metodologías de medición, expresan que el capital social debería medirse en un espacio que considerara:

- a. la confianza social
- b. la densidad de las relaciones sociales
- c. la capacidad de trabajar en equipo (cooperar y coordinar) y la participación en organizaciones
- d. la participación cívica
- e. la intensidad de las normas sociales

David Halpern (Halpern, 2005) ha distinguido el capital social en tres niveles diferentes que son : 1) nivel micro o individual, 2) nivel meso o de comunidad y 3) nivel macro o de sociedad. La interacción entre niveles es extremadamente significativa.

Los elementos relevantes y comunes que se identifican en la composición del capital social han abordados sobre poblaciones según los trabajos relevados, pero no se encontraron antecedentes respecto de su aplicación sobre un mismo sector productivo que se desarrolle en diferentes territorios.

Por lo tanto, este concepto puede ser aplicado a la vitivinicultura argentina porque tiene un capital social valioso y que es necesario conocer para incrementarlo con el objetivo de aumentar la competitividad integral: económica, social, ambiental desarrollada en un territorio específico y que impacta en el crecimiento de la región y de la actividad.

El análisis de la vitivinicultura argentina aplicando la óptica de capital social propuesta por este estudio, permitirá detectar los problemas, medir su grado de severidad e incidencia que impactan directamente en el desarrollo y en la competitividad.

Objetivos

El presente proyecto tiene por objetivos identificar los componentes de capital social de la vitivinicultura argentina, conocer sus factores críticos y proponer una metodología para medirlo.

Hipótesis de Trabajo

El conocimiento de los componentes del capital social de la vitivinicultura argentina permitirá diseñara acciones de intervención tendientes a incrementarlo y que repercutirán en forma directa en el incremento de la competitividad de la misma.

Metodología

1. Revisión de bibliografía sobre metodología para la medición de capital social y cadena vitivinícola con el objeto de determinar los territorios en donde se ha de desarrollar el proyecto.
2. Relevamiento de actores involucrados y vínculos establecidos: Análisis del funcionamiento de los encadenamientos productivos: Se realizarán entrevistas con empresarios, ejecutivos y representantes de instituciones del sector público vitivinícola.

Marco de muestreo:

De acuerdo a los objetivos del estudio la población se ha definido como marco de muestreo a las áreas vitivinícolas que concentran el 93% de la superficie cultivada con vid: Mendoza, San Juan y La Rioja.

Población objetivo:

Productores primarios, pequeños y medianos, integrados y no integrados

Establecimientos pequeños y medianos (sector secundario)

Dirigentes y/o referentes de la producción y la industria vitivinícola.

Funcionarios del sector financiero que ofrecen financiamiento al sector

Funcionarios de organismos públicos.

Selección de la muestra

Debido a que en las regiones vitivinícolas argentinas existen productores con diferentes tamaños de superficie de explotación se considero necesario realizar un muestreo estatificado por rangos de superficie. La muestra definitiva se ha seleccionado utilizando el procedimiento de "muestreo de juicio", seleccionando a los integrantes de cada componente de la población objetivo:

Representatividad de la muestra:

El tamaño de la muestra representa el: 2% de cada estrato:

3. Caracterización del sistema de actores y relaciones: se identifican las redes público/privadas existentes en el territorio y su influencia en el dinamismo y potencial crecimiento en las actividades vitivinícola. Se realizarán entrevistas semi-estructuradas con actores privados y públicos.
4. Procesamiento de datos: se utilizar software estadísticos específicos para analizar múltiples variables.

Resultados y discusión**1. Revisión bibliográfica**

A los fines de obtener los instrumentos necesarios para describir el capital social de la vitivinicultura argentina se utilizaran los siguientes enfoques:

Descripción de niveles de capital: se utilizará la clasificación propuesta por David Halpern (2005) distinguiendo tres niveles: 1) Micro o individual, 2) Meso o de comunidad y 3) Macro o de sociedad. El nivel macro lo constituirá la vitivinicultura a nivel nacional y su caracterización a nivel provincial. El nivel meso los constituirá cada región en estudio, mientras que en el nivel micro se realizará la caracterización de los productores de cada región.

Medición del capital: aún no existen estándares estadísticos internacionales respecto de capital social. Las fuentes consultadas, contienen dos enfoques para describir el capital social: el enfoque macro y microeconómico. Desde el punto de vista macroeconómico se utilizan los indicadores nacionales tales como el PBI junto a estadísticas sociales y demográficas del territorio en estudio. El enfoque microeconómico describe la situación mediante entrevistas a los individuos a fin de obtener datos de campo.

La encuesta recomendada para la medición es el Instrumento de Medida del Capital Social del Banco Mundial (*Social Capital Assessment Tool*)³, que Montalvo y Reynal Queiroi en 2003 recomiendan utilizar para medir los siguientes grupos básicos:

³ Cuestionario Integrado para la Medición del Capital Social (2002).

- a. Confianza general y específica: Incluye las dos dimensiones de la confianza: genérica o propia del individuo y otra específica dentro del contexto de un grupo determinado. A los fines de este estudio se medirá el grado de confianza general respecto de la participación de familiares en la toma de decisiones de la explotación y la confianza específica del productor hacia el sector vitivinícola.
- b. La densidad de las relaciones sociales: Esta densidad constituye el núcleo del concepto de capital social. Se medirá en función de la cantidad de organizaciones en las que participa el productor y su frecuencia.
- c. La participación en asociaciones voluntarias: Uno de los factores a los que se atribuye el éxito económico del norte de Italia frente al sur es su mayor riqueza asociativa (Putman, 1993). Si bien este concepto es controvertido, se entiende que la asociatividad puede ser beneficiosa para la comunidad. La participación se medirá mediante la participación del productor dentro de diferentes organizaciones de la comunidad.
- d. La participación cívica: Sondar la participación cívico-política tiene su justificación, como consecuencia o reflejo del concepto de interés, en la medida que un mayor nivel de capital social supone mayor participación. Esta participación se medirá mediante la asistencia a actividades convocadas por el sector.
- e. La intensidad de las normas cívicas de cooperación (normas sociales): El ejercicio del cooperativismo refleja una mayor intensidad de capital social. Se medirá mediante la participación del productor en cooperativas.

Además de medir el nivel y la tendencia de capital social, comienza a reconocerse la necesidad de medir *el volumen total de capital social*. Los economistas consideran que es muy necesario llevar el concepto de capital social y su medición de manera paralela a la contabilidad nacional. Por lo tanto, será esencial para próximos estudios poder cuantificar el capital social en valores monetarios y si existen vías en las que se puede medir de manera significativa.

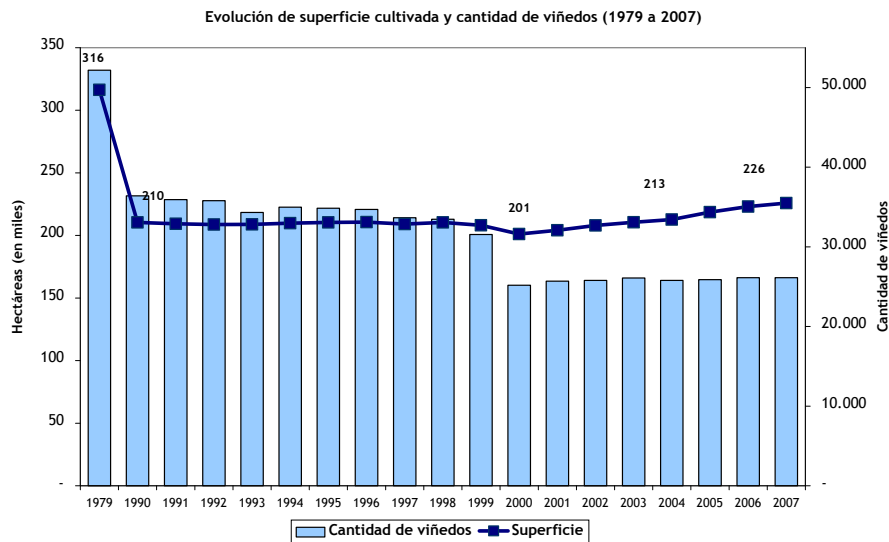
2. Caracterización de la vitivinicultura argentina (nivel macro)

En Argentina, el cultivo de la vid ocupa unas 225.845,77⁴. Analizando la evolución de la superficie cultivada, se observa una disminución del orden del 33% para el período 1979-90 que representa 210.373 ha; continuando está caída durante el período 1991 a 2000. En este último año la superficie alcanza un valor mínimo de 210.103 ha⁵, para comenzar a incrementarse sostenidamente a partir del 2000 y hasta el 2005, significando un incremento del 6% de la superficie cultivada con viñedos. Si bien existen variaciones interanuales, el incremento neto de la superficie vitícola, desde 1993 es del 2,7%. (Gráfico N° 1 y Tabla N° 5)

⁴ Estadística Vitivinícola Argentina 2007, Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV)

⁵ Actualización del Registro de Viñedos según Resolución N° 27/00 del Instituto Nacional de Vitivinicultura

Gráfico N° 1: Evolución de la superficie vitícola argentina y cantidad de viñedos



Fuente: elaboración propia en base a I.N.V.

En cuanto a la cantidad de viñedos, se observa una disminución para el período analizado: cayó el 49% comparando 1979 y 2005 y del 26% sólo al tomar el período 1993 a 2005. Al mismo tiempo se observa un incremento de la superficie media del viñedo: en 1993 el promedio de superficie era de 6ha/viñedo mientras que para el 2005 es de 8,24 ha/viñedo.

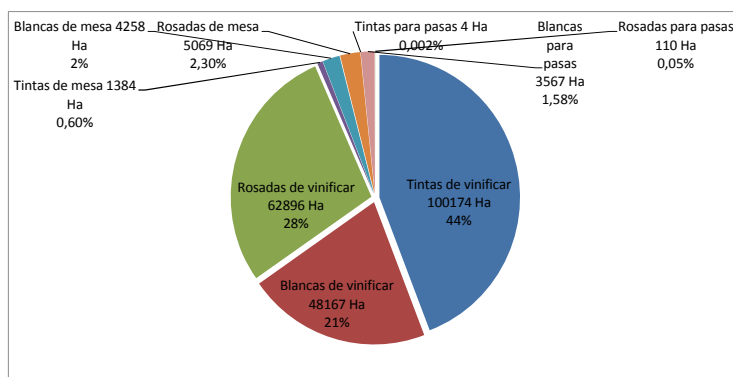
Tabla N° 1: Superficie vitícola y cantidad de productores. Participación de las principales provincias

Región	Superficie (ha)		Cantidad de viñedos	
Mendoza	158.833,39	70%	17.158	66%
San Juan	48.983,27	22%	5.436	21%
Otras Provincias	18.029	8%	3.600	14%
TOTAL	225.845,77	100%	26.194	100%

Fuente: Elaboración propia en base a I.N.V datos presentados en 2008

La distribución según color demuestra los efectos de la reconversión vitícola: incremento de variedades tintas y retroceso de variedades rosadas (Gráfico 1). Mayormente, las uvas producidas en Argentina son destinadas a la elaboración de vinos y mostos (Gráfico 2).

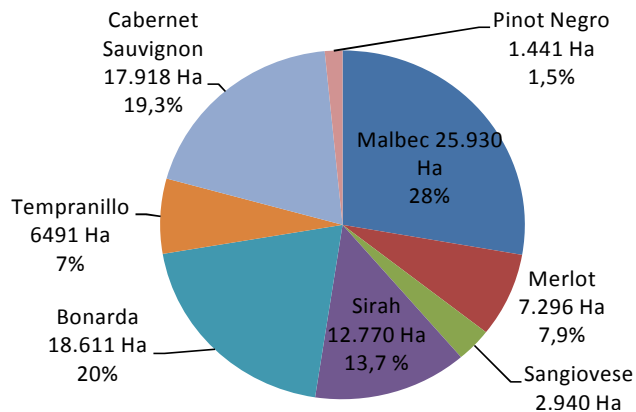
Gráfico N° 2: Composición de superficie por color de uvas



Fuente: elaboración propia en base a INV

A fin de mostrar la importancia de las variedades tintas para vinificación se presenta la participación estimada según la superficie cultivada que ocupan a 2007 (Gráfico N° 3).

Gráfico N° 3: Principales variedades tintas



Fuente: elaboración propia en base a INV

La región vitivinícola más importante de la Argentina comprende a Mendoza y San Juan, con un total de 207.816,66 Ha, que representan el 93% del total con vid del país. La superficie se ha incrementado en un 2,96% respecto del año 2000. La región tiene 22.594 viñedos, representando el 87% del total del país (+ 2,64% respecto del año 2000). San Juan es donde se ha registrado un mayor aumento tanto en número de viñedos como en superficie con un 3,37 % y 3,61%, respectivamente. En Mendoza el incremento fue del 2,37% y del 2,75%. El sistema de conducción predominante es el Parral abarcando una superficie de 119.165,60 Ha (57,43% del total de la región), le sigue en orden de importancia la Espaldera alta 62.192,04 Ha (29,92% del total de la región) y la Espaldera baja 25.957, 92 Ha (12,49% del total de la región). En ambas provincias la superficie con viñedos de más de 25 años asciende a un total de 102.137,85 Ha (49,14% del total de la superficie

cultivada en ambas provincias). A continuación se realizará la descripción de las respectivas provincias y se incluye La Rioja.

2.1. Mendoza

La superficie vitícola cultivada de Mendoza es de 158.833,39 Ha (70,33% del total nacional) la cuales se reparten en un total de 17.158 viñedos (65,50% del total del número viñedos de la Argentina). El principal destino de la producción de uvas es la vinificación (98,73% Gráfico N° 3)

Predominan las variedades tintas (50%). El 61,15% corresponde a variedades finas y el 38,85% a comunes. Según el color, en las comunes predominan las rosadas que representan el 92,37%, las tintas el 3,85% y las blancas el 3,78%. En las vides finas se destacan las tintas que son el 69,58% del total de finas, las blancas el 30,38% y las rosadas sólo el 0,04%. La zona Este tiene 69.676,9146 hectáreas plantadas (48,07% del total), le sigue el Centro con el 16,70%, Sur con 15,34 %, Valle de Uco con 10,03% y Norte con el 9,87%. El sistema de conducción predominante en la provincia es el parral con un superficie cultivada de de 77.201,39 Ha (48,60%), le sigue el espaldero alto con 57.201,42 Ha (36,01%) y espaldera baja 24.001,77 Ha (15,11%).

2.2. San Juan

La superficie vitícola de San Juan es de 48.983 Ha: el 77,14% se destina a vinificación, 17,75% para consumo en fresco y 5,03% para pasas de uvas. Posee un total de 5.436 viñedos (20,75% del total nacional). La provincia posee un predominio de variedades blancas y tintas. El sistema de conducción predominante es el parral 85,67%, abarcando un total de 41.963,77 Ha, luego el espaldero alto 10,19%, con 4.990 Ha y espaldera baja 3,99% representados en 1.956,77 Ha. Los otros sistemas son poco significativos. El parral se halla principalmente en los departamentos de: Veinticinco de Mayo (7.749,14 Ha), Caucete (6.974,58 Ha), Sarmiento (6.075,43 Ha), Pocito 3.804,23 Ha), San Martín (3.313,74 Ha) y Nueve de Julio (2.970 Ha). La conducción en espaldera alta se encuentra principalmente en Nueve de Julio (2.970,77 Ha), Sarmiento (1.281,13 Ha), Veinticinco de Mayo (1.035,34 Ha), San Martín (375,34 Ha) y Nueve de Julio (354,96 Ha). En cuanto a espaldera baja se lo encuentra principalmente en el departamento de Sarmiento (594,48 Ha), Veinticinco de Mayo (581,09 Ha), San Martín (187,16 Ha) y Caucete (146,68 Ha).

2.3. La Rioja

Posee un total de 8.502,02 Ha (5,28% del total nacional) implantadas representadas con un total de 1.383 viñedos (3,76% del total nacional). Sus plantaciones se encuentran en: Chilecito con una superficie cultivada 6.602,4 Ha (77% del total provincial) distribuidas en un total de 607 viñedos (43,89%), Coronel Felipe Varela con un total de 93,66 Ha (10,96%) distribuidas en 467 viñedos (33,67%), Famatina con una superficie de 318,42 Ha (3,75%) y 171 viñedos (12,36%), Vinchina con una superficie de 74,63 Ha (0,88%) y un total de 58 viñedos (4,19%) y General Lamadrid con una superficie de 74,38 Ha (0,87%) y un total de 33 viñedos (2,39%). En cuanto al destino de su producción se observa una predominancia de variedades tintas y blancas de vinificar.

3. Caracterización de las regiones en estudio: (nivel meso)

Se realizaron 301 encuestas a productores vitícolas de las provincias de Mendoza, San Juan y La Rioja. La encuesta indagó sobre aspectos descriptivos de la finca, superficies, variedades, rendimientos, pérdidas de producción, formas de manejo de la propiedad, problemas técnicos relevantes, además se incluyeron preguntas para determinar capital social. Se informan los porcentajes obtenidos en cada respuesta y se realiza la descripción correspondiente.

3.1. Superficies.

Las regiones en estudio se ubican en las provincias de San Juan, Mendoza y La Rioja, totalizando una superficie encuestada de 2.748 hectáreas, de las cuales se encuentran cultivadas 1.887 hectáreas (69%) y específicamente hay 1.699 hectáreas destinadas a viñedos (62%). (Tabla N° 2 y 3). La superficie vitícola relevada equivale al 0,75 % de la superficie total de viñedos de Argentina.

Tabla N° 2. Superficie encuestada y cantidad de productores

	Cantidad de productores	Superficies (en has)				Superficies (en%)	
		Total	Cultivada	Vid	Otros	Cultivada	Vid
Total o General	301	2.748	1.887	1.699	120	69%	62%
<i>Superficie promedio</i>		9,68	6,47	5,83			

Tabla N° 3. Detalle de superficie encuestada y cantidad de productores por región

Región Departamento	Cantidad de productores	Superficies (en has)				Superficies (en%)	
		Total	Cultivada	Vid	Otros	Cultivada	Vid
San Juan	57	697	450	448	10	65%	64%
Angaco	1	29,0	7,1	5,6	1,5	24%	19%
25 de mayo	7	108,0	64,1	69,7		59%	65%
9 de julio	2	0,6	0,6	0,6		100%	100%
Angaco	2	25,0	5,1	5,1		21%	21%
Caucete	44	529,0	369,9	362,6	8,8	70%	69%
Sarmiento	1	7,0	5,2	5,2			
<i>Superficie promedio</i>		12,23	7,90	7,86			
Región Departamento	Cantidad de productores	Superficies (en has)				Superficies (en%)	
		Total	Cultivada	Vid	Otros	Cultivada	Vid
Este	67	604	484,41	430,06	17,96	80%	71%
Junín	19	130,0	105,2	99,5	5,1	81%	77%
Rivadavia	22	271,1	224,0	195,4	0,9	83%	72%
San Martín	17	108,2	95,8	87,6	0,6	89%	81%
La Paz	7	79,1	46,6	35,9	11,3	59%	45%
Santa Rosa	2	15,4	12,8	11,1	0,0	83%	72%
<i>Superficie promedio</i>		8,2	6,6	5,8			
Norte	95	1.030	640	632	6	62%	61%
San Martín Norte	11	77,4	69,3	65,4	0,4	90%	85%
Lavalle	76	808,1	479,7	466,5	5,6	59%	58%
Guaymallén	8	73,1	81,7	4,3	0,0	112%	6%
<i>Superficie promedio</i>		9,8	6,1	6,0			
Sur	55	416	312	189	86	75%	45%
San Rafael	24	229,2	162,5	89,8	58,6	71%	39%
General Alvear	31	187,3	149,6	98,8	27,1	80%	53%
<i>Superficie promedio</i>		6,9	5,2	3,1			
La Rioja	27	164,8	60,8	57,0	38,2	37%	35%

Superficie promedio	6,1	2,3	2,1	
---------------------	-----	-----	-----	--

Considerando la superficie de viñedos que ha sido relevada y la cantidad de productores que respondieron la encuesta se ha calculado la **superficie promedio por propiedad**, es decir la cantidad de hectáreas con vid que posee cada finca. A partir de los datos analizados se observa que la superficie promedio para la totalidad de los encuestados es de 5,83 hectáreas de viñedos por propiedad. Debido a las características específicas de cada región se profundiza este análisis, encontrando que La Rioja y el Sur de Mendoza tienen la menor superficie promedio por propiedad con un valor de 2,10 y 3,13 ha por propiedad respectivamente; mientras que en San Juan se encuentra la mayor superficie promedio por propiedad, alcanzando las 7,23 hectáreas.

3.2. Superficie y cantidad de productores por estratos.

De las 301 propiedades relevadas, el 84% de los productores posee una sola propiedad y el 16% restante poseen más de una finca. Con esta información se calcula la superficie promedio por cada productor: en San Juan se encuentra la mayor superficie por productor con un valor de 8,59 ha y la menor se ubica en La Rioja y en el sur de Mendoza con 2,11 y 4,42 ha/productor respectivamente, confirmando la tendencia observada en la superficie de viñedo por propiedad. (Tabla N° 4).

Tabla N° 4. Cantidad de productores. Superficie promedio por productor.

REGIÓN	Propiedades	Cantidad de propietarios que poseen:			Superficie media por productor /ha)	
		1 (una) propiedad	Mas de una	%		
San Juan	57	48	19%	9	16%	8,59
Mendoza: Este	67	52	21%	11	16%	7,03
Mendoza: Norte	95	87	35%	8	8%	6,57
Mendoza: Sur	55	39	16%	16	29%	4,42
La Rioja	27	25	10%	2	7%	2,11
Total	301	251	100%	46		

Se ha realizado una estratificación por tamaño de viñedos para identificar la cantidad de productores y superficie de viñedos en la región. Los resultados obtenidos a nivel general (Tabla N° 5) permiten identificar que en promedio el 50% de los viñedos, coinciden con el propietario o productor y poseen una superficie inferior a las 3,0 ha. Se encuentran valores extremos, tal es el caso de La Rioja (87%) y del Sur de Mendoza (65%), lo que se confirma la atomización del viñedo riojano respecto al resto del país. En San Rafael, el peso del menor estrato es altamente significativo coincidiendo con la existencia de pequeños viñedos.

Al analizar los estratos siguientes se observa que el 86% de las propiedades se ubica en los estratos inferiores o iguales a 7,50 hectáreas. Estos valores alcanzan sus extremos en La Rioja y en el sur de Mendoza donde más del 93% de los viñedos se encuentran por debajo de las 7,50 has

Tabla N° 5: Nivel Total o General: Cantidad de propiedades por rango.

Estratos	Cantidad de propiedades	San Juan	Mza Este	Mza Norte	Mza Sur	La Rioja
	%	%	%	%	%	%
Menor a 3,0 ha	57%	51%	58%	46%	65%	87%
3,1 a 5,0	19%	18%	15%	25%	23%	4%

5,1 a 7,5	10%	9%	11%	14%	6%	4%
7,5 a 10,0	7%	9%	8%	8%	4%	5%
10,1 a 15,0	4%	6%	5%	3%	2%	0%
15,1 a 20,0	2%	5%	3%	2%	1%	0%
20,1 a 30,0	1%	1%	1%	2%	0%	0%
Mayor a 30	1%	1%	0%	1%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

3.3. Sistema de conducción

Predomina el parral (55%), aunque existen particularidades: en San Juan el parral llega a 99%, mientras que en San Martín (Este, Mendoza) los espalderos alcanzan el 56%.

3.4. Rendimiento promedio

El rendimiento promedio obtenido es 200 quintales por hectárea (Q/ha), debido a la influencia de San Juan, ya que tiene un rendimiento medio de 248 (Q/ha). En el resto de las regiones no supera al promedio general. Los rendimientos se ven afectados por diferentes riesgos entre los se han identificado: enfermedades, granizo y heladas. La presencia de enfermedades es preocupante en todas las zonas: su ocurrencia oscila entre el 14% en San Juan hasta 46% en Mendoza Norte. También se encuentra que el granizo tiene mayor importancia relativa dentro de las respuestas obtenidas, principalmente en Mendoza y San Juan.

3.5. Edad del viñedo

En promedio, los viñedos relevados datan de 1980, encontrando que en San Juan el año de plantación medio avanza hasta 1982, en la zona Este de Mendoza se presentan los viñedos de edad más avanzada, ya que datan de 1973 y en la zona Norte responden al promedio general. En consecuencia el viñedo de la región tiene en promedio más de 35 años.

Tabla N° 6: Distribución del viñedo por edad.

Estrato	Cantidad de productores	%
Mayor de 30	161	55%
20 a 30	45	15%
15 a 20	24	8%
10 a 15	13	4%
5 a 10	31	10%
De 0 a 5	27	9%

3.6. Distribución de variedades

La superficie relevada se distribuye en un 53% de variedades comunes, 23% de variedades tintas, 16% de variedades blancas y otras variedades un 8%. Los variedades predominantes difieren en cada lugar, así en San Juan predomina el Syrah mientras que en Mendoza lo hace la Bonarda. En las blancas, Pedro Giménez y Torrontés tienen un fuerte peso en San Juan, mientras que en Mendoza lo hace el Pedro Giménez y el Torrontés también pero con un bajo porcentaje de participación general ya que predominan las tintas. En La Rioja se destaca la predominancia del Torrontés. En el rubro otras se han incluido, por su importancia, a las variedades destinadas al consumo en fresco, que representan casi un 20% de la superficie relevada en San Juan.

3.7. Disponibilidad de maquinaria

El 29% realmente poseen tractor. El modelo promedio del relevamiento es 1971, ubicando en San Juan a tractores que en promedio fueron adquiridos en 1977, en el Este en 1973, en el Norte en 1971 y los más antiguos en el Sur que datan de 1969. El estado general es regular con un 48% a bueno con 45% y malo en un 6%. En su mayoría, quienes tienen un tractor poseen una pulverizadora.

3.8. Problemas identificados

San Juan: presenta la mayor amplitud en la identificación de la problemática del pequeño productor. En primer lugar aparecen los problemas de infraestructura: falta de agua y en el revenimiento de suelos (24% entre ambos problemas). Luego aparece el bajo nivel de ingresos percibido por el productor (11%), la falta de maquinaria (11%), fallas en cultivo (8%) y deficientes sistemas de conducción (8%). Sumando la incidencia de problemas climáticos (9%), los problemas enunciados explican el 69% de los problemas de la provincia.

En Mendoza se identificó la problemática a nivel regional: En la zona Este⁶ la falta de maquinaria (37%) y el revenimiento de suelos (23%) son los más nombrados. Le siguen el mantenimiento inadecuado del viñedo (15%) e incidencia de factores climáticos (11%). En menor medida aparecen enunciados: bajos ingresos, acceso limitado a agroquímicos, escasez de agua, enfermedades y alto costo y problemas de disponibilidad de la mano de obra.

En la zona norte⁷: el acceso limitado a agroquímicos y problemas de suelo responde al 50% de los problemas identificados. Le siguen la estructura deficiente de los viñedos (13%) y la incidencia de factores climáticos (9%). En menor medida aparecen la falta de agua, falta de maquinarias, enfermedades, alto costo y escasa disponibilidad de mano de obra

La zona sur⁸ de Mendoza manifiesta problemas por factores climáticos en un 60% y acceso limitado a agroquímicos en un 40%. En menor medida han sido nombrados problemas similares a las otras regiones.

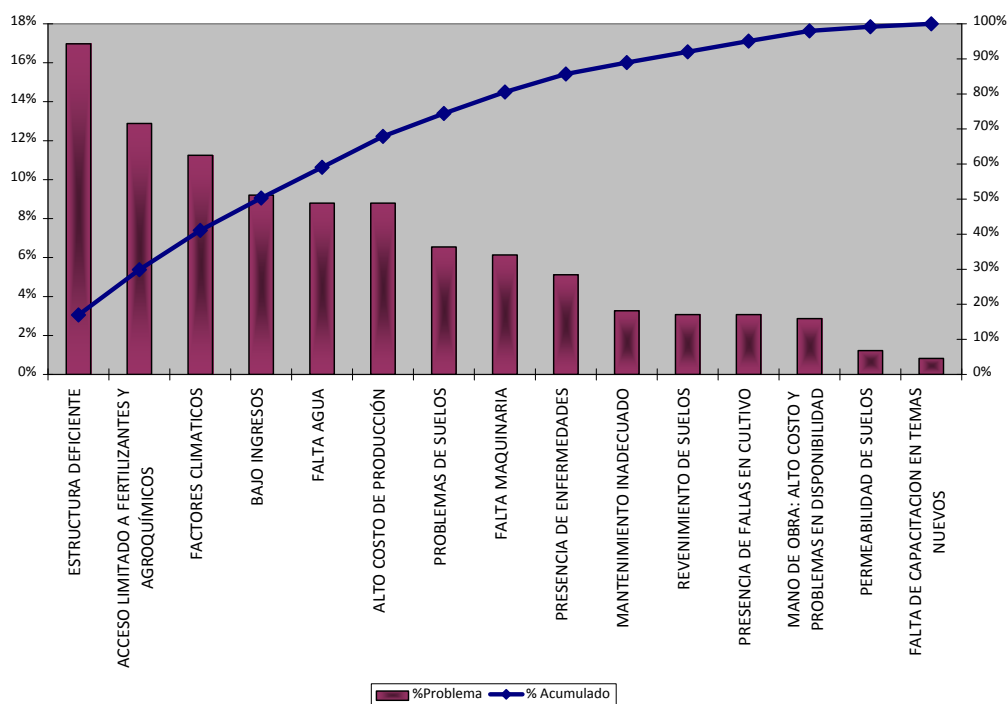
En La Rioja se pide puntualmente la solución al problema de la falta de disponibilidad de agua, porque no en cantidad y ni frecuencia adecuada: temporadas de máximo requerimiento solo poseen la mitad de la dotación y cada 60 días, en el peor de los casos. Además plantean la falta de mano de obra especializada y la falta de reemplazos de estructuras de conducción (cambio de maderas y alambres) y reposición de plantas.

⁶ Zona Este: se encuestaron los departamentos de San Martín, Junín y Santa Rosa principalmente.

⁷ Zona Norte: se centralizó en el departamento de Lavalle y en el distrito de Nueva Calidornia (San Martín)

⁸ Zona Sur: Departamentos de San Rafael y General Alvear

Gráfico N° 1: Problemas identificados por productores



3.9. Necesidades de financiamiento

Las mayores necesidades de financiamiento se manifiestan en el corto plazo al expresar en más del 86% que es necesario disponer de capital de trabajo para atender la demanda insumos y mano de obra concentrados en período críticos. Cuando el productor piensa en financiamiento de largo plazo, surgen las necesidades de infraestructura de viñedo en primer lugar, también la protección contra accidentes climáticos.

El acceso tractores y pulverizadoras, se manifiesta como relevante para el 73% de los encuestados. El acceso al financiamiento para sistemas de riego es ampliamente demandado (60%) incluyendo dentro de este rubro la realización de obras para el acceso al agua: obras de infraestructura y sistematización internas, reparación y/o construcción de pozos de riego y armado de represas junto con las que mejoren la conducción del mediante sistemas presurizados (riego por goteo).

En aspectos tecnológicos más blandos aparece la necesidad de capacitación del recurso humano (60%), la integración a cooperativas (38%) y la certificación de normas inherentes a mejorar prácticas agrícolas en fincas (35%).

4. Caracterización de productores (nivel micro)

La edad promedio de los productores encuestados es de 58 años. El estrato con mayor cantidad de productores es el que va desde los 51 a 60 años, que junto con el rango de 61 a 70 reúnen a la mitad de los encuestados.

Tabla N° 7: Composición de los productores por estratos de edad. General

Años	Cantidad	%	% acum
Menor a 30	9	2,99%	2,99%
31 a 40	26	8,64%	11,63%
41 a 50	52	17,28%	28,90%
51 a 60	84	27,91%	56,81%
61 a 70	73	24,25%	81,06%
71 a 80	46	15,28%	96,35%
Y mayor 80	11	3,65%	100,00%

Años	Cantidad	%	% acum.
51 a 60	84	27,91%	27,91%
61 a 70	73	24,25%	52,16%
41 a 50	52	17,28%	69,44%
71 a 80	46	15,28%	84,72%
31 a 40	26	8,64%	93,36%
mayor de 80	11	3,65%	97,01%
Menor a 30	9	2,99%	100,00%

Según la zona encuestada, entre el 42% y 64% de los productores vive en su finca. Se destaca que en la zona sur de Mendoza el 67% de los productores vive en su finca.

El 69% de los productores declara a la viticultura como su actividad principal, la fruticultura ocupa el segundo lugar con un 13% y otras actividades relacionadas con la agricultura el 7%. El 11% restante se reparte en actividades que incluyen a empleados, comerciantes y jubilados.

El productor y su grupo familiar trabajan el viñedo (52%), por lo que usualmente su "retribución" es muy baja, no percibe ningún tipo de beneficios sociales (aportes jubilatorios, aguinaldo, vacaciones, seguros, asistencia gremial, etc.). Su situación empeora año a año por la inexistencia de recursos ya no para invertir en su propiedad, sino por lo menos para mantenerla en condiciones. Para poder subsistir el productor procura la existencia de ingresos de otras fuentes, ya sea por otros cultivos (aquél que pudo hacerlo), el desarrollo de un trabajo en relación de dependencia o bien en propiedades de terceros u otros.

Ante esta situación, los mayores permanecen en el campo, mientras que los jóvenes, al no poder mantenerse con los ingresos de la propiedad, emigran hacia los centros urbanos y disminuyen los gastos familiares aunque recargan laboralmente a los padres que se quedan solos y ponen en duda la continuidad generacional de la propiedad. Esta situación tiende a incrementar la situación de precariedad en la tenencia de tierras y subdivisión de la tierra por sucesiones

Debido a la falta de integración a la cadena que proveen, perciben precios y beneficios menores que aquellos integrados formalmente, en consecuencia tienen un bajo poder de negociación. Existen bajos niveles de productividad y calidad de los cultivos debido a que gran parte de los viñedos están envejecidos: esta descapitalización no permite cambios estructurales, pero se forma un círculo vicioso debido a la escasa a nula posibilidad de acceder a financiamiento por lo que no se puede revertir fácilmente esta situación.

La necesidad de inversiones en bienes de capital se identifica en: riego por goteo, malla antigranizo, reposición de plantas en viñedos existentes, mantenimiento de cuarteles (compra de maderas y alambres). Se reconoce que sería necesario incorporar sistemas de gestión de la calidad, certificación de normativas específicas a nivel internacional por lo que se sugiere incorporar partidas de dinero para este fin. La necesidad de capital de trabajo se puede asimilar a las necesidades expresadas en

costos directos. Para el sector productivo los momentos claves para obtener el financiamiento se ubican a partir de la época de poda, seguido de todo el periodo de realización de labores en verde y posteriormente en cosecha.

La aplicación de la financiación debería orientarse a provocar impactos reales en el sector y permanecer relacionado a planes de negocios concretos y sostenibles en el tiempo. Para profundizar en este tema sería necesario identificar problemáticas concretas por oasis, por segmento productivo y por topología de empresas.

La causa directa del problema es la pérdida de rentabilidad del pequeño y mediano viñedo. Este deterioro se manifiesta en el mal estado de los factores de producción: envejecimiento de los viñedos, baja calidad del cepaje, baja densidad por fallas, obsolescencia de la maquinaria, desgaste de obras de riego, mal manejo del suelo y baja eficiencia en el uso del agua de riego. A esto se debe sumar que con la paso del tiempo, a la pérdida de competitividad, se suma que el productor busca otras estrategias para sobrevivir, también la sucesiva subdivisión del patrimonio familiar y el envejecimiento de los productores originales sin reemplazo, en consecuencia, esto puede ocasionar el abandono del viñedo o su venta para ampliar otras unidades productivas favorecido el proceso de concentración.

El predominio de la pequeña escala de superficie de la mayoría de los viñedos agudiza los problemas de rentabilidad en aquellas explotaciones con bajos volúmenes de producción total porque no compensan la baja rentabilidad por unidad de producto, sobre todo en viñedos con uvas de inferior calidad enológica y de bajos precios. Este fenómeno condicional el poder de negociación de los pequeños productores y su permanencia en la trama ya que cada es vez se necesitan más hectáreas cultivadas para obtener un ingreso familiar digno.

Estos conceptos hacen reflexionar en la necesidad de buscar alternativas que puedan mejorar, además de su ingreso, la permanencia dentro del modelo vitivinícola.

5. Descripción de capital social a partir de sus componentes principales

5.1. Confianza general y específica:

Confianza general: El 66% de los encuestados administra su finca tomando las decisiones inherentes a su funcionamiento en forma personal. Se asocia a esto el manejo por parte de algún familiar que alcanza a un 21%. El manejo por parte de terceros alcanza su mayor participación en la figura del “administrador” (6%). La figura del “contratista” alcanza el 5% y la delegación en el “encargado u otro obrero” llega al 8%. Se destaca que la Zona Este de Mendoza es significativamente diferente ya que posee la mayor cantidad de vínculos entre propietario y administrador.

Tabla Nº 8: Participación en la toma de decisiones

Forma	General		San Juan		Mendoza Este		Mendoza Norte		Mendoza Sur		La Rioja	
Propietario	200	66%	50	68%	32	48%	52	61%	67	87%	22	81%
Familiar	65	21%	20	28%	9	13%	31	37%	4	5%		
Administrador	18	6%	1	1%	17	26%	1	0%	1	0%	1	3%
Contratista	14	5%	1	1%	6	9%	2	2%	5	6%		
Encargado / obrero	4	1%	1	1%	2	3%	1	1%	1	1%	4	16%
Total	301	100%	73	100%	66	100%	86	100%	77	100%	27	100%

Confianza específica del productor hacia el sector vitivinícola: La mayor frecuencia de respuestas en las entrevistas se resume en las siguientes frases que reflejan el alto grado de escepticismo:

1. Faltan políticas de promoción e incentivo de la actividad
2. Falta comunicación y coordinación del sector con el Estado

3. Las acciones intersectoriales no funcionan, y con el Estado muy poco
4. El tejido intersectorial sólo se da en el abordaje de problemáticas específicas
5. Hay mucho egoísmo en los sectores vitícolas
6. El entramado intersectorial en el sector no funciona
7. Existen varias redes sociales, pero no con la misma visión, sino como ámbitos de discusión.
8. Se desaprovecha el trabajo territorial de la escuela, del INTA, del Dpto. Gral. de Irrigación. Se podría dar una organización más estrecha de acciones y planificaciones conjuntas para un abordaje de las problemáticas de manera más integral
9. Cuesta muchísimo el trabajo en conjunto con otros sectores
10. No hay planificación

No existe diferencia significativa por provincia o por zona, lo que refleja que a nivel de confianza relativamente bajo desde el productor hacia el sector. Se reconoce la importancia de la confianza a nivel individual como la primera condición para la creación de redes, pero existe una amenaza ya que el segundo nivel de confianza se encuentra muy poco desarrollado

5.2. Participación en asociaciones voluntarias y Densidad de las relaciones sociales

El nivel de participación en asociaciones voluntarias es bajo. Se enumeraron sólo 3 tipos de asociaciones voluntarias: organización religiosa, unión vecinal, asociación civil. La densidad de relación con las asociaciones identificadas también es baja debido a que la escasa frecuencia de participación del productor dentro de estas organizaciones.

Tabla Nº 9: Participación en asociaciones voluntarias y frecuencia: Mendoza, San Juan y La Rioja

Asociación	Frecuencia			Porcentaje			Porcentaje acumulado		
	SJ	Mza	LR	SJ	Mza	LR	SJ	Mza	LR
No	207	90	93	92,8	92,8	92,1	92,8	92,8	92,1
Unión vecinal	1			0,4			93,3		
Org. religiosa	8	6	4	3,6	6,2	4,0	96,9	99,0	96,0
Asociación civil	5			2,2			99,1		
Otro	2	1	4	0,9	1,0	4	100,0	100,0	100,0
Total	223	97	101	100,0	100,0	100,0			

El grado de participación en diferentes asociaciones sería un indicador del potencial generador de redes y vínculos institucionales por lo tanto se valor como de bajo grado en general, pero destacando un posicionamiento significativamente mejora para San Juan. De todos modos la cantidad de asociaciones que surgieron y la densidad de los vínculos que mantienen se califican como bajas.

5.3. Participación cívica:

Se midió a través de la predisposición a la asistencia a actividades convocadas por el sector: El 78% de los encuestados se manifiesta interesado en participar de actividades de capacitación. Este porcentaje aumenta al 93% en Mendoza Norte y el valor inferior se ubica en el San Juan (66%). Si bien la temática de interés es variada, se observa predominancia de temas técnicos principalmente referidos al manejo del viñedo en cuanto al tratamiento de enfermedades y fertilización. En orden de importancia le siguen los temas ligados al precio del producto (uva y vino) y a los costos de producción. El 48% de los productores manifiesta haber iniciado alguna gestión destinada a la obtención de financiamiento, principalmente en entidades bancarias.

El interés en movilizarse, en participar es alto y se reconoce su existencia en forma constante.

5.4. Intensidad de las normas cívicas de cooperación (normas sociales):

a) Participación del productor en cooperativas.

Aunque no se expresa un grado de pertenencia formal, los encuestados manifiestan la existencia de vínculos con la bodega receptora de uvas ya el 13% manifiesta que recibe algún beneficio de ella. Los beneficios enunciados con mayor frecuencia son: asistencia técnica, ayuda para la compra de insumos y organización de la cosecha fundamentalmente. Esta afirmación es representativa para San Juan y Mendoza, mientras que en La Rioja se observa que el 81% de los productores pertenece al sistema cooperativo y a nivel estadístico es significativo respecto de las otras provincias.

Esta aparente disparidad se explica porque las encuestas de La Rioja se han concentrado en el departamento vitivinícola más representativo y en donde la acción de la cooperativa local es fundamental para dinamizar toda la cadena. En San Juan se obtuvo prácticamente la ausencia total de nexos con cooperativa u otra forma asociativa, mientras que en Mendoza el valor enunciado como promedio general se obtuvo prácticamente de las encuestas de esta zona, en donde el movimiento cooperativo presenta mayor envergadura (menor grado de variabilidad).

b) Predisposición para asociativismo

Solo el 19% de los encuestados expresa predisposición favorable para alguna actividad asociativa, destacando la compra de insumos y la venta de la producción y en menor medida manifiestan interés por el uso de maquinarias, capacitación técnica.

Tabla 10: Predisposición para asociarse para:

Actividad	%
Compra de insumos	68
Uso de maquinaria	49
Capacitación técnica	33
Venta de la producción	62

c) Expectativas por la realización de nuevos proyectos

El 89% de los encuestados manifiesta que no realizarán inversiones nuevas debido a la falta de acceso a financiamiento para solucionar problemas. Aunque los problemas identificados son variados y se agruparon en 16 problemáticas, el 60% de los productores respondió estar a los problemas identificados: el 41% es afectado por deficiente estructura de los sistemas de conducción, escaso uso de fertilizantes y agroquímicos en general, pérdidas en las cosechas por ocurrencia de accidentes climáticos. Luego aparecen problemas de tipo económico: bajo ingreso percibido y los altos costos de producción a los que enfrenta, con énfasis en costos laborales. Luego aparecen problemas relacionados con la infraestructura de riego (falta de agua, problemas de suelo relacionados con salinidad, revenimiento y pérdida de permeabilidad). Por último aparecen problemas relacionados con la descapitalización de los productores, reflejado en el problema identificado como falta de maquinaria en alusión a la falta de tractores, implementos y pulverizadoras.

Realizando análisis de componentes principales, se observó que las 2 variables que mejor explican el modelo de capital social en cada zona son el asociativismo y la participación en cooperativas, llegando a valores del 68%. Además existe correlación positiva entre ambas y al relacionarlas con la edad del productor, se encuentra que se relacionan en forma negativa.

Conclusiones

A partir de la definición de capital social para el sector vitivinícola y de la metodología propuesta fue posible identificar sus componentes.

El capital social puede construirse en cada comunidad o zona, porque existen los precursores que pueden ampliarlo, ya que existe, en mayor o menor grado en toda región vitivinícola, pero es afectado por las características técnicas de la región.

Existen bajos niveles de productividad y calidad de los cultivos debido a que gran parte de los viñedos están envejecidos: esta descapitalización y no permite cambios estructurales, pero se forma un círculo vicioso debido a la escasa a nula posibilidad de acceder a financiamiento por lo que no se puede revertir fácilmente esta situación.

La situación del productor afecta directamente a la construcción del capital social del sector vitivinícola: El productor y su grupo familiar trabajan el viñedo, por lo que usualmente su “retribución” es muy baja, no percibe ningún tipo de beneficios sociales (aportes jubilatorios, aguinaldo, vacaciones, seguros, asistencia gremial, etc.). Su situación empeora año a año por la inexistencia de recursos ya no para invertir en su propiedad, sino por lo menos para mantenerla en condiciones. Mayormente, el productor toma las decisiones en su finca, recurriendo a la confianza de su círculo más próximo: familia.

Aquellos productores cuyos mayores ingresos provienen de la viticultura presentan mayor actividad asociativa y de participación en cooperativas en todas las zonas por lo que se afirma que estas variables son altamente representativas al momento de identificar el capital social de la zona.

Cuando el ingreso no es suficiente, para poder subsistir el productor procura la existencia de otras fuentes, ya sea por otros cultivos (aquel que pudo hacerlo), el desarrollo de un trabajo en relación de dependencia o bien en propiedades de terceros u otros. Esta acción genera un bajo nivel de participación en actividades convocadas por el sector o por asociaciones y específicamente en cooperativas.

La posibilidad de obtener rentabilidad en la viticultura influiría en forma positiva al momento de crear capital social, ya que el productor tiende a re-crear las relaciones de confianza en el sector y comienza a desarrollar acciones de asociación y cooperación, precursores principales para la formación de este capital. El capital social individual se expresa en las relaciones que puede establecer con el resto de las personas, en su zona y con el sector. Estas relaciones se expresan en situaciones de confianza e interacción, por lo tanto el potencial del capital residente en las personas se manifiesta en forma inmediata en las redes que pudiera “tejer”. En este sentido el componente confianza es bajo, predominando las relaciones que procuran obtener beneficios personales.

Si bien el grado de conocimiento con otros productores y el resto de los integrantes del sector (asociaciones, entidades y otras organizaciones) es alto, el nivel de interacción es bajo ya que la cantidad de organizaciones con las que interactúan es muy bajo y el grado de participación es prácticamente nulo.

Un mayor grado de interacción entre productores individuales y asociaciones del sector vitivinícola podría ser beneficioso para la comunidad. Estas redes interpersonales e intergrupales servirán de soporte donde la cooperación puede presentarse y contribuir a encontrar la solución a los problemas estructurales de cada zona o región tales como el acceso a servicios básicos, transporte y asistencia médica entre otros. Fomentar esta interacción se considera recomendable para lograr contribuir al desarrollo económico local de cada región.

Este trabajo propone un abordaje aplicado del concepto de capital social en el sector vitivinícola argentino, identificando como sus componentes principales en cada zona al asociativismo y la participación en cooperativas. Además se observa la baja predisposición hacia estas variables cuando el productor alcanza mayor edad. Los productores con mayores ingresos provenientes del sector muestran un mayor potencial para desarrollar acciones de cooperación y asociativismo.

Bibliografía:

ALTURRIA, L, BOCCO, A, GUDIÑO, J, SALVARREDI, G. 2005. Trama Vitivinícola: Reconfiguración de actores y transformaciones estructurales. En IV Jornadas Interdisciplinarias De Estudios Agrarios

Y Agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires. Cd. 40p

ALTURRIA, L. Aplicación de costeo basado en actividades y gestión estratégica de costos en viticultura. 2005. En La gestión de costos hacia el siglo XXI. Congreso de profesores universitarios de costos. Facultad de Ciencias Economicas. Cap 2. 311: 331.

AMENDOLA, F., RUIZ, A.M., VANDECANDELAERE, E., 2001: "Estrategias de las Cooperativas Vitivinícolas de la Provincia de Mendoza, Argentina", Mendoza, INTA.

ASPIAZU, D. y BASUALDO, E., 2000: "El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones". CEPAL (HOL/97/S93), Diciembre 2000, 202 p.

ASPIAZU, D. y BASUALDO, E., 2002: "La trama vitivinícola argentina a principios del Siglo XXI. Rasgos estructurales, mutaciones en el contexto operativo sectorial y lineamientos de políticas públicas" Diciembre 2002. Mimeografiado, 108 p.

CEM, 2005: Hacia una estrategia de inversiones en Mendoza. Mendoza: Consejo Empresario Mendocino, 455 p.

CIF – OIT, 2005. Generar procesos de desarrollo económico local mediante cooperativas. Turín. Módulo 1, 20 p.

Durston, John, 2000. *¿Que es capital social comunitario?*, Serie Políticas Sociales N° 38, CEPAL, Santiago de Chile.

KLIKSBERG, B., 1999. Capital social y cultura: Claves para el desarrollo. Revista de la CEPAL n° 69. 85-102

GARCÍA MONTALVO, J. y REYNAL-QUEROL, M., 2003. Capital social: instrumentos de medida y métrica desde la óptica de un economista empírico. <http://www.socialcapitalgateway.org/NV-eng-basicreadings.htm> 46 p.

FERNÁNDEZ ALSINA, C. et al, 2004: "Sustentabilidad de Pymes Agropecuarias", Buenos Aires: INTA, 104 p.

INSTITUTO DE DESARROLLO RURAL (IDR), 2008. Capital social en vitivinicultura argentina. Factores que limitan su desarrollo.

PUTMAN, R., 1993. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton University Press.

PUTMAN, R., 1995. Bowling Alone: America's Declining Social capital. *Journal of Democracy*, 6 (January), 65-78.