

DOCUMENTO DE TRABAJO Nº

11

**LOS EMPRESARIOS BODEGUEROS.
ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS E INTEGRACION REGIONAL¹**

Diego Piñeiro
Verónica Filardo
Mariela Bianco
Pablo Hein

¹ - Informe parcial de investigación, proyecto del Grupo de Investigación en Sociología Agraria (GISA): "Los empresarios bodegueros del complejo agro-industrial vitivinícola. Opiniones, comportamientos y actitudes frente a la reconversión tecnológica y la integración regional".

INTRODUCCION

El presente trabajo es parte de un estudio sobre el Complejo Agroindustrial Vitivinícola del Uruguay. El mismo se está llevando a cabo por convenio entre la Facultad de Ciencias Sociales y la Facultad de Agronomía, con el apoyo del Instituto Nacional de Vitivinicultura, (INAVI). Esta primera versión preliminar corresponde a los resultado parciales de una encuesta efectuada a los empresarios bodegueros, a fines del año 1992, con el financiamiento principal de la Facultad de Ciencias Sociales.

El objetivo de este informe, que recoge aproximadamente un tercio de toda la información obtenida, es el de proporcionar un primer avance de los resultados. Con este fin fueron seleccionados los aspectos, que a juicio de los investigadores, podrían ser de mayor interés para el INAVI, sin perjuicio de que en próximos informes se haga llegar el resto de los resultados. Desde el punto de vista operativo los investigadores responsables de este estudio aspiran a que los resultados presentados en este informe puedan ser comentados y analizados con directivos y técnicos del INAVI.

El informe se ha organizado en cuatro capítulos. En el primero se presenta un resumen de la metodología empleada en la investigación. En el segundo se presentan las opiniones y posibles comportamientos de los empresarios bodegueros frente al proceso de Integración Regional. En el tercero se presentan las opciones prospectivas de los bodegueros. En particular se centra la atención en identificar cuáles son las estrategias que los empresarios se plantean para el futuro en sus empresas, cuáles son los principales obstáculos

que se oponen a las inversiones en el rubro y finalmente cuáles serán las principales opciones de inversión. En el cuarto capítulo se desarrolla la relación entre los empresarios bodegueros y el INAVI. Así se profundiza en el conocimiento e identificación de lois directivos de su órgano máximo, el Consejo de Administración, se les pide opinión sobre la atención de dicho instituto, se les pide que evalúen las acciones y políticas del mismo, etc..

Finalmente cabe aclarar que para facilitar la lectura cada capítulo termina con un resumen de las principales conclusiones que emergen de los datos.

CAPITULO I

METODOLOGIA EMPLEADA EN LA ENCUESTA A BODEGUEROS.-

MUESTRA

El universo se compone de bodegas que elaboraron vino en el año 1992.

De los registros del INAVI se obtuvo la siguiente información:

393 bodegas elaboraron vino en 1992

39 bodegas no elaboraron en 1992 pero elaboraron en alguno de los dos años anteriores (o sea que elaboraron en el 90 ó en el 91)

12 bodegas elaboraron en el 90 y 91 pero no en 1992.

Se decidió mantener el universo en las 393 bodegas que procesaron en 1992. En el futuro se podría estudiar específicamente el 32, que no habían procesado bodegas (que los

años anteriores) para aplicar otro formulario, donde se focalizara el interés de estudio en cuáles habían sido los motivos para retirarse de la actividad industrial (ya fuera permanente o temporalmente), etc.

Existen seis estratos definidos en función del volumen de litros de vino procesados por las bodegas, que utiliza el INAVI, para el registro de su información.

La variable "volumen de litros de vino elaborado", que se toma anualmente, funciona como el indicador de la variable "Tamaño de bodega" en nuestro proyecto.

Los estratos definidos por el INAVI son los siguientes:

1. hasta 50.000 litros
2. 50.001 a 100.000 litros
3. 100.001 a 250.000 litros
4. 250.001 a 500.000 litros
5. 500.001 a 1.000.000 litros
6. más de 1.000.000 de litros

La distribución de las bodegas según los estratos de volumen de litros de vino procesados en 1992, es la siguiente:

ESTRATO	NUMERO DE BODEGAS
1	139
2	82
3	85
4	49
5	25
6	13
TOTAL	393

El proyecto preveía una muestra de 120 casos como cota superior. Esto implicaba elaborar un diseño muestral con un n fijo y acotado (limitado por recursos financieros), que significa el 30.7 % del universo.

Dado que la muestra, según el diseño de investigación, sería estratificada por "tamaño de bodega" y el indicador seleccionado para esta variable era "litros de vino elaborado en 1992" , la discusión se planteaba en este punto en torno a la redefinición de los estratos que utiliza el INAVI, sostenido por criterios teóricamente sustantivos, y de forma tal que el número de casos muestrados en cada estrato fuera significativo. Existieron varias alternativas de recategorización de los datos, de las cuales una fue la seleccionada como óptima, que es la que se detalla a continuación.¹

- Estrato 1. hasta 100.000 litros

- Estrato 2. de 100.001 a 250.000 litros

- Estrato 3. de 250.001 a 1.000.000 de litros

- Estrato 4. más de 1.000.000 de litros

¹ Todas las alternativas previstas como posibles están documentadas, en un trabajo anterior de circulación interna, con los criterios que justifican las estratificaciones.

Fundamentación de la constitución de estos estratos

1. Según los datos de evolución del número de bodegas, es a partir del estrato de 100.000 a 250.000 litros que empieza a notarse un incremento en la cantidad de las mismas, en tanto que el número de bodegas que procesan menos de 100.000 litros va en descenso.

2. En el trabajo de INAVI-GTZ se establece que 250.000 litros es el corte a partir del cual las bodegas están en condiciones de incorporar tecnología de avanzada.

3. Dado los dos puntos anteriores es posible que el estrato de 100.000 a 250.000 litros sea "transicional", y por lo tanto sea conveniente considerarlo aparte.

4. En el estrato 3 que se ha definido, sin duda se están "agregando" situaciones que pueden ser diferentes, dada la diferencia de volumen de elaboración de las bodegas que pertenecen a este estrato. Sin embargo, la pérdida de información que se plantea en este grupo se justifica en función de que no pueden ser definidos más de cuatro estratos, en relación al número de casos de la muestra y el interés en diferenciar los chicos, los transicionales, los medianos y los grandes.

5. Se decidió censar el estrato 4, constituido por bodegas que elaboraron más de 1.000.000 de litros de vino en 1992, ya que el número absoluto de bodegas que pertenecen a este estrato es pequeño.

6. Por lo tanto en los tres primeros estratos las bodegas a encuestar se seleccionan mediante sorteo al azar en cada estrato, determinando el número de cada estrato, proporcional a la distribución del Universo.

7. De este modo la muestra termina siendo de la siguiente forma:

ESTRATO	NUMERO DE BODEGAS	NUMERO DE MUESTRA
1	221	62
2	85	26
3	74	22
4	13	13
TOTAL	393	123

Realización de la encuesta

La recolección de información se realizó desde el 7 al 23 de diciembre de 1992. Para esta etapa se contó con la colaboración del INAVI que facilitó el transporte para realizar gran parte de las encuestas y choferes conocedores de las rutas, lo que significó una gran ayuda para la culminación a tiempo de esta fase.

Sin embargo existieron inconvenientes, ya que fue dificultoso ubicar a la totalidad de los bodegueros que habían sido sorteados para la encuesta, por distintos motivos (viajes, rechazos, etc).

El criterio de reemplazos que se estableció no fue de titulares y suplentes respectivos, sino que consistió en una lista de suplentes para cada estrato, sin que existiera un orden preestablecido para el reemplazo. En definitiva la única variable que contaba como determinante para la elección del suplente, era "estrato de bodega".

Existieron también modificaciones ad-hoc de la muestra que terminó teniendo 122 unidades relevadas, 63 del estrato 1, 28 del estrato 2, 18 del estrato 3 y 13 del estrato 4.

Comentarios relativos al análisis

Todos los cuadros que se presentan a continuación toman como variable independiente el Tamaño de Bodega.

Debe dejarse claro, que se elaboró un análisis de tendencia en todas las variables que se cruzan, aún cuando se tienen números muestrales relativamente pequeños en dos de los estratos. Este hecho no invalida la bondad de la muestra y las conclusiones que se pueden extraer de ella, en la medida que están representadas proporcionalmente al estrato a que correspondan, el 30.7 % de las encuestas del universo definido.

CAPITULO II

OPINIONES ACERCA DE LA INTEGRACION REGIONAL

Es conveniente hacer algunas reflexiones sobre el tema de la integración regional antes de profundizar en la interpretación de los resultados de la encuesta a los bodegueros sobre este tema. La integración regional es un concepto que tiene connotaciones políticas, alcances y perspectivas diversas. Es por esto que puede ser útil dejar claro que a los efectos, por lo menos, de este trabajo no se toma integración regional como sinónimo de MERCOSUR. Muy por el contrario, se considera que el MERCOSUR es sólo una operacionalización de una parte del proceso de integración regional. Es decir que el MERCOSUR, se inscribe en el marco de la integración regional, pero ésta no se agota en él. La planificación regional productiva, el intercambio de saberes y conocimientos científicos y de tecnología, la movilidad sin restricciones de recursos humanos, aún la construcción de grandes obras (la represa de Salto Grande, el proyecto del Puente Colonia- Buenos Aires, la Carretera Interamericana, etc), son todas iniciativas que al igual que el MERCOSUR tienen como objetivos, declarativos por los menos, la integración regional.

En el Uruguay, a pesar que el tema de la integración tiene larga data², se asiste a un fenómeno de impacto social muy significativo a partir de la firma del Tratado de Asunción,

² En América Latina, en general el tema de la integración estuvo presente desde hace varias décadas y ALALC, ALADI, y numerosos convenios bi y multi-nacionales son significativos representantes de esto.

en marzo de 1991. Se visualiza un explosión de interés, información y tratamiento de todo lo relacionado con los efectos previsibles para el país, en todos los aspectos en relación al MERCOSUR. No siempre existe una diferenciación clara entre integración regional y MERCOSUR.

La encuesta a empresarios bodegueros trata de ambos temas. A continuación se presentan algunos cuadros y conclusiones sobre la opinión de los bodegueros acerca de los efectos que la integración regional tendrá para el país.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS SOBRE LOS BENEFICIOS PARA EL PAIS DEL PROCESO DE INTEGRACION REGIONAL.

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
en todos	6.3	3.6			4.1
en muchos	11.1	10.7	11.1	38.5	13.9
solo en algunos	61.9	71.4	66.7	38.5	62.3
en ninguno	9.5	7.1	16.7	15.4	10.7
no sabe, no opina	11.1	7.1	5.6	7.7	9.0
TOTAL	100	100	100	100	100

Este cuadro representa la distribución de respuestas (presentadas en porcentajes) de la pregunta: ¿Ud cree que el proceso de integración regional será beneficioso en todos los aspectos, en muchos de los aspectos, sólo en algunos

aspectos, en ningún aspecto, para el país?, según el estrato³ de las bodegas.

Las categorías de respuestas que se presentaron a los encuestados, ofrecían una escala gradual de posibilidades, que iban de positivo en todos los aspectos a negativo en todos los aspectos. Es posible construir dos categorías, en una de las cuales sean preponderantes los aspectos negativos y en la otra los aspectos positivos. Del total de los encuestados, el 18 % considera que el proceso de integración regional básicamente se asocia a beneficios, mientras que el 73 % visualiza efectos parcialmente beneficiosos para el país en dicho proceso.

Al mirar la distribución por estrato de las bodegas se aprecia que entre los encuestados de los primeros tres estratos una proporción similar, pero relativamente baja (del 17%, 14% y 11%), considera beneficiosa la integración. En cambio en el estrato de bodegueros más grandes el 39% la considera beneficiosa. Entre quienes opinan que el proceso de integración regional trae aparejado efectos negativos para el país, ocurre el mismo fenómeno de paridad de respuestas para los tres primeros estratos (alrededor del 80%) mientras el estrato 4 tiene un menor porcentaje de respuestas en esta categoría (53.9 %). Quienes no opinan representan el 9% de los bodegueros; la mayor proporción corresponde a los bodegueros del estrato 1, lo cual probablemente denote el

³ El estrato de las bodegas, está definido según el volumen de procesamiento en el año 1992, según el siguiente criterio:
Estrato 1. Hasta 100.000 lts procesados en 1992.
Estrato 2. De 100.001 a 250.000 lts procesados en 1992.
Estrato 3. De 250.001 a 1.000.000 lts procesados en 1992.
Estrato 4. Más de 1.000.000 lts procesados en 1992.

manejo de menor información acerca del tema.

Con respecto al impacto de la integración regional sobre el crecimiento económico del país, las opiniones de los bodegueros siguen aproximadamente la misma tendencia que en el cuadro anterior.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS SOBRE LOS IMPACTOS DE LA INTEGRACION REGIONAL SOBRE EL CRECIMIENTO ECONOMICO DEL PAIS

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Impacto positivo	11.1	10.7	11.1	15.4	11.5
Impactos diferenciales	46.0	50.0	27.8	53.8	45.1
No tendrá impacto	4.8	17.9			6.6
Impacto negativo	22.2	21.4	38.9	23.1	24.6
No sabe, no opina	15.9		22.2	7.7	12.3
TOTAL	100	100	100	100	100

En primer lugar un 25% piensa que tendrá impactos negativos, un 11% que tendrá impactos positivos y la mayoría (45%), que los impactos no serán ni positivos ni negativos globalmente sino que serán diferenciales según el tamaño de las empresas y/o el sector de la economía. Es interesante notar que solamente el 7% de los bodegueros piensa que la integración regional no tendrá impacto alguno sobre el crecimiento económico del país. Es decir que los empresarios bodegueros

comparten la percepción que tiene el conjunto de nuestra sociedad acerca de la importancia del proceso de integración regional.

En un análisis por estrato de tamaño de los empresarios bodegueros, aparecen algunas diferencias, cuya explicación no es aparentemente sencilla. Los productores del estrato 3 son los que tienen la visión más negativa acerca del impacto de la integración regional (39%). Por otro lado los bodegueros del estrato 2 son los que registran en mayor proporción la opinión de que la integración regional no impactará el crecimiento económico del país (18%). Los estratos 1 y 4 revisten de cierta forma comportamientos similares.

En dos preguntas posteriores se les pidió a los empresarios bodegueros entrevistados que opinaran sobre los posibles impactos de la integración regional sobre la estabilidad económica y sobre la estabilidad política del país. Con respecto a la primera pregunta los empresarios opinaron de la siguiente forma.

IMPACTOS DE LA INTEGRACION REGIONAL SOBRE LA ESTABILIDAD ECONOMICA

	ESTRATO 1	ESTRAO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Impacto positivo	4.8	14.3	5.6	7.7	7.4
Impactos diferenciales	34.9	35.7	16.7	30.8	32.0
No tendrá impacto	7.9	25.0	11.1	7.7	12.3
Impacto negativo	20.6	25.0	27.8	30.8	23.8
No opina	31.8		38.8	23.1	24.6
TOTAL	100	100	100	100	100

El 23.8% de los empresarios bodegueros considera que la integración regional tendrá impactos negativos sobre la estabilidad económica, mientras que solamente el 7.4% piensa que los efectos serán positivos. Quienes consideran que no tendrá impacto representan un 12.3% y quienes creen que los impactos serán diferenciales un 32%. Este último dato es de cierta forma coincidente con la tendencia de opinión mayoritaria encontrada en el cuadro anterior. Es importante destacar el porcentaje de respuestas que involucra la categoría no opina, (25%), mostrando que existe un margen de incertidumbre bastante importante en relación al proceso mencionado.

En un análisis por estrato se observa que los productores que ven con cierto pesimismo el impacto de la integración regional sobre la estabilidad económica son más numerosos en los dos estratos de mayor tamaño, representando el 27.8% y el 30.8% de las opiniones del estrato 3 y 4 respectivamente. Son los bodegueros más grandes quienes consideran que la estabilidad económica está de alguna manera amenazada por la integración regional. Los productores de los estratos 1 y 2 se inclinan mayoritariamente por la opinión de que la integración regional producirá impactos diferenciales sobre la estabilidad económica.

Con respecto a la segunda pregunta los empresarios opinaron como se indica en la página siguiente sobre el impacto de la integración regional sobre la estabilidad política:

IMPACTOS DE LA INTEGRACION REGIONAL SOBRE LA ESTABILIDAD POLITICA

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Impacto positivo	7.9	21.4	5.6	7.7	10.7
Impactos diferenciales	9.5	10.7	11.1	7.7	9.8
No tendrá impacto	25.4	17.9	16.7	15.4	21.3
Impacto negativo	12.7	25.0		15.4	13.9
No opina	44.5	25.0	66.7	53.8	44.2
TOTAL	100	100	100	100	100

La pregunta sobre los efectos de la integración regional en relación a la estabilidad política no es contestada por casi la mitad de los productores encuestados. Este comportamiento se acentúa en los dos estratos más grandes. En segundo término se aprecia que existe una opinión que involucra a la quinta parte del conjunto encuestado que declara que el proceso de integración regional directamente no tendrá impacto alguno sobre la estabilidad política del país. Con mayor fuerza desde los productores más chicos decreciendo hacia los productores más grandes, (25.4% y 15.4% respectivamente), se considera que no hay asociación entre los procesos económicos y los procesos políticos de la vida nacional. Las opiniones negativas ocupan el segundo lugar dentro del conjunto de opiniones expresadas, encontrándose un 14% de los bodegueros que se manifiestan pesimistas en relación al proceso y su vinculación con la estabilidad

política.

Las opiniones positivas, siendo el 10% del total, representan algo más de la quinta parte del estrato 2 que se muestra comparativamente más optimista que el resto.

Seguidamente se requirió la opinión de los empresarios en relación al impacto que podría tener la integración regional sobre los aspectos tecnológicos para el conjunto del país.

IMPACTOS DE LA INTEGRACION REGIONAL EN MATERIA TECNOLOGICA

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Impacto positivo	27.0	39.3	16.7	46.2	30.3
Impactos diferenciales	20.6	32.1	33.3	30.8	26.2
No tendrá impacto	14.3	3.6	11.1		9.8
Impacto negativo	4.8	10.7		7.7	5.7
No opina	33.3	14.3	38.9	15.4	27.8
TOTAL	100	100	100	100	100

El aspecto tecnológico representa la única materia en la cual los bodegueros se muestran con cierto optimismo en relación a la integración, expresando en un 30% que la misma tendrá un impacto positivo para el conjunto del país. En cambio solamente el 5.7% de los bodegueros piensa que los impactos serán negativos. Paralelamente el 26.2% de los encuestados considera que la integración regional tendrá impactos

diferenciales en materia tecnológica. La opinión mayoritaria (impacto positivo), muestra una relación que es creciente con el tamaño del estrato, salvo el estrato 3 que aparece como menos optimista.

En un análisis por estrato se aprecia que en el estrato de bodegueros más grandes uno de cada dos empresarios opina que la integración regional tendrá un impacto positivo y uno de cada tres considera que traerá efectos diferenciales en materia de tecnología. A nivel del estrato 3 las opiniones se nuclean en los impactos diferenciales representando el 33.3% de las respuestas.

Los estratos 1 y 2 registran opiniones más repartidas entre las categorías de respuesta, siendo significativas dos cosas: el porcentaje (14.3%) de productores del estrato 1 que considera que la integración no tendrá impactos sobre la cuestión tecnológica; y el porcentaje de respuestas sobre impactos positivos del estrato 2, (casi 40%) que casi iguala el porcentaje registrado por el estrato 4.

El porcentaje de encuestados que no opina (27.8%) llama la atención en un tema que ha sido tan comentado a nivel de prensa como es el tema de la modernización tecnológica. Sin embargo se aprecia que existe aún un gran manto de incertidumbre que cubre a los cuatro estratos de productores.

A continuación se requirió la opinión de los bodegueros acerca del impacto que tendrá la integración regional sobre el empleo en el país.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LAS RESPUESTAS ACERCA DE LOS IMPACTOS DE LA INTEGRACION REGIONAL SOBRE EL EMPLEO

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Impacto positivo	1.6	10.7	5.6	15.4	5.7
Impactos diferenciales	15.9		11.1	23.1	12.3
No tendrá impacto	11.1	7.1			7.4
Impacto negativo	28.6	50.0	44.4	23.1	35.2
No opina	42.9	32.1	38.9	38.5	39.3
TOTAL	100	100	100	100	100

En materia de empleo los bodegueros se muestran más negativos que en el resto de los aspectos considerados anteriormente. Algo más de la tercera parte de las respuestas se nuclean en esta categoría y es aún mayor el porcentaje de productores que no contestan la pregunta (39%). Contrariamente quienes opinan que los impactos de la integración regional sobre el empleo serán positivos representan sólo el 5.7% de las respuestas y los que creen que habrá impactos diferenciales son el 12.3%.

Los estratos intermedios 2 y 3 son los que revisten mayor opinión negativa disminuyendo esta opinión hacia los estratos

inferior y superior.

Las respuestas omitidas por aquellos empresarios que no opinan, denota la existencia de incertidumbres que desempeñan un rol importante a nivel de todos los estratos.

Cuando se requirió la opinión de los empresarios acerca del impacto de la integración regional sobre su empresa en particular, las respuestas fueron aún más negativas, como se aprecia en el cuadro siguiente.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LAS OPINIONES ACERCA DEL IMPACTO DEL MERCOSUR SOBRE SU EMPRESA EN PARTICULAR

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Impacto positivo	8.0	7.1	11.1	30.8	10.6
Ni pos. ni neg.	30.2	10.7	16.3	7.7	21.3
Impacto negativo	50.8	67.8	44.4	38.5	52.4
No opina	11.1	14.3	27.8	23.1	15.5
TOTAL	100	100	100	100	100

Algo más de la mitad de los empresarios encuestados opina que se verá perjudicado por este acuerdo de carácter económico. Por razones obvias de capacidad de competitividad en el mercado ampliado, los estratos más pequeños se perciben más perjudicados, mientras los dos estratos mayores se ven menos

amenazados que los primeros.

La quinta parte de los encuestados opina que la integración no afectará la actividad productiva de su bodega. Sorprendentemente los que más sostienen esta posición son los productores chicos. Probablemente este conjunto de productores piense que podrá seguir vendiendo su producto en el mercado local sin estar amenazado por la competencia regional que influirá más sobre los vinos de mejor calidad. Es decir que perciben que la integración modificaría sectores del mercado interno a los cuales su producción no se dirige.

Es alarmante el bajo porcentaje de respuestas positivas, viendo una vez más que el Mercosur es percibida como más perjudicial que beneficiosa para la producción nacional. Este tipo de respuestas crece acompañando el aumento del tamaño del estrato despegando a nivel del estrato 4, quienes probablemente consideren que la integración habilitará a colocar sus vinos en la región a la vez que facilitará la adquisición de insumos y tecnología de avanzada a menores costos.

En un análisis por estrato se observan las siguientes tendencias. En el estrato 4 se observa una división de opiniones entre los efectos positivos y negativos (30.8% y 38.5% respectivamente). En el estrato 3 hay una tendencia de concentración hacia los efectos negativos y en el estrato 2 ésta se agudiza aún más alcanzando al 67.8% de las respuestas. El estrato 1 concentra la mitad de sus respuestas (50.8%) en los efectos negativos, registrando un 30.2% en la categoría que no discrimina los impactos.

Es igualmente relevante el conjunto de bodegueros que no abren opinión, sobretodo porque esta actitud se ve con más fuerza en los estratos mayores. Hay un mayor margen de incertidumbre en ellos, posiblemente porque enfrentarán la competencia de vinos finos del tipo de los que ellos elaboran.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS ACERCA DE LA OPINION SOBRE LA LLEGADA AL PAIS DE VINOS REGIONALES

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Opción 1	7.9	3.6	5.6	7.7	6.6
Opción 2	28.6	35.7	44.4	23.1	32.0
Opción 3	52.4	42.9	38.9	38.5	46.7
Opción 4	3.2	7.1	5.6	23.1	6.6
Otras		3.6			0.8
No sabe, no opina	7.9	7.1	5.6	7.7	6.6
TOTAL	100	100	100	100	100

OPCIONES

1. La llegada de vinos de Argentina y Chile no afectará en nada la venta de mi producción en el mercado nacional.
2. Los vinos de Argentina y Chile dificultarán en alguna medida la venta de mi producción de vino en el mercado interno.
3. Los vinos de Argentina y Chile dificultarán en gran medida la venta de mi producción en el mercado interno.
4. EL Mercosur posibilitará la entrada de mi producción en un mercado ampliado.
5. Otras
6. No sabe, no opina.

Existe entre los bodegueros un temor generalizado ante la inminente entrada al país de los vinos argentinos y chilenos, en relación a la obstaculización de la comercialización del vino nacional. Un 78% de los bodegueros encuestados manifiesta que este fenómeno provocará por lo menos algún impacto negativo en la venta de su producción. Dentro de esta óptica pesimista un 46.7% de los productores considera que las dificultades de la comercialización producidas serán grandes, lo cual hace todavía más grave la cuestión.

Solamente el 7% considera que la integración traerá consigo una posibilidad de colocación de sus productos en mercados regionales. Dentro de esta visión encontramos que el 23% de los productores grandes se inclina en esta dirección, siendo éste el único grupo que considera que el Mercosur favorecerá las posibilidades de exportación.

El estrato 4 concentra sus opiniones en un 39% en la opinión de que la competencia regional dificultará en gran medida sus ventas. Este estrato es el que tiene más diversidad de opiniones, pese a lo cual es el que registra opiniones más positivas de los cuatro estratos.

En los estratos 1, 2 y 3 se percibe una tendencia más negativa en las opiniones. El estrato 1 concentra la mitad de las respuestas en la categoría más crítica (3). En el estrato 2 la tendencia anterior se hace más suave, invirtiéndose para el estrato 3. En este último las opiniones más pesimistas registran un 38% frente a las menos críticas con 45%.

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Este capítulo mide la percepción que tienen los empresarios bodegueros frente al proceso de Integración Regional y el Mercosur. Tiene dos niveles de análisis distintos. En el primero se mide la opinión empresarial del impacto de la integración sobre el país, en dimensiones tales como el crecimiento económico, la estabilidad política y económica, la renovación tecnológica y el empleo. En el segundo se mide la percepción que dichos empresarios tienen del impacto del Mercosur sobre su propia empresa.

El capítulo se abre con una pregunta general acerca de si los entrevistados perciben que la integración será o no beneficiosa para el país. El 73% de los bodegueros percibe que será sólo parcialmente beneficiosa. Discriminando por estratos de tamaño los empresarios más chicos resultan más pesimistas (75%), que los empresarios más grandes (54%). Interrogados acerca del impacto de la integración sobre el crecimiento económico del país las respuestas también muestran una percepción más bien negativa. Uno de cada cuatro piensa que el impacto será diferencial según el sector de la economía. Proporciones casi similares se obtienen cuando se les interroga sobre la estabilidad económica futura en un contexto de integración regional.

En cambio la mayoría de los empresarios no emite juicio sobre el impacto de la integración regional sobre la estabilidad política, mientras uno de cada cuatro directamente piensa que no la afectará.

Las opiniones también son negativas cuando se les interroga sobre el impacto de la integración sobre el empleo (35%),

aunque se registra también una proporción alta, (39%), que prefiere no abrir juicio sobre este aspecto.

Finalmente cambia el sentido de las respuestas cuando los empresarios opinan sobre el efecto que tendrá la integración sobre la incorporación tecnológica. En este caso, 36% de los encuestados considera que el impacto será positivo, mientras 26% piensa que los impactos serán diferenciales. Sólo un 6% considera que los impactos serán negativos.

El conjunto de respuestas, sin llegar a ser contradictorio, induce a la necesidad de profundizar más en este tema. Porque si la percepción es que la integración mejorará la situación tecnológica (al menos parcialmente), ¿por qué se percibe que esta renovación no repercutirá sobre el crecimiento y la estabilidad económica?. Tal vez la clave esté en que el tipo de incorporación tecnológica que se prevé sea ahorradora de mano de obra (y por ello las respuestas negativas en torno al crecimiento del empleo) y por lo tanto se esté pensando en que el crecimiento económico posible será más bien concentrado y con poco efecto sobre la estabilidad económica. Finalmente también llama la atención que no se emita juicio o no se relacione la actitud más bien pesimista en materia económica y de empleo con la estabilidad política. ¿Refleja esto confianza en el sistema político para manejar una situación de inestabilidad y poco crecimiento económico o es simplemente que los entrevistados no relacionan ambos factores por desconocimiento?.

Como se dijo anteriormente, un segundo nivel de interrogación se refirió al impacto de la integración regional sobre las empresas en particular. El ánimo general es negativo (52%), mientras un 21% piensa que no tendrá efecto sobre su empresa.

Sólo el 11% considera que será positivo sobre su empresa y en esta opinión el estrato de tamaño de la bodega es un factor discriminante creciendo la opinión positiva desde los bodegueros más chicos a los más grandes.

Sin duda que existe aprensión hacia la competencia que en el futuro provendrá de los vino de Argentina y Chile (78%) y aún más, 47% de los entrevistados piensa que estas importaciones los afectará en gran medida. Es sintomático que sólo el 7% de los entrevistados percibe la integración regional a la inversa, es decir como la posibilidad de ampliar sus mercados exportando a países de la región. Esta percepción es algo mayor en los estratos de bodegueros más grandes.

CAPITULO III

LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Este es un capítulo fuertemente prospectivo, en el cual mediante una batería de preguntas distintas se ha tratado de medir las estrategias futuras que los bodegueros adoptarán para sus empresas. En primer lugar se inicia con una pregunta que verifica si los entrevistados permanecerán o no como empresarios bodegueros. Como la respuesta es abrumadoramente positiva, se continúa con un par de preguntas en las que se identifican las estrategias globales que seguirán los empresarios. Dado que las respuestas detectan una voluntad mayoritaria hacia las inversiones en sus empresas, varias preguntas están destinadas a profundizar en qué y cómo invertirán. Finalmente el capítulo se cierra con una pregunta que releva las demandas que realizarían los bodegueros al Estado para facilitar sus estrategias empresariales.

Como se dijo en primer lugar se relevó la disposición de los entrevistados a continuar elaborando vino. Los resultados se presentan en el cuadro siguiente:

PORCENTAJE DE RESPUESTAS SOBRE LA DISPOSICION A CONTINUAR ELABORANDO VINO

	ESTRATO 1	ESTRATO2	ESTRATO 3	ESTRATO4	TOTAL
SI	90.5	92.9	94.4	100	91.8
NO	4.8	3.6	5.6		4.1
NO SABE	1.6	3.6			1.6
NO OPINA	3.2				1.6
TOTAL	100	100	100	100	100

En este cuadro se observa claramente que la inmensa mayoría de los empresarios encuestados (91.8%), está dispuesta a continuar elaborando vino en los próximos años. Por el contrario solamente el 4% se manifiesta en contra de continuar elaborando, concentrándose en el estrato 1 con tres casos y un caso para cada uno de los estratos 2 y 3. Esta tendencia se acrecienta en los estratos mayores llegando al 100% del estrato 4.

Es insignificante el porcentaje de productores que tiene dudas acerca de continuar en la producción de vino, registrándose únicamente a nivel de los productores chicos.

Seguidamente se les solicitó a los empresarios bodegueros entrevistados que seleccionasen entre una serie de opciones predeterminadas su estrategia empresarial para los próximos tres años. Se les indicó que eligiesen en orden dos estrategias posibles. Los resultados se presentan en los dos cuadros siguientes.

Las estrategias elegidas en primer término consisten en la incorporación de tecnología para obtener vinos de máxima calidad en un 32% y aumentar la producción propia de vid en variedades finas en un 32.8%. Si se suman estos porcentajes se obtiene que el 65% de los productores orienta sus estrategias hacia la producción de vinos finos.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS SOBRE LA PRIMERA ESTRATEGIA PRODUCTIVA PARA LOS PROXIMOS AÑOS

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
OPCION 1	14.3	39.3	50.0	76.9	32.0
OPCION 2	38.1	28.6	33.3	15.4	32.8
OPCION 3	3.2	3.6			2.5
OPCION 4	6.3	3.6			4.1
OPCION 5	1.6	7.1	5.6		3.3
OPCION 6	1.6	3.6			1.6
OPCION 7	14.3				7.4
OPCION 8	9.5	7.1			6.6
OPCION 10	3.2		5.6		2.5
OPCION 11	3.2		5.6	7.7	3.3
No opina	4.8	7.1			4.1
TOTAL	100	100	100	100	100

OPCIONES:

1. Incorporar tecnología que le permita obtener vinos de máxima calidad (equipos de frío, filtros, moledora, etc.).
2. Aumentar la producción propia de vid en variedades finas.
3. Aumentar la producción propia de vid aunque no sea en variedades finas.

4. Desarrollar una estrategia que priorice los estudios de mercado, la comercialización, campañas publicitarias, etc..
5. Realizar inversiones en activo fijo (edilicias, mejoramiento de piletas, etc.).
6. Desarrollar una estrategia orientada a diversificar la producción industrial (mayor variedad en los tipos de vinos producidos, subproductos industriales, etc.).
7. Diversificación de producción agrícola (incorporar o aumentar la producción de otros rubros distintos de la vid).
8. Asociarse con otros productores.
10. Traer el vino de otros países y venderlo en el mercado interno con su marca.
11. Otras.

Se puede señalar que las inversiones en la fase industrial (opción 1), aumentan en relación al estrato. Se encuentra un 14.3% de productores del estrato 1 frente a un 76.9% en el estrato 4 que optan por esta estrategia. En cambio en la fase agraria (opción 2), la relación es inversa: sólo el 15% de los productores del estrato 4 piensa invertir en aumentar la producción propia de vid en variedades finas, mientras que hasta un 38% de los productores del estrato 1 están dispuestos a hacerlo. En el estrato mayor casi el 100% de los bodegueros se vuelca hacia las dos opciones mencionadas. A medida que disminuye el estrato de tamaño de la bodega se observa un aumento paulatino en la dispersión, lo cual denota una mayor inseguridad o desinformación a nivel de los productores más chicos.

Un dato llamativo dentro del estrato 1 es que un 14.3% de los bodegueros eligieron la opción "diversificación de la producción agrícola". Esta opción fue únicamente seleccionada

por este estrato.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS ACERCA DE LA SEGUNDA ESTRATEGIA PRODUCTIVA PARA LOS PROXIMOS AÑOS

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO4	TOTAL
OP. 1	20.6	17.9	5.6	15.4	17.2
OP. 2	19.0	32.1	50.0	46.2	29.5
OP. 3	6.3		11.1		4.9
OP. 4	6.3	7.1	16.7	30.8	10.7
OP. 5	9.5	14.3	5.6	7.7	9.8
OP. 6	4.8	3.6			3.3
OP. 7	3.2	7.1			3.3
OP. 8	9.5		5.6		5.7
OP. 10	3.2	3.6			2.5
OP. 11			5.6		0.8
No opina	17.5	14.3			15.0
TOTAL	100	100	100	100	100

OPCIONES:

1. Incorporar tecnología que le permita obtener vinos de máxima calidad (equipos de frío, filtros, moledora, etc.).
2. Aumentar la producción propia de vid en variedades finas.
3. Aumentar la producción propia de vid aunque no sea en variedades finas.
4. Desarrollar una estrategia que priorice los estudios de mercado, la comercialización, campañas publicitarias, etc..
5. Realizar inversiones en activo fijo (edilicias, mejoramiento de piletas, etc.).
6. Desarrollar una estrategia orientada a diversificar la producción industrial (mayor variedad en los tipos de vinos producidos, subproductos industriales, etc.).

7. Diversificación de producción agrícola (incorporar o aumentar la producción de otros rubros distintos de la vid).
8. Asociarse con otros productores.
10. Traer el vino de otros países y venderlo en el mercado interno con su marca.
11. Otras.

El cuadro anterior reúne las preferencias de los bodegueros con respecto a una segunda estrategia productiva que están dispuestos a desarrollar. Siguen siendo preferentes las opciones por desarrollar la fase industrial y agraria (opciones 1 y 2). Estas concentran un 17.2% y 29.5% de las respuestas respectivamente.

Se aprecia que aparecen otras opciones que en el primer cuadro no presentaron registros fuertes como ser "estudios de mercado" con un 10.7% y las "inversiones en activo fijo" con un 9.8%.

En un análisis por estrato aparece con mayor nitidez que los bodegueros más pequeños han elegido ahora en mayor proporción, como segunda opción, la inversión en la fase industrial para mejorar la calidad del vino. Por otro lado y como era de esperar, también se aprecia que la estrategia de invertir en la fase agraria es elegida como segunda opción en forma creciente con el tamaño del estrato.

Resulta interesante ver cómo adquiere importancia otro aspecto no relacionado directamente con la producción sino con los servicios, para los productores en su conjunto, pero más aún para los estratos superiores, (publicidad, marketing, etc.), 30.8% en el estrato 4.

Las inversiones en activo fijo concentran una de cada doce opiniones, obteniendo porcentajes similares en todos los estratos.

Por último se notó un aumento en la categoría de quienes no opinan representando un 15% del total. Se concentran en los estratos 1 y 2 con un 17.5% y 14.3% respectivamente. Se reafirma aquí la tendencia señalada en el cuadro anterior acerca de la desinformación e inseguridad de los estratos pequeños.

La dispersión mayor de las respuestas se sigue registrando en el estrato 1. A medida que aumenta el tamaño del estrato disminuye la dispersión, hasta llegar al estrato 4, que concentra sus opiniones en la fase agraria en un 45 %, un 30 % de los servicios asociados a la producción.

Las inversiones que los empresarios preven realizar en el sector son en primer lugar un indicador de las expectativas futuras del empresario en la rentabilidad de su empresa. En segundo lugar sin inversiones no sólo no hay crecimiento sino que ni siquiera se está reponiendo el capital que se desgasta por el uso o la obsolescencia. Las inversiones pueden ser hechas en la fase agraria o industrial, pueden ser en tecnología, en activos fijos, en prácticas comerciales, etc, y pueden ser hechas apelando al capital propio o recurriendo a créditos. Sobre estas opciones se interrogó a los empresarios bodegueros y se presentan los resultados en las próximas páginas.

Sin embargo como las inversiones dependen también mucho del contexto general en que se desarrolla el sector y la actividad vinícola en especial, se comenzó solicitándole a

los entrevistados que identificasen cuáles eran los principales obstáculos a la inversión. El cuadro siguiente presenta los resultados de esta pregunta.

La pregunta en relación a las perspectivas de inversión en el sector vinícola se formuló de la siguiente manera:

"Hay distintas opiniones con respecto a la inversión en el sector vinícola ¿cuál de estas afirmaciones representa mejor su opinión?"

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA OPINION SOBRE LA INVERSION EN
EL SECTOR VINICOLA

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
OPCION 1	7.9				4.1
OPCION 2	3.2	10.7	16.7	23.1	9.0
OPCION 3	30.2	46.4	38.9	30.8	35.2
OPCION 4	11.1	17.9	16.7	23.1	14.8
OPCION 5	34.9	25.0	16.7	23.1	28.7
OPCION 6	1.6		5.6		1.6
NO OPINA	11.1		5.6		6.5
TOTAL	100	100	100	100	100

OPCIONES:

1. Uruguay no tiene ninguna posibilidad como productor de vino y por lo tanto no tiene sentido invertir en las bodegas.
2. Lo que falta es espíritu empresarial por parte de los bodegueros.
3. Las políticas económicas son erráticas, poco previsibles y por lo tanto condicionan negativamente al empresario bodeguero a invertir.
4. Existen carencias muy importantes en relación a las orientaciones técnicas de la producción.
5. No hay créditos convenientes que posibiliten la inversión.
6. Otras.

Las dificultades para la inversión en el sector vitivinícola tienen que ver con la falta de incentivos económicos, capaces de crear un marco de condiciones de conveniencia apropiado. Los bodegueros consideran que no existe una macropolítica que motive la inversión ya sea porque las políticas económicas hacia el sector son poco previsibles y no garantizan grados de seguridad adecuados, o porque no existe un incentivo

concreto a través de la implementación de líneas de crédito accesibles que viabilicen la modernización y la reconversión del sector. El 64% de las respuestas obtenidas se ubican en esta línea (opciones 3 y 5).

Sólo el 15% considera que los obstáculos se encuentran a nivel de las orientaciones técnicas.

El aspecto de la inestabilidad de las políticas económicas, se hace sentir más fuertemente en los estratos medios, disminuyendo su vigor hacia ambos extremos de la variable estrato. Quizás sea porque este sector intermedio es el que necesita más seguridad económica para afianzar su ubicación en el conjunto del sector industrial.

Con respecto a la falta de créditos que posibiliten la inversión los empresarios con las bodegas más pequeñas lo señalan como el principal inconveniente. La importancia asignada a este punto disminuye a medida que aumenta el tamaño de las bodegas.

Los grandes bodegueros ya han consolidado su posición frente al resto de los estratos y conquistado sectores importantes del mercado interno o aún externo.

En síntesis para los estratos 1, 2 y 3 la problemática sobre la inversión se resume en la ausencia de un marco de seguridad en el cual invertir y en la falta de recursos para invertir.

En el otro extremo el estrato 4 muestra mayor dispersión en las respuestas, no es tan homogéneo como los otros tres, pero insinúa una preocupación por las carencias a nivel de las orientaciones técnicas de la inversión y la falta de espíritu empresarial.

La falta de espíritu empresarial como explicación de la falta de inversión en el sector, aumenta en proporción de respuestas en la medida que aumenta el tamaño del estrato de la bodega, (va desde el 3.2% en el estrato 1 hasta el 23.1% en el estrato 4). Esto podría estar confirmando una hipótesis que sostuviera que el concepto de "espíritu empresarial" sólo es identificado por los empresarios grandes, mientras que para la realidad de los pequeños bodegueros es un concepto que resulta ajeno, o al menos irrelevante como explicación de la conducta con respecto a la inversión.

Las únicas respuestas que se recogen en cuanto a considerar "inviabile la producción vitivinícola en el país" se registran a nivel del estrato 1 representando un 8%, lo cual probablemente se corresponda con la probabilidad de no continuar en la elaboración de vino en el futuro. Lo anterior significa que la gran mayoría de los bodegueros considera que la producción de vino en el país continúa teniendo un futuro cierto, aún en el nuevo contexto de la integración.

Finalmente, es interesante que todos los estratos colocan las trabas a la inversión fuera del rubro o de sus empresarios, en causas que están bajo la responsabilidad de terceros, y más bien en referencia al Estado (política económica y créditos). La propensión a colocar las trabas a la inversión fuera de lo que el empresario controla crece a medida que disminuye el tamaño de la bodega. Dicho de otra manera los empresarios más grandes perciben que parte de las trabas están dentro del propio ámbito productivo y por lo tanto al menos parcialmente bajo su control.

Como ya se mencionó a pesar de los obstáculos identificados a la inversión, una proporción importante de los bodegueros manifestó su voluntad de invertir en sus empresas. En primer lugar se relevó la intención de invertir en nuevas tecnologías con el siguiente resultado:

DISPOSICION A INVERTIR EN NUEVAS TECNOLOGIAS

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Si	61.9	71.4	88.9	92.3	71.1
No	23.8	14.3	5.6		16.4
No sabe	4.8	7.1		7.7	4.9
No contesta	9.5	7.1	5.6		6.6
TOTAL	100	100	100	100	100

Existe entre los bodegueros una predisposición mayoritaria (71.3%) a realizar inversiones tecnológicas en el sector para los próximos años. Por el contrario quienes no piensan realizar inversiones representan solo el 16.4% de los empresarios encuestados. Un 5% se mantiene en la duda con respecto a los planes de inversión.

Se observa que la predisposición a realizar inversiones tecnológicas aumenta en relación al estrato de tamaño de las bodegas. Las respuestas afirmativas van desde un 61.9% para el estrato 1 a un 92.3% en el estrato 4, lo cual demuestra la gran predisposición a la inversión entre los productores más grandes.

En las respuestas negativas encontramos una relación opuesta a la anterior, siendo los productores más pequeños (23.8) los menos dispuestos a realizar inversiones. Además vemos que dentro del estrato 4 no se registran respuestas negativas y en el estrato 3 aparece solo una.

Las dudas se distribuyen en forma porcentualmente equitativa al interior de todos los estratos.

Resumiendo, podemos decir que en el estrato 1 las respuestas tienen la máxima dispersión dentro de las posibles opiniones, y esta dispersión se va reduciendo de acuerdo con el aumento del estrato hasta llegar al estrato 4 en el que casi la totalidad se manifiesta dispuesto a realizar futuras inversiones.

PIENSA REALIZAR INVERSIONES EN LA FASE AGRARIA

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Si	55.6	64.3	77.8	84.6	63.9
No	11.1	10.7	11.1	15.4	11.5
No opina	33.3	25.0	11.1		24.6
TOTAL	100	100	100	100	100

En este cuadro encontramos un importante porcentaje de productores que piensa invertir en dicha fase (63.9%), siendo además la opinión mayoritaria al interior de cada uno de los estratos estudiados. (Este dato es aún más importante si tenemos presente que no todos los productores encuestados tienen fase agraria). En contraposición a esto, un porcentaje minoritario 11.5% no realizará inversiones en esta fase (aún teniendo algunos de ellos vid cultivada). Estas opiniones se distribuyen homogéneamente al interior de todos los estratos.

Al analizar por estrato vemos que existe mayor predisposición a invertir entre los estratos grandes que entre los pequeños, sin ser en estos últimos la cifra despreciable (55.6%).

Una proporción del 23 % de los encuestados no se define en torno a la pregunta. En el estrato 4 todos los encuestados se definen por invertir o por no hacerlo en la fase agraria. En cambio la proporción de aquellos que no pueden responder la pregunta crece significativamente a medida que los empresarios tienen bodegas más pequeñas.

PIENSA REALIZAR INVERSIONES EN LA FASE INDUSTRIAL

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Si	42.9	50.0	72.2	84.6	53.3
No	22.2	17.9	16.7	7.7	18.9
No sabe		7.2			1.6
No contesta	34.9	25.0	11.1	7.7	26.2
TOTAL	100	100	100	100	100

La mitad de los bodegueros entrevistados se declaran decididos a invertir en la fase industrial, mientras que un 20% no está dispuesto a hacerlo. Sin embargo 1 de cada 4 empresarios tiene una opinión formada sobre el tema. Se confirma una vez más la intención de realizar inversiones que ya se ha venido observando en los cuadros anteriores. Los mismos comportamientos por estratos se repiten en este cuadro al igual que en los anteriores.

En el análisis por estrato es perceptible una mayor predisposición a invertir a medida que aumenta el tamaño de la bodega. En los extremos, mientras el 85% de los bodegueros del estrato mayor está dispuesto a invertir en la fase industrial, sólo lo está el 43% de los empresarios más chicos.

PIENSA REALIZAR INVERSIONES EN ACTIVO FIJO

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Si	25.4	35.7	33.3	61.5	32.8
No	39.7	35.7	50.0	15.4	37.7
No sabe	3.2	3.6	5.6	15.4	4.9
No contesta	31.8	25.0	11.1	7.7	24.6
TOTAL	100	100	100	100	100

La tercera parte de los bodegueros piensa realizar inversiones en activo fijo (32.8%), mientras que un 37.7% no realizará este tipo de inversiones. La incertidumbre representa un 5% de las respuestas, manteniéndose constante el porcentaje que no contesta a la pregunta.

En el análisis por estrato se aprecian algunas diferencias en relación a las tendencias emergentes de los cuadros anteriores. En los tres primeros estratos la proporción de empresarios que no invertirá en activo fijo iguala o supera a los que sí lo harán. En cambio en el estrato mayor, tres decada cuatro empresarios manifiestan su intención de invertir en activos fijos.

Por último se les pidió a los entrevistados que eligiesen entre alternativas predeterminadas las medidas que a su juicio debería impulsar el Estado para apoyar a las bodegas del sector. La técnica empleada consistió en solicitarle al entrevistado que eligiese tres opciones por orden de prioridad.

Por esta razón se presentan a continuación dos cuadros sobre el mismo tema: uno que recoge las opiniones acerca de la primera opción elegida por cada uno de los encuestados y otro que sintetiza todas las respuestas dadas, independientemente del orden de prioridad establecido.

DISTRIBUCION PORCENTUAL CORRESPONDIENTE A LA PRIMERA MEDIDA QUE DEBERIA IMPULSAR EL ESTADO

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
OPCION 1	60.3	57.1	38.9	38.5	54.1
OPCION 2	3.2	3.6			2.5
OPCION 3	9.5	7.1	5.6	15.4	9.0
OPCION 4	3.2	7.1			3.3
OPCION 5	19.0	17.9	33.3	38.5	23.0
OPCION 6	3.2	7.1			3.3
OPCION 7			16.7		2.5
OPCION 8				7.7	0.8
NO OPINA	1.6		5.6		1.6
TOTAL	100	100	100	100	100

OPCIONES:

1. Líneas de crédito convenientes, accesibles y blandas.
2. Indemnización en años de mala cosecha por problemas climáticos.
3. Generación y difusión de información sobre los mercados regionales, canales de comercialización del vino.
4. Gestiones en relación a la comercialización del vino nacional a nivel internacional.
5. Bajar los impuestos.
6. Asistencia técnica, información en relación a la tecnología más apropiada dentro de la disponible, etc..

7. Bajar los aranceles de materias primas.

8. Otras.

Las principales medidas que el Estado debería impulsar hacia el sector vinícola nacional, pueden sintetizarse en una expresión como "darle un respiro económico - financiero a los productores bodegueros". Esto en virtud del carácter de las medidas elegidas en forma mayoritaria por el conjunto de los productores, a saber líneas de crédito convenientes, accesibles y blandos, y bajar los impuestos, las cuales involucran a las tres cuartas partes de las respuestas, (77.1%). La mitad de los productores encuestados encuentra prioritario el aspecto de solucionar la ausencia de créditos accesibles para el sector. El 23% considera a su vez que en primer lugar el Estado debería ocuparse de implementar una baja en las cargas impositivas, (que se vinculan directamente con los costos de producción), lo cual apunta en la misma dirección de los reclamos en materia económica. El resto de las medidas planteadas reúne porcentajes de respuesta significativamente menores, incluso aquellas con una orientación más comercial y tecnológica como las opciones 3, 4 y 6, (9%, 3.3% y 3.3% respectivamente).

En relación al estrato 1 podemos observar que existe una preferencia muy importante, del orden del 60%, que se inclina por la necesidad de créditos a la producción. Esta preferencia se va haciendo menos fuerte a medida que aumentamos el tamaño de producción de la bodega. En cambio, la opción de bajar los impuestos nuclea sólo a la quinta parte de los productores más chicos.

La segunda opción preferida (bajar los impuestos) tiene un comportamiento opuesto a la anterior asociándose de manera



directa con el tamaño del estrato. Los valores aumentan desde un 19% en el estrato 1 hasta un 38% en el estrato 4.

En el otro extremo el estrato 4 no presenta la polarización anterior, mostrando un porcentaje de respuestas equivalente entre los que entienden que el Estado debería impulsar líneas de crédito convenientes y quienes consideran que debería bajar los impuestos, (ubicándose ambas en el 38.5%). Se destaca a nivel de este estrato una preocupación mayor por el tema comercial, reclamando información sobre mercados regionales. Esta opción es prácticamente irrelevante a nivel del resto de los estratos.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL TOTAL DE MENCIONES CORRESPONDIENTE A LAS MEDIDAS QUE DEBERIA IMPULSAR EL ESTADO

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
OPCION 1	26.9	26.2	20.4	17.9	24.8
OPCION 2	9.5	4.8	5.6		6.8
OPCION 3	10.0	13.0	11.1	17.9	11.7
OPCION 4	8.5	9.5	11.1	10.2	9.4
OPCION 5	23.9	22.6	24.1	25.6	23.7
OPCION 6	8.5	11.9	7.4	10.2	9.4
OPCION 7	7.4	6.0	11.1	12.8	8.2
OPCION 8		1.2		2.7	0.5
NO OPINA	5.3	4.8	9.2	2.7	5.5
TOTAL	100	100	100	100	100

OPCIONES:

1. Líneas de crédito convenientes, accesibles y blandas.
2. Indemnización en años de mala cosecha por problemas climáticos.

3. Generación y difusión de información sobre los mercados regionales, canales de comercialización del vino.
4. Gestiones en relación a la comercialización del vino nacional a nivel internacional.
5. Bajar los impuestos.
6. Asistencia técnica, información en relación a la tecnología más apropiada dentro de la disponible, etc..
7. Bajar los aranceles de materias primas.
8. Otras.

Las tendencias encontradas en el cuadro anterior, se atenúan al observar el presente cuadro ya que éste representa la sumatoria de todas las respuestas, apareciendo el peso correspondiente a la segunda y la tercer mención, que no revisten igual carácter de urgencia que la primera prioridad. De esta manera los totales de cada medida se relativizan, representando porcentajes menos polarizados. Las opciones 1 y 5 son ahora prácticamente equivalentes, adquiriendo cierta importancia la opción 3 que apunta a la comercialización en el marco regional.

Las preferencias diferenciales por estrato se ven igualmente relativizadas, manteniéndose valores prácticamente consantes al interior de cada uno para las dos medidas más elegidas (1 y 5).

Los créditos parecen ser un reclamo siempre presente en el conjunto de los bodegueros en tanto son el recurso que hace posible la inversión en nuevas tecnologías (maquinaria, implantación de nuevas cepas, filtros, etc.) y que por lo tanto posibilitará la necesaria reconversión del sector.

La información sobre mercados regionales (opción 3) continúa siendo más importante para el estrato mayor con 18% , (lo cual podría ser consistente con la posibilidad de colocar producción nacional en los mercados de la región). Sin embargo también reviste cierta importancia para los productores de los otros tres estratos. Es relevante observar que este tipo de preocupación no es aún demasiado fuerte, pese a la cercanía del Mercosur.

En la misma dirección puede leerse el comportamiento de los bodegueros frente a la opción 4, que considera realizar gestiones para la comercialización del vino a nivel internacional (9.4%).

Finalmente podemos agregar que la problemática de las irregularidades climáticas y sus daños sobre la producción (opción 2) constituye una preocupación para los productores más pequeños, siendo prácticamente irrelevante o directamente inexistente el reclamo al Estado por indemnizaciones en la materia a nivel de los estratos grandes. Siendo igual el riesgo para todos los productores, los más pequeños son los que enfrentan mayores dificultades para reparar el daño provocado por una gran helada o lluvias, etc..

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Este capítulo que relevó las expectativas futuras de los bodegueros comenzó mostrando que a pesar de los obstáculos e incertidumbres que se ciernen sobre el futuro de la industria vitivinícola se registra una proporción muy baja de intenciones de deserción. El 92% de los entrevistados manifestó su intención de seguir elaborando vino. Para seguir en el rubro frente a las nuevas condiciones contextuales los bodegueros se inclinan básicamente por dos alternativas: la incorporación de tecnología (equipo de frío, moledora, filtros), que permita obtener vinos de mayor calidad (opción predominante para los estratos más grandes), y el aumento de producción propia de variedades finas de vid (opción predominante en los estratos más pequeños). Una tercera alternativa, el desarrollo de una estrategia que priorice la etapa de comercialización a través de estudios de mercado y publicidad se destaca levemente del resto de las alternativas que recibieron menos atención.

Los principales obstáculos a la inversión se identifican como provenientes del Estado: lo errático de las políticas económicas y la falta de créditos convenientes son las opciones que recogen más adeptos. Pocos estiman que los obstáculos están en la propia industria bodeguera. Quienes más lo hacen son los bodegueros mayores.

A pesar de los obstáculos a la inversión identificados, una proporción importante de bodegueros, (71%), piensa invertir en nuevas tecnologías para sus empresas. Otra proporción importante manifestó que también invertiría en la fase agraria del complejo (64%), y una proporción algo menor que

lo haría en la fase industrial (53%). La alternativa de invertir en activo fijo fue elegida por sólo un tercio de los entrevistados. En todos los casos hay una estrecha asociación entre la voluntad de invertir en cada una de las alternativas arriba mencionadas y el estrato de tamaño de la bodega, de tal forma que a mayor tamaño, mayor disposición a invertir.

Finalmente los bodegueros solicitan al Estado en primer lugar, líneas de créditos convenientes, accesibles y blandas. En segundo lugar, disminuir la presión impositiva. En tercer lugar, pero lejos de las opciones anteriores (10%), se le solicita la generación y difusión de información sobre los mercados regionales y canales de comercialización del vino. Estas respuestas presentaron diferencias por estrato de tamaño de las bodegas. Para las más pequeñas la solicitud principal se vincula a los créditos. A medida que crece el tamaño de las bodegas también crece el reclamo de disminuir la presión impositiva igualando a la demanda por créditos en el estratos mayor.

CAPITULO IV

CONOCIMIENTO Y OPINION SOBRE EL INAVI

Este capítulo trata de las opiniones de los bodegueros acerca del Instituto Nacional de Vitivinicultura. En la encuesta se realizaron una serie de preguntas con el objetivo de medir cuál es el grado o nivel de conocimiento de los bodegueros sobre la institución que coordina y fiscaliza la actividad del sector en general, y en particular, la actividad que cada uno de los encuestados desarrolla, así como la evaluación de la gestión que viene desarrollando el INAVI, etc.

A continuación presentamos los cuadros y las conclusiones de las respuestas que los bodegueros dieron en relación a estos temas.

1) CONOCIMIENTO SOBRE EL INAVI

La primer pregunta que se formula a los bodegueros en la encuesta en relación a este area temática intenta medir el conocimiento y la recordación de la conformación del Consejo de Administración del INAVI. En principio nos interesa saber si el bodeguero conoce como funciona la Institución. Un dato importante es el conocimiento de la conformación del principal órgano de decisión institucional, que por organigrama es el Consejo de Administración. La primer pregunta releva si el encuestado "recuerda", los nombres de los miembros de la directiva. Es una pregunta abierta, en donde el entrevistador anota los nombres que el encuestado responda, sin corregir errores u omisiones. A los efectos del procesamiento de esta pregunta en particular, vale

aclarar que se adjudicó respuesta correcta a los titulares de la Comisión Directiva que fueron mencionados.

Este tratamiento de los datos, permite dos out-puts o salidas resultantes, para el análisis. La primer salida mide el grado de recordación y conocimiento de los entrevistados sobre la conformación del Consejo de Administración. La segunda salida, mide cuánto es recordado cada uno de los miembros de la Consejo de Admisnistración, en particular. Obviamente que se están analizando los mismos datos, solo que se miran desde ópticas diferentes que permiten información diferenciada y enriquecer el análisis, sin olvidar que son el producto de un mismo fenómeno. De todas formas se considera que el análisis desde el punto de vista de los encuestados es el que efectivamente reviste valor académico, mientras que la perspectiva desde los miembros del Consejo adquiere una funcionalidad institucional que no es de mayor interés en este informe.

**PORCENTAJE DEL NUMERO DE MENCIONES CORRECTAS (de recordación)
DE DIRECTIVOS DEL INAVI SEGUN ESTRATO DE BODEGAS.**

NUMERO MENCIONES CORRECTAS	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
0	27.0	3.6	5.6	7.7	16.4
1	31.7	42.9	27.8	15.4	32.0
2	20.6	32.1	33.3	15.4	24.6
3	11.1	3.6	11.1	7.7	9.0
4	6.3	7.1	11.1	23.1	9.0
5	1.6	7.1	11.1	7.7	4.9
6		3.6			0.8
7				15.4	1.6
8	1.6			7.7	1.6
	100	100	100	100	100

No se puede dejar de notar en este cuadro que el 16 % de los encuestados no recuerda a ningún miembro del Consejo al formularsele esta pregunta. El 31 % contesta un nombre y un cuarto de los bodegueros entrevistados, dos. En síntesis, y reagrupando, el 73 % no menciona y por lo tanto no puede recordar, más de dos nombres de una directiva formada por nueve miembros⁴. El 23 % menciona de 3 a 5 miembros

⁴ La directiva del INAVI se compone por nueve miembros. Tres de ellos corresponden a organismos oficiales: Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (Presidente), Ministerio de Economía y Finanzas y Ministerio de Industria, Energía y Minería, y los seis restantes al sector privado. Actualmente los delegados del sector privado pertenecen al Centro de Bodegueros (1) (Sector Industrial), a la Organización Nacional de Vinicultores (1), FUCREA (1), Centro de Viticultores del Uruguay (2), MENACОВI (1).

correctamente y el resto (un 4 %) recuerda a 6 o más directivos.

El hecho que 3 de 4 bodegueros no puedan recordar mas de dos titulares, no significa que efectivamente no conozcan la composición de la Directiva, sino que aún en el caso de conocerla no la pueden recordar en el momento de responder la pregunta. Sin embargo el dato sugiere un contacto o vínculo débil de los bodegueros con el Consejo de Administración, en tanto organismo del INAVI. Debemos notar sin embargo, que cuando se considera la variable estrato, en la lectura de este cuadro, los estratos mayores son quienes tienen mejor performance de recordación. Los estratos 1 y 2 son los que proporcionalmente menos miembros del Consejo recuerdan. Esto hace suponer además que el conocimiento, o el contacto con el INAVI, se hace menos pronunciados para las bodegas que procesan menor volumen de vino.

Para medir el grado de conocimiento real de los entrevistados sobre la composición de la Directiva se le entregó a cada entrevistado un "ayuda-memoria", consistente en el listado de los nombres de los miembros del Consejo de Administración, y se le pidió que contestara que cargo ocupaba en dicho Consejo y a quien representaba. A cada miembro de la Directiva por lo tanto, corresponden dos respuestas diferentes; una correspondiente al cargo y otra a su representación formal. A cada una de ellas se le asignó un código correspondiente a respuesta correcta, incorrecta o no sabe.

Debe aclararse que este trabajo consideró únicamente al primer titular de la organización Centro de Viticultores del Uruguay.

Los resultados del procesamiento de esta pregunta se presentan en los siguientes cuadros:

PORCENTAJE DE NUMERO DE RESPUESTAS CORRECTAS SOBRE LOS CARGOS QUE OCUPAN LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION DEL INAVI POR ESTRATO

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
8	6.3	14.3	5.6	38.5	11.5
7	3.2				1.6
6	1.6	3.6	5.6	15.4	4.1
5	6.3		16.7	7.7	6.6
4	7.9	7.1	22.2	7.7	9.8
3	7.9	14.3	22.2		10.7
2	17.5	21.4	11.1		15.6
1	28.6	28.6	16.7	30.8	27.0
0	20.6	10.7			13.1
TOTAL	100	100	100	100	100

PORCENTAJE DE NUMERO DE RESPUESTAS CORRECTAS SOBRE LA REPRESENTACION DE LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION DEL INAVI SEGUN ESTRATO DE BODEGAS

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
8	1.6	10.7		30.8	6.6
7	1.6	3.6	5.6	7.7	3.3
6	4.8	0.0	5.6	7.7	4.1
5	4.8	3.6	11.1	15.4	6.6
4	3.2		5.6	7.7	3.3
3	9.5	10.7	11.1		9.0
2	11.1	17.9	33.3	7.7	15.6
1	15.9	21.4	11.1	15.4	16.4
0	47.6	32.1	16.7	7.7	35.2
TOTAL	100	100	100	100	100

Se considera conveniente hacer en primer lugar la lectura de cada cuadro y en segundo término, extraer conclusiones a partir de la lectura cruzada de los tres cuadros presentados.

a) conocimiento de los cargos que ocupan los miembros del Consejo de Administración del INAVI

Mas de la mitad de los encuestados sólo pueden responder correctamente el cargo que desempeñan hasta dos de los miembros de los nueve que forman la directiva (el 13 % no sabe el cargo de ninguno de ellos). El 27.1 % del total tienen de 3 a 5 respuestas correctas y el 17.2 % llegan a contestar correctamente de 6 a 8. Este hecho nos confirma que el conocimiento que los bodegueros demuestran sobre los

miembros del órgano que conduce la Institución que coordina y fiscaliza la actividad que desempeñan, es escaso por lo menos en la mitad de los casos.

En esta pregunta el estrato en que se ubican los encuestados es bien importante para explicar el conocimiento de la Institución. Nótese que mas de la mitad de los bodegueros del estrato 4 contesta correctamente de 6 a 8, mientras que esa cantidad de respuestas correctas no supera en ninguno de los otros estratos el 18 %. Dentro del rango de 3 a 5 respuestas correctas el estrato 3 concentra al 61.1 % de sus encuestados (contra un orden del 20 % en el resto de los estratos). Hasta dos respuestas correctas, se encuentran el 67 % del estrato 1 y el 61 % del estrato 2 (contra un 30 % aprox. de los otros estratos). Esto permite afirmar, sin dudas, que son los bodegueros que procesan mayor volumen quienes mayor conocimiento tienen del INAVI y de la conformación de su órgano de decisión, en contraposición a los encuestados pertenecientes a los estratos 1 y 2, que demuestran un desconocimiento pronunciado en este área (el 13 % de los bodegueros que no dan respuestas correctas, pertenecen en su totalidad a los estratos 1 y 2).

b) conocimiento de la representación de los miembros del Consejo de Administración del INAVI

El Consejo de Administración del INAVI está conformado por nueve miembros. Todos ellos están designados por alguna institución con algún vínculo con el complejo vitivinícola, ya sea del Estado (concretamente algún Ministerio) o del Sector Privado (organizaciones gremiales del sector industrial o de los productores vitícolas). En todo caso, en el Consejo cada miembro es delegado de algún organismo y en

tanto tal, cumple con funciones de "representación" del mismo.

La pregunta, cuyas respuestas se resumen en el cuadro que analizaremos a continuación, mide el grado de conocimiento que sobre este punto poseen los bodegueros encuestados. El 67.2 % del total de los bodegueros no llegan a contestar mas de 2 respuestas correctas en relación a la representación de los miembros del Consejo. El 19 % contestan de 3 a 5 respuestas correctas y el 14 % llegan a responder de 6 a 8 correctamente. En relación a la representación el número de respuestas correctas es aún menor que en relación a los cargos que ocupan los miembros del Consejo del INAVI, como se aprecia claramente.

Al introducir la variable estrato, se agudizan las tendencias que se manifestaban en el cuadro anterior, que implicaban un mayor conocimiento por parte de los bodegueros que procesan mayor volúmen de vino. EL 46 % de los bodegueros del estrato 4 contestan de 6 a 8 respuestas correctamente, en contraposición a los otros estratos, que no registran ninguno de ellos un porcentaje mayor al 15 %.

En el otro extremo, quienes no contestan más de 2 respuestas correctas, solo el 31 % pertenece al estrato 4, mientras que los otros estratos registran un porcentaje mayor del 60 %. La tendencia sigue siendo válida al interior de los primeros tres estratos, ya que en la categoría de respuesta hasta 2 correctas, el estrato 1 concentra al 75 % (tres de cada cuatro), el estrato 2, el 71 % y el estrato 3, 61 %.

Nuevamente se confirma, un mayor nivel de conocimiento sobre el Instituto por parte de los bodegueros más grandes. El

desconocimiento se hace más pronunciado a medida que disminuye el tamaño de empresa de los bodegueros. Sin duda que podemos afirmar que en este tema, el volumen de procesamiento (la variable estrato, en este trabajo) es útil a la hora de explicar el nivel de conocimiento de los bodegueros en relación al INAVI. Esto significa que la probabilidad de un conocimiento mayor sobre la composición (en personas, cargos y representaciones) aumenta en la medida en que aumente el volumen de elaboración de los bodegueros. Los bodegueros más chicos, demuestran un conocimiento débil sobre la composición del órgano de decisión del INAVI, sobre las organizaciones involucradas, y sobre quienes son sus representantes. Los bodegueros más grandes, manifiestan en términos relativos, un nivel de conocimiento sobre el INAVI, pronunciadamente mayor que el resto.

c) conocimiento sobre las funciones otorgadas por Ley al INAVI

Otra de las dimensiones que se tomó en cuenta en relación al grado de conocimiento de los bodegueros sobre el INAVI, se refiere a las funciones que la ley le confiere al Instituto. Sobre el listado de las nueve opciones que se presentan a continuación se requería al entrevistado que identificara las funciones que según la ley le corresponden al INAVI. El encuestado podía contestar tantas opciones como considerara correcto. De hecho, las ocho opciones listadas son funciones que le competen al INAVI, según la Ley de Creación del Instituto.

1. Promover el desarrollo de la vitivinicultura
2. Mejorar la calidad de la vid.
3. Asesoramiento técnico

4. Organización de la protección de cultivos contra plagas y heladas
5. Promover el cooperativismo
6. Promover el consumo de los productos de la vitivinicultura
7. Aplicar las normas legales y fiscalizar las actividades del sector.
8. Asesorar al Poder Ejecutivo en todo lo referente a a la vitivinicultura
9. Otras (especificar)

PORCENTAJE DEL NUMERO DE FUNCIONES IDENTIFICADAS COMO CORRESPONDIENTES AL INAVI, SEGUN ESTRATO DE BODEGAS

NUMERO DE FUNCIONES IDENTIFICADAS	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
9	1.6	3.6	11.1	23.1	5.7
8	15.9	21.4	16.6	15.4	17.2
7	17.5	25.0	11.1	7.7	17.2
6	9.5	17.8	16.6	15.4	13.1
5	20.6	3.6	16.6	7.7	14.8
4	12.7	7.2	11.1	23.1	12.3
3	3.2	10.7	5.6	7.7	5.7
2	11.1	3.6			6.6
1	3.2	7.2	11.1		4.9
S/D	4.8				2.5
TOTAL	100	100	100	100	100

Vemos que un 40.1 % de los entrevistados contestan 7 o más de las funciones que se presentan, un 40.2 % de 4 a 6 funciones y un 17.2 % tres o menos. El porcentaje de quienes no contestan es un 2.5 % del total, pero se ubican todos en el primer estrato (4.8%). Debe notarse que el 20 % de los bodegueros menciona tres o menos de las ocho funciones listadas. Por otra parte, el listado presenta las funciones en términos muy amplios y laxos, lo que hace a los conceptos muy extensivos, por lo cual sorprende que no haya sido más alto el número de funciones identificadas.

La distribución de las respuestas no muestra una asociación significativa por estrato. El conocimiento de la institución de los bodegueros en relación a esta dimensión no parece ser explicado por el volumen de elaboración de vino de las bodegas.

El siguiente cuadro representa un proceso adicional que se ejecutó a los efectos del análisis, para estos mismos datos. Consiste en registrar por cada una de las funciones del listado la cantidad de menciones. Esto genera una suerte de "ranking", entre las funciones que corresponden por ley al INAVI, en función de las respuestas de los encuestados.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS POSITIVAS PARA CADA UNA DE LAS FUNCIONES LISTADAS, SEGUN ESTRATO DE BODEGAS.

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
FUNC.1	85.7	89.3	88.9	100	88.5
FUNC. 2	71.4	71.4	61.1	69.2	69.7
FUNC. 3	57.1	60.3	66.7	61.5	59.8
FUNC. 4	39.7	53.6	44.4	53.8	45.1
FUNC. 5	27.0	35.7	38.9	38.5	31.9
FUNC. 6	63.5	78.6	72.2	84.6	70.5
FUNC. 7	84.1	92.9	83.3	100	87.7
FUNC. 8	74.6	85.7	77.8	100	80.3
FUNC. 9	3.2	10.7	22.2	23.0	9.8

No hay duda por parte de los entrevistados, de cualquiera de los estratos que las funciones 1,7 y 8, le corresponden al INAVI. Cualquiera de estas funciones es mencionada por más del 80 % del total de los bodegueros encuestados y por más del 70 % de cada estrato. Las tareas de promoción, desarrollo, control y fiscalización de las actividades del sector y de asesoramiento al Poder Ejecutivo en los que atañe a la vitivinicultura, son funciones que claramente se reconocen como propias de las Institución. Es sintomático el hecho que el 100 % de las bodegas del estrato 4 hayan mencionado estas 3 funciones.

Salvo la función "Promover el cooperativismo", el resto de las funciones es mencionada por más del 45 % de los entrevistados. Se nota, en cambio, un menor número de menciones en varias de ellas de los bodegueros del estrato 1. "Promover el cooperativismo", es la que menos menciones recoge, y si bien es homogénea la distribución en los tres estratos mayores, en el estrato 1, la proporción de respuestas positivas de este ítem no sube de 27 %.

2) EVALUACION DE LA GESTION DEL INAVI

La primer pregunta sobre evaluación del Instituto se formula de la siguiente forma: ¿Cómo evaluaría Ud. la gestión del INAVI? Las categorías de respuesta eran las siguientes:

1. Ha sido positiva en todos los aspectos.
2. Ha sido positiva en muchos aspectos.
3. Ha sido positiva solo en algunos aspectos.
4. Ha sido negativa en todos los aspectos.
9. No sabe, no opina.

El cuadro presenta la distribución porcentual de respuestas a esta pregunta.

PORCENTAJES DE RESPUESTAS SOBRE LA EVALUACION A LA GESTION DEL INAVI POR ESTRATO DE BODEGAS

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Positiva en todos	9.5	7.1	11.1	15.4	9.8
Positiva en muchos	38.1	42.9	27.8	38.5	37.7
Positiva solo en algunos	47.6	39.3	55.6	46.2	46.7
Negativa en todos	1.6	7.1			2.5
No sabe, no opina	3.2	3.6	5.6		3.2
TOTAL	100	100	100	100	100

El 37.7 % de los bodegueros encuestados evaluó la gestión del INAVI "positiva en muchos aspectos ". El 46.7 % de los respondentes evalúan la gestión del INAVI "positiva sólo en algunos aspectos". Los extremos (negativo en todos los aspectos y positivo en todos los aspectos), son los que recogen menor adhesión (13 %), siendo notoria la diferencia a favor de quienes evalúan en términos positivos. Un 10 % de los casos para una evaluación muy positiva y un 2.5 % en el extremo contrario.

Si se agrupan las respuestas mayoritariamente favorables, (Positiva en todos y positiva en muchos aspectos), se encuentran en esta categoría el 48 % del total de los bodegueros encuestados. El 47 % evalúa al gestión del INAVI "positiva sólo en algunos aspectos". Sólo un 2.5 % de los bodegueros responde en términos francamente negativos. Con lo cual se podría afirmar que no hay una oposición manifiesta al INAVI, por parte de los bodegueros. Sin embargo es preciso atender que casi uno de cada dos bodegueros manifiesta reparos, al menos en algunos aspectos, en lo que refiere a la gestión del Instituto. La proporción de respuestas sin datos no es significativa (3.2%).

Cuando se introduce en el análisis la variable estrato, se percibe que el estrato 3 es el que porcentualmente más adeptos recoge hacia una evaluación "positiva sólo en algunos aspectos". Las evaluaciones negativas sólo se registran entre los estratos 1 y 2, mientras que en las totalmente positivas son mayoritarias las del estrato 4.

La siguiente pregunta formulada a los bodegueros en la encuesta, intentaba medir el flujo de información sobre tecnología industrial y comercial y sobre la integración regional que el INAVI presta a los bodegueros y sobre todo la utilidad que para los bodegueros reviste la información que el INAVI les ofrece. La pregunta se realizaba de la siguiente forma: En relación a los siguientes puntos el INAVI, le significa mucha ayuda, ni mucha ni poca ayuda, poca o ninguna ayuda, en cuanto a la resolución de sus problemas: a) Información o conocimientos sobre tecnología industrial o comercial y b) Información sobre integración regional.

Los cuadros siguientes representan la distribución porcentual, de respuestas de los bodegueros, por estrato.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS DE BODEGUEROS SOBRE EL NIVEL DE AYUDA QUE LE OFRECE LA INFORMACION QUE BRINDA EL INAVI SOBRE TECNOLOGIA COMERCIAL E INDUSTRIAL

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Mucha ayuda	9.5	3.6	11.1	7.7	8.2
Ni mucha ni poca	12.7	14.3	11.1	15.4	13.1
Poca ayuda	20.6	42.9	38.9	30.8	29.5
Ninguna ayuda	50.8	32.1	33.3	46.2	43.4
No sabe, no opina	6.4	7.1	5.6		5.8
TOTAL	100	100	100	100	100

Lo primero que nos muestra el cuadro es que el 43 % de los bodegueros opina que no les ofrece ninguna ayuda la información que brinda el INAVI sobre tecnología. El 30 % de los encuestados opina que la información que el INAVI difunde es de poca ayuda para la resolución de sus problemas. Los datos marcan que la información que brinda el INAVI sobre este tema es de escasa o nula utilidad para los bodegueros, ya que en estas categorías se ubican el 73 % de los respondientes. El 13 % contesta a esta pregunta de forma neutra, y el 8 % de manera netamente positiva. Las respuestas sin datos son de escasa significación porcentual (6 %), pero pertenecen a los tres primeros estratos en su totalidad.

Dentro de los bodegueros que opinan que la información que les brinda el INAVI, no les significa NINGUNA ayuda, encontramos a la mitad de los bodegueros del estrato 1 y a una proporción similar del estrato 4. En los estratos 2 y 3 es menor el porcentaje relativo de los bodegueros que opinan que la información que brinda el INAVI fue de NINGUNA ayuda. Se puede suponer que estos estratos no tienen fuerza como para obtener información por sí solos (como es en el estrato 4), pero tienen más capacidad y vínculos con el INAVI que los empresarios del estrato 1, para emplear al menos parcialmente la información que brinda dicho organismo. Sin embargo si se suman las respuestas de NINGUNA ayuda y POCA ayuda, se visualiza que la variable estrato no ayuda a explicar esta opinión ya que la distribución porcentual entre los cuatro estratos no muestra diferencias relevantes.

PORCENTAJE DE RESPUESTAS DE BODEGUEROS SOBRE LA AYUDA QUE LE OFRECE LA INFORMACION QUE BRINDA EL INAVI SOBRE INTEGRACION REGIONAL

	ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	TOTAL
Mucha ayuda	6.3		16.7	15.4	7.9
Ni mucha ni poca	12.7	14.3		23.1	12.3
Poca ayuda	22.2	35.7	38.9	23.1	27.9
no me ayuda en nada	54.0	32.1	33.3	38.5	44.3
No sabe, no opina	4.8	17.9	11.1		8.2
TOTAL	100	100	100	100	100

En cuanto a la información que sobre la integración regional brinda el INAVI a los bodegueros, las tendencias relativas a la distribución del total de los encuestados parecen ser similares a las del cuadro anterior. Se registra una leve diferencia marcada por el aumento del número de registros sin dato a un 8.2 %.

Al introducir la variable estrato como explicativa de la opinión sobre la información que brinda el INAVI en materia de integración regional, se visualiza que las distancias en el estrato 1 en relación a opiniones de nula o escasa utilidad muestran un incremento relativo tanto con respecto al cuadro anterior, como en la comparación inter-estrato. Aparece adicionalmente, una proporción menor que en el cuadro anterior, del estrato de las bodegas más grandes (estrato 4), señalando escasa o nula información sobre este tema por parte

del INAVI (61.6% contra 77 % en el cuadro anterior). Por otra parte, son los bodegueros de los estratos 3 y 4 los que en mayor proporción evalúan la información que presta el INAVI en torno a la integración regional como de gran utilidad.

Resumiendo se podría decir que los bodegueros más chicos (del estrato 1), notan mayores carencias con respecto a la información sobre integración que sobre tecnología. (76.2 % y 71.4 % respectivamente). Los bodegueros del estrato 2 marcan una tendencia inversa: evalúan como poca o nula la ayuda en materia de integración regional (67.8 %) y de tecnología (75 %). Los bodegueros del estrato 3 no registran variación entre ambos temas (72.2 %) y los encuestados del estrato 4 manifiestan una mayor preocupación por la escasa o nula utilidad de la información del INAVI en materia de tecnología (77 %) que de integración regional (61.6 %).

Sin que inhabilite las consideraciones anteriores debemos notar la elevada proporción que manifiestan que la información brindada por el INAVI es de poca o ninguna ayuda, siendo superior a un 60 % de los encuestados de cada uno de los estratos.

CONCLUSIONES

Los resultados que se obtienen de las preguntas que miden el nivel de conocimiento que tienen los bodegueros sobre el INAVI muestran que tres de cada cuatro del conjunto de los bodegueros encuestados, no pueden recordar más de dos titulares del Consejo de Administración, que el 56 % sólo contestan correctamente el cargo que desempeñan hasta dos de los titulares del Consejo, y que el 67 % de los bodegueros alcanzan hasta un máximo de dos respuestas correctas en la pregunta sobre la representación de los miembros del Consejo. La variable estrato, interviene sin ninguna duda en el nivel del conocimiento del INAVI por parte de los bodegueros. La performance de los bodegueros más grandes es, en las tres preguntas, superior a la que se obtiene en el resto de los estratos, siendo los bodegueros más chicos quienes manifiestan un conocimiento menor sobre la institución. Esto, posiblemente signifique un vínculo más débil de los bodegueros más chicos con el Instituto, mientras que podría indicar que la relación que mantienen los bodegueros más grandes es más sólida.

Otra dimensión tomada en cuenta para medir el conocimiento de los bodegueros sobre el INAVI, fue la identificación de las funciones que le competen al Instituto, según la Ley de creación. En relación a esta dimensión, dentro de las 8 funciones listadas, un 62.3 % identifica más de 4, y un 30 % menos de 4. El conocimiento sobre las funciones que debe desempeñar el INAVI, demuestra un nivel de conocimiento por parte de los encuestados, superior a la otra dimensión (conocimiento del Consejo de Administración). No hay una asociación significativa por estrato en relación al número de funciones identificadas.

Al analizar cuáles eran las funciones identificadas por un mayor porcentaje de respondentes, se manifestó que "Promover el cooperativismo" era la que menos menciones registraba. El estrato que menos identifica esta función como cometido del INAVI, es el de los bodegueros más chicos.

Por otra parte, las funciones relativas al control, fiscalización, promoción y desarrollo, así como el asesoramiento al Poder Ejecutivo en cuanto a la vitivinicultura se refiere, son identificadas por más del 80 % del total de los encuestados y por un porcentaje superior al 70 % al interior de cada estrato. Estos datos habilitan a concluir que no hay dudas por parte de los bodegueros que estas tareas pertenecen a los cometidos del Instituto.

En cuanto a la evaluación que los bodegueros realizan sobre la gestión del INAVI, se percibe que existen dos opiniones consolidadas, que recogen cada una, la mitad de los bodegueros aproximadamente. Una de las opiniones evalúa la gestión del Instituto como "positiva en todos o en muchos aspectos" (48 %), y la otra evalúa "positiva sólo en algunos aspectos" (47 %). Existe una mínima proporción de opiniones negativas (2.5 %). Si se mira la evaluación de la gestión del INAVI, según el volumen de procesamiento de la bodegas, se percibe que las de mayor tamaño (estrato 4) responden más favorablemente. Sin registrar ningún caso de negativa total, el estrato 3 se constituye como el estrato más crítico, aunque siempre referido a algunos aspectos puntuales de la gestión del Instituto. Los estratos 1 y 2 son los únicos que registran casos aislados de evaluación negativa. Sin embargo, la distribución al interior de estos estratos en relación a las dos opiniones mayoritarias, es relativamente homogénea.

La información relevada sobre el grado de utilidad de la información que el INAVI brinda a los bodegueros, se refiere a dos áreas temáticas: tecnología industrial y comercial e integración regional. En cuanto a tecnología industrial y comercial, el 73 % de los encuestados manifiestan que la información ofrecida por el INAVI les resulta de poca o nula utilidad para la resolución de sus problemas. Sólo el 8 % responde que le significa de mucha ayuda y un 13 % contesta de forma neutra. La variable estrato en este caso, no ayuda sustancialmente a explicar la opinión de los bodegueros en relación a este ítem. Sin embargo es posible hipotetizar que los porcentajes similares de respuestas de NINGUNA y POCA ayuda, por parte de los estratos 1 y 4, tienen raíces diferentes. Mientras el estrato de los bodegueros más grandes tienen mayor capacidad de obtener información por medios alternativos al INAVI, los bodegueros más chicos son quienes sienten en mayor medida la necesidad de obtener del INAVI, información suficiente y adecuada.

En lo referente a la información que el INAVI brinda sobre integración regional, el 72 % de los bodegueros encuestados responden que les significa de escasa o nula utilidad. En todos los estratos se registran porcentajes superiores al 60 % en esta categoría de respuesta. Sin embargo existen diferencias inter-estrato que marcan la tendencia de una mejor evaluación de la información brindada por el INAVI, por parte de los bodegueros que elaboran mayor volumen de vino.