

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de la República

Los productores vitivinícolas y la integración regional:
un estudio de las actitudes y comportamientos frente
a la reconversión tecnológica

Diego Piñeiro
Alberto Riella
Pablo Hein

Documento de Trabajo N.º 14
1996



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

- I. TENDENCIAS GENERALES DEL COMPLEJO VITIVINÍCOLA
- II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA
- III. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PRODUCTORES VITÍCOLAS
- IV. ASISTENCIA TÉCNICA A LOS VITICULTORES
- V. ORGANIZACIONES GREMIALES DE PRODUCTORES VITÍCOLAS
- VI. OPINIONES DE LOS VITICULTORES ACERCA DEL INAVI
- VII. OPINIONES DE LOS VITICULTORES CON RESPECTO AL MERCOSUR
- VIII. COMERCIALIZACIÓN
- IX. RECLAMOS AL ESTADO PARA LA RECONVERSIÓN
- X. ANÁLISIS PROSPECTIVO DEL SECTOR
- XI. RESUMEN Y CONCLUSIONES
- XII. BIBLIOGRAFÍA

Anexo I (formulario)

PRESENTACIÓN

El Informe que se presenta corresponde a una investigación que con el mismo nombre se llevó a cabo por parte de un equipo interdisciplinario de la Facultad de Agronomía y de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República, pertenecientes al Grupo de Investigación en Sociología Agraria (GISA). En dicho grupo se definió, en el año 1989 una línea de investigación referida al estudio de los actores sociales en los Complejos Agroindustriales. Dentro de esta línea de investigación se han efectuado o se están llevando a cabo por parte de miembros del GISA otras investigaciones referidas al estudio del comportamiento de los actores: los horticultores de primor en Salto, los productores lecheros, los asalariados del citrus y el arroz, los productores del complejo lanero, son algunas de ellos. Pero más nos importa subrayar la existencia de otro estudio, paralelo a este, sobre la caracterización y el comportamiento de los empresarios bodegueros, porque entre ambos se cierra una visión compleja y complementaria de los actores del complejo agroindustrial vitivinícola.

El trabajo de campo de esta investigación se llevó a cabo en los meses de noviembre y diciembre de 1993. El equipo de investigación fue cuidadoso en devolver los resultados del trabajo de campo, lo más rápidamente posible, al INAVI, en reuniones con su Directorio que se llevaron a cabo en los primeros meses del año siguiente. La redacción del Informe Final (que estuvo a cargo de Diego Piñeiro, Alberto Riella y Pablo Hein) se llevó a cabo en el correr de dicho año pero dificultades de edición, (algunas fuera de nuestro alcance) han demorado hasta ahora la presentación del Informe Final de Investigación.

La preocupación central de los investigadores está relacionada con el inevitable proceso de reconversión, tecnológica, económica, comercial que debe experimentar el CAI vitivinícola para enfrentar la competencia que supondrá el proceso de liberalización y apertura comercial impulsado por la Integración Regional. En la óptica de los investigadores, una caracterización de los productores y el conocimiento de sus opiniones y actitudes frente a este proceso era de importancia porque los productores son al mismo tiempo actores del mismo. Es decir, es impensable un proceso de reconversión llevado a cabo, tecnocráticamente sin la participación de quienes deben procesar dicha reconversión en sus establecimientos agrícolas o agroindustriales. Esta participación puede ser orgánica (a través de las organizaciones gremiales del sector y a través de la participación de estas en el INAVI) o puede ser individual al tomar las decisiones en su propio establecimiento. Pero, lo importante es que estas decisiones siempre existen y deberían ser tomadas en cuenta en el momento de planificar el futuro del complejo agroindustrial.

El Informe que se presenta tiene, en sus primeros capítulos, una discusión sobre las tendencias generales de la agricultura en el Uruguay actual, para comprender como se inserta en ellas el Complejo vitivinícola, y la discusión metodológica que permite al lector reconstruir el proceso de investigación y comprender las fortalezas y limitaciones de los datos que leerá después. Queremos destacar que los investigadores realizaron una opción teórica-metodológica al categorizar a los productores vitivinícolas en familiares y empresariales según la proporción entre trabajo familiar y trabajo asalariado empleado en la explotación. Toda la información posterior tiene como variable independiente estas dos categorías.

En los capítulos siguientes (y siempre en base a los datos de la encuesta) se describe al productor vitícola, tanto en sus características personales más importantes para el objetivo planteado, como en la caracterización de la tecnología utilizada, la forma como comercializa su producción, las relaciones que establece con la agroindustria, etc.

Varios capítulos están dedicados al análisis de las opiniones de los productores vitícolas en relación a la Asistencia Técnica, a sus organizaciones Gremiales, al INAVI, a como perciben los posibles impactos de la Integración Regional frente sobre sus establecimientos y sobre la vitivinicultura, etc.

Dos capítulos finales son de capital importancia. En el capítulo décimo se realiza un análisis prospectivo del rubro a partir de las actitudes manifiestas de los productores sobre las inversiones realizadas o que esperasen realizar en el mismo. Esto permite conocer las expectativas que el futuro, signado por la Integración Regional, genera en los productores vitícolas. En el décimo capítulo los investigadores realizan una serie de Recomendaciones a partir de los resultados de la investigación, que están redactados pensando en el INAVI como organismo rector de las políticas agrarias dirigidas a la viticultura y que esperamos que sean de utilidad tanto a quienes conducen este organismo como a todos aquellos que se preocupan por el futuro de esta agroindustria.

Resta agradecer a todas las instituciones de quienes los investigadores recibimos apoyos y estímulos para emprender y finalizar la investigación. Al INAVI que prestó su respaldo para presentar los Proyectos que permitieron conseguir los fondos para realizar la investigación, que prestó el apoyo de sus vehículos para realizar una buena parte del trabajo de campo y que nos proporcionó acceso a la información censal y técnica necesaria. Esperamos que los resultados de esta investigación justifiquen el apoyo recibido. A la Comisión Sectorial de Investigación Científica de la Universidad (CSIC) que proporcionó los fondos para que esta investigación se pudiera llevar a cabo. A las Facultades de Agronomía y de Ciencias Sociales en el ámbito de cuyos Departamentos se llevó a cabo la investigación y de las cuales recibimos además del sustento material, el estímulo necesario para llevar a feliz término la investigación.

Diego Piñeiro
Director de la Investigación

CAPITULO I

Tendencias Generales del Complejo Vitivinícola Nacional

1.- Tendencias actuales en la Cuestión Agraria

En la situación agraria del continente se han dado una serie de cambios económicos, sociales y políticos que han transformado rápidamente su estructura económica y sus grupos sociales. Los procesos de modernización agraria, recientemente vigorizados por las políticas de ajuste estructural de las economías y la creciente internacionalización, han liquidado definitivamente la estructura dual del latifundio-minifundio, emergiendo en cambio las empresas agrarias capitalistas, con diferentes grados de integración en complejos agroindustriales como los principales actores del agro. Agroindustrialización, producción para mercados externos, transnacionalización del capital, formación de bloques mediante los procesos de integración regional, rápidos y profundos cambios tecnológicos, concentración de recursos naturales y exclusión de agricultores, son algunas de las características de este proceso. Los empresarios agrarios son los actores dinámicos de este proceso. La agricultura campesina o familiar retrocede frente a estos cambios a pesar de que algunos, tecnificándose, logren incluirse en este proceso. Crecen también los asalariados del agro, pero principalmente en trabajo zafra, con residencia periurbana o campesina y escasas posibilidades de organización.

En el agro uruguayo estas tendencias también se expresan si bien con las particularidades que hacen a toda formación social. Los procesos generales de apertura de la economía que comienzan a concretarse en la década del 70, con el énfasis en el incremento de las exportaciones de bienes no tradicionales, y la valorización del capitalismo vernáculo, impuso a la caída de los salarios reales para mantener la competitividad externa y favorecer la acumulación de excedentes, buscando la reinversión del capital y la expansión económica. La caída del salario real influirá consistentemente en la disminución de la demanda interna de alimentos y en la depresión de los precios internos.

La ganadería, principal rubro de producción, ocupando el 90% de las tierras útiles y una parte sustancial del VBP del sector, continuó con su estancamiento, de cuarenta años, creciendo solo al ritmo del incremento de la población. Una serie de rubros encuentran una inserción en el mercado internacional, y en los últimos diez años inician un proceso de expansión de consideración: la lechería, los citrus, la soja, el arroz, la cebada cervecera, y la avicultura.

Esta expansión, que incide en las exportaciones agrícolas y el incremento de las exportaciones no agrícolas, significarán una pérdida de importancia relativa de las exportaciones de carne y lana que de representar un 80% durante décadas, pasa a ser solo el 40%. Otra serie de rubros de la agricultura extensiva (trigo, maíz, girasol, etc.) y de la agricultura intensiva, afectados por la mencionada retracción de la demanda interna y sin posibilidades de exportación sufrirán una caída en su producción. Esta situación se complejiza al país entrar en el Mercado Común del Cono Sur (Mercosur) que va a profundizar los problemas de competitividad que ya tenían los sectores dedicados al mercado interno y potenciando a los que ya tenían competitividad regional y no producirá mayores modificaciones en los sectores vinculados a mercados extraregionales.

Vinculado a estas transformaciones en la base productiva ocurrieron modificaciones en las relaciones de fuerzas entre los actores, por un lado los ganaderos sin perder el rol hegemónico en el conjunto de la burguesía agraria, no son ahora los únicos con peso político. Los empresarios en los rubros dinámicos, agrupados en organizaciones específicas, en reiteradas ocasiones han coincidido entre sí y aun conformado alianzas específicas con organizaciones de agricultores familiares para cuestionar el liderazgo ganadero. Las organizaciones de los agricultores familiares en cambio, irán perdiendo representatividad y

poder de convocatoria a medida que se erosiona su base social. En los asalariados, las organizaciones sindicales luego de un primer momento de crecimiento, en 1985, se estancaron, mientras se está a la búsqueda de nuevas formas organizativas. Estas nuevas formas hoy ya trascienden el marco nacional y buscan adecuarse al proceso de integración formando organizaciones regionales para defender mejor en este nuevo escenario sus intereses.

Los procesos de modernización agraria ocurridos en los rubros de producción mencionados anteriormente se caracterizan por concentrar en pocas manos el grueso de los recursos naturales de las inversiones y de la producción dedicados a cada rubro. Así por ejemplo en el arroz, (el tercer producto de exportación después de la carne y la lana) lo producen 388 productores; en los citrus 304 explotaciones (25% de las explotaciones comerciales) producen el 75% del total; en la cebada son 1.300 productores; en el trigo 3.800 cuando eran 12.000 en 1970; mientras en la lechería son alrededor de 8.000 productores pero se estima que el 12% remite el 56% de la producción láctea. Aún más, la evolución de los últimos 15 años en la mayoría de los rubros agrícolas o ganaderos demuestra que sean rubros dedicados al mercado interno o al mercado externo, que sean rubros en expansión o en retracción ha disminuido la cantidad de productores dedicados al mismo, concentrándose la base productiva. La explicación para estos procesos debe buscarse en el cambio técnico impulsado en el período.

Los cambios netamente ahorradores de fuerza de trabajo en los cereales y oleaginosos, la propagación de la tecnología de las praderas artificiales en la lechería que favoreció la extensividad de la base alimenticia (en lugar de los concentrados), los cambios en las variedades y en los paquetes tecnológicos asociados, para la agricultura intensiva, hortícola, frutícola y vitícola. Son cambios frente a los cuales la agricultura familiar, con abundante fuerza de trabajo, poca tierra y escaso capital, pierde condiciones de competencia frente a la agricultura capitalista. En los rubros dedicados al mercado interno, el proceso de concentración puede ser aún más rápido en la medida que los cambios técnicos producen aumentos en la productividad que no encuentran salida. Esto provoca caídas en los precios e inestabilidad de la cual salen favorecidos solo unos pocos, renovando el proceso de concentración (crisis de sobreproducción).

Sin embargo, no debe buscarse la explicación de estos procesos de concentración solamente en los cambios técnicos o en los procesos económicos. Porque detrás de ellos hay agentes sociales que son los que seleccionan alternativas técnicas, impulsan la crisis de sobre-producción, deciden formas y momentos para la inversión, introducen modificaciones tecnológicas en los procesos agrícolas o industriales, presionan en los centros de decisión en el Poder Ejecutivo o en el Parlamento para modificar leyes y regulaciones etc. En síntesis los procesos de modernización no ocurren por el libre juego de las fuerzas económicas ni al azar: las empresas o individuos, reunidos en organizaciones sociales, convertidos en actores inciden en la transformación de los procesos agrícolas y agroindustriales de modo de favorecer su poder relativo al interior del complejo y su capacidad de apropiarse de excedentes en un proceso interactivo y realimentado.

2.- El Complejo Vitivinícola

— La viticultura es uno de los rubros menores en el sector agropecuario. En años recientes aportó el 22% del VBP de la agricultura intensiva cuando esta aporta solo el 9% del VBP del sector agropecuario. Sin duda que la importancia del estudio que se pretende realizar obedece a otras razones. Existen sólidas evidencias para pensar que la vitivinicultura, hasta ahora una actividad que ocupaba a muchos pequeños productores, que se industrializaba en varios cientos de bodegas, es decir un complejo agroindustrial no demasiado integrado y ampliamente distribuido está pronto a sufrir un proceso de modernización agraria

y agroindustrial similar al que ya ha ocurrido en otros rubros, que tenderá a concentrar la producción y la transformación del producto. Estudiando este proceso de modernización específico se espera extraer enseñanzas para procesos similares que ocurrieron o ocurrirán en otros rubros de producción. Además del estudio, se espera sacar conclusiones para sugerir políticas que, sin detener el proceso de modernización, aminore los efectos concentradores, regresivos para la distribución de los ingresos y los recursos del sector.

La fase agrícola

El cuadro siguiente resume las principales características de la fase agrícola. Se aprecia que la viticultura está presente en un gran número de predios de pequeños productores. En efecto, los predios de menos de cinco hectáreas son el 85% del total y producen el 50% de la uva. Los rendimientos son mayores en los predios más grandes.

Viticultura - Indicadores por Estrato de Tamaño - 1989 *

	0-5ha	6-10ha	11-25ha	26-50ha	51 y + ha
Nº.Inscrp.	3.848	468	149	20	12
Super.	6.991	2.999	2.053	595	1.035
Produc.	59.315	29.098	18.707	5.628	5.890
Rend Kg/ha	8.484	9.702	9.112	9.458	5.690

Fuente: Resultado del Censo Vitícola del Uruguay 1989. I.NA.VI.

La superficie esta en miles de hás. y la producción en millones de kilogramos .

La producción de vino reconoce calidades distintas según las cepas de las cuales provienen y de los procesos de vinificación. Los vinos comunes que sólo encuentran salida en el mercado interno, de consumo decreciente, vinos de escasa calidad, provienen de las cepas de uva frutilla, Harriague e Híbridas. Son el grueso de la producción de vino nacional y se encuentran principalmente entre los productores de los estratos más pequeños. Por otra parte los vinos de calidad intermedias y los vinos finos se producen a partir de una serie de variedades (Merlot, Pinot, Sirah, Moscatel, etc.) que se han introducido al país recientemente y que apuntan a un mercado más pequeño, pero creciente, constituido por sectores de la población que han incrementado sus ingresos a partir de la redistribución regresiva de los últimos años. Estas cepas están localizadas principalmente en los establecimientos vitícolas más grandes que han realizado las inversiones necesarias para realizar el cambio de variedades. Frecuentemente se trata de establecimientos que también tienen bodega y por lo tanto integran todo el proceso. Desde estos estratos de productores bodegueros es que, además, se está intentando la exportación de los mejores tipos de vinos, en un proceso que recién se esta iniciando.

Es en estos estratos que los rendimientos, por hectárea y por cepa son mayores, teniendo menores costos, lo cual agregado a los mejores precios de los vinos, incrementa su rentabilidad. La integración del proceso agrícola e industrial también permite obtener mayores ganancias.

Fase industrial

En 1985 había 477 bodegas en actividad. De ellas 216 procesaban unos 50.000 litros anuales. En realidad son pequeñas bodegas de productores que las construyen para evitar las oscilaciones de precios y las exacciones a que los someten los bodegueros que generalmente pagan por debajo de los precios oficiales y con varios meses de demora. Dado que la uva es de alta perecibilidad, la bodega propia defiende al productor contra esas prácticas. Son bodegas artesanales que producen vinos de baja calidad, para el mercado interno.

En los últimos años ha crecido el número de bodegas de más de 250.000 litros, con lo que es posible suponer que éste sería el volumen mínimo para una operación rentable de las bodegas. En general estas bodegas más grandes tienen sus propios viñedos y también compran y procesan uva de terceros.

Son también las que habrían podido renovar sus viñedos y mejorar los procesos técnicos para la vinificación.

3. Evolución del Complejo Vitivinícola

La crisis estructural

El consumo interno de vino ha sido afectado por la caída en los ingresos de población. A mediados de los 70, durante el período dictatorial, se impuso un modelo que intentó impulsar las exportaciones no tradicionales usando como un incentivo más la baja sistemática del salario real, lo que operó como una reducción del poder de compra de los sectores de ingresos medios y bajos. Estos sectores constituían la demanda de la producción vitícola nacional y habían permitido el desarrollo de subsistemas locales de producción de vino y el crecimiento de las bodegas pequeñas y medianas. Otro factor importante para la reducción del consumo en el país es la expansión de las bebidas "competitivas" con el vino como las gaseosas y la cerveza que comienzan a sustituir el consumo de vino y a desplazarlo del mercado. Desde 1975 el consumo de vino por habitante osciló entre los 40 lts/hab. y los 22 lts/hab. sin una tendencia clara. Estos volúmenes se pueden comparar con el consumo de Argentina de 77 lts/hab. o de Italia, el mayor consumidor, con 152 lt/hab. Es decir que una mejora en los ingresos y en las calidades de los vinos podrían aumentar la demanda.

Todos los indicadores de número de productores, área plantada y producción caen en los últimos veinte años, como se aprecia en el cuadro siguiente.

Evolución de la uva para vino

	1966	70	80	83	86	93
Nº Product.	7.682	7.392	4.778	5.049	4.562	3.854
Nº de Plantas *	76:	78:	55:	59:	-	44:
Plantas en Prod. *	73:	74:	52:	58:	-	-
Producción en Kg. *	146:	133:	78:	117:	98:	140:

* las unidades de medida están en millones.

Fuente: Búsqueda y Dirección de Contralor Legal-MGAP.

Sin embargo la disminución de número de productores y de la producción ocurre principalmente en los estratos menores no así en los estratos de productores más grandes que por el contrario aumentan su participación.

Estos datos, junto a información recabada en esta investigación y aportada por el INAVI, permiten afirmar que hay un proceso de reconversión en marcha que el mismo va a ir logrado paulatinamente una mayor importancia dentro del complejo. La reconversión se basa en la fase agrícola principalmente en la sustitución de los viejos viñedos de plantas no viníferas o híbridas directas por plantas libres de virus con un sistema de condición más adecuado y cambios en el manejo del laboreo y formas de fertilización. Este paquete tecnológico es de costos relativamente altos que se estiman en unos 10.000 dólares americanos por has. La falta de créditos adecuados a la actividad hace que principalmente sean los productores de mayor tamaño y capacidad económica los que están llevando adelante la reconversión de sus viñedos.

Algo similar ocurre con las bodegas, cuyo número se reduce entre 1978 y 1985 pero además desaparecen más las pequeñas, mientras aumentan las grandes.

Evolución en el número de bodegas

<u>Estratos</u>	<u>Its/año</u>	<u>1978</u>	<u>1985</u>	<u>1992</u>
0 -	50.000	323	216	139
50.000 -	100.000	96	89	82
100.000 -	250.000	90	99	85
250.000 -	500.000	31	45	49
550.000 -	1:000.000	8	16	25
Más de 1:000.000		9	12	13
		557	477	393

Fuente: INAVI

En resumen la información aportada muestra que esta en marcha un proceso de concentración en la fase agrícola, cuya base está dada por la caída de la demanda, impulsando la necesidad de mejorar la calidad de los vinos mediante el cambio de las cepas que actualmente predominan. Este proceso es más difícil para los productores más pequeños, ya que el cambio de cepas implica cuantiosas inversiones para arrancar las cepas viejas, importar las variedades nuevas, reponer las espalderas y esperar cuatro a cinco años a que el nuevo viñedo entre en producción. Este cambio de cepas podría ser el principal proceso de diferenciación interna que está ocurriendo en la fase agrícola.

En la fase industrial, la concentración en las bodegas mayores podría explicarse por razones financieras. Aquellas bodegas que deben solicitar créditos para financiar la compra de la cosecha, procesarla y esperar su venta, deben experimentar dificultades financieras dadas las altas tasas de interés vigentes en los últimos años. Las bodegas mayores que presumiblemente pueden disponer de capital propio y que además integran producción e industrialización en una sola empresa posiblemente puedan afrontar los costos financieros, en mejores condiciones.

El "problema" del Mercosur

La firma del Tratado para la creación de un Mercado Común entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay abre un horizonte de desafíos muy rigurosos para la agricultura y la industria. Frente a las perspectivas de eliminación de derechos aduaneros y restricciones que permitirían la libre circulación de bienes, y de un arancel cero para casi todo el comercio intraregional, el complejo vitivinícola se vería fuertemente impactado.

La vitivinicultura sector se encuentra en una fase relativamente atrasada de modernización. Del total de su producción, el 50% está constituido por cepas de muy baja calidad y sólo el 10% de la superficie es ocupada por viníferas de elevado valor enológico. En lo que respecta a la antigüedad de los viñedos: el 55% tiene más de 20 años de plantación, el 35% entre 20 y 40 y el 20% más de 40 años.

La integración coloca al sector frente a la competencia de la vitivinicultura argentina, que representa el 17% de la producción agrícola de ese país. Su producción es mucho mayor en escala, es de mejor calidad y tiene mejor inserción en los mercados internacionales. Al mismo tiempo ha avanzado en la concertación y asociación con capitales extranjeros.

Debe tenerse en cuenta que promedialmente, Argentina tiene mayor proporción que el Uruguay de tierras y climas adecuados para las vides de calidad, una proporción superior de cepas finas ya implantadas y en plena producción, y una tecnología ya rutinizada para los vinos de calidad media y superior. A ello se suma, el impacto aún mayor, tendría la Integración sobre los vinos de consumo popular, pues Argentina tiene una sobreproducción efectiva, menores costos de producción y una tecnología de

empaques industriales avanzadas (como, por ejemplo, el envase de cartón hermético de fácil traslado, estoqueo y transporte).

Los desafíos e impactos serán diferenciales tanto para el sector agrícola como industrial del complejo, como para los distintos segmentos más o menos integrados o renovados en el Uruguay. Pero, indudablemente, el impacto será fuerte incluso para complejos agroindustriales modernos como CALVINOR, que han hecho fuertes inversiones tecnológicas pensadas para un proceso protegido.

Puede hipotetizarse, entonces, que a los efectos estructurales y coyunturales que se han analizado, se agregan los efectos del Mercosur, acelerando la crisis y desagregación de amplios núcleos de empresarios del complejo y el proceso de concentración que se ha mencionado.

Sin embargo en el proceso de transición hacia la unión aduanera que se dio entre 1991 y 1995 los efectos del Mercosur sobre la vitivinicultura se han visto amortiguados por varios factores.

Sin embargo, desde que comenzó el proceso de integración se han dado tres elementos que han puesto a resguardo a nuestra vitivinicultura, sobre todo a los vinos comunes, de la fuerte competencia Argentina. En primer lugar el plan ajuste y control de la inflación que generó la convertibilidad del peso Argentino, que elevó los precios internos en ese país, reduciendo la competitividad a los vinos argentinos, haciendo poco rentable la importación de vinos argentinos a Uruguay, al menos en el segmento que ya se señaló como más sensible. El segundo elemento, fue la incorporación del vino en la lista de productos con excepciones al sistema programado de rebaja arancelaria para formar la zona de libre comercio. El tercer elemento, que contribuyó junto a los otros dos en la protección del sector más sensible de nuestra vitivinicultura es la prohibición de comercialización de vino a granel entre los países del Mercosur, acordado en el marco de la formación de un Comité Vitivinícola Regional formado por las organizaciones de industriales y productores de los cuatro países. Estos tres factores han permitido en la práctica la manutención en la producción de cientos de pequeños productores y bodegueros que han podido mantenerse gracias a estas medidas de protección, buscadas o no buscadas, que se han dado en este período. Sin perjuicio de esto, como se verá en este trabajo, las tendencias estructurales a la concentración, se han acelerado en los últimos años.

3.- Los actores sociales de la Vitivinicultura

El INAVI

El Instituto Nacional de Vitivinicultura fue creado por la ley 15.903 el 10 de noviembre de 1987, como persona de derecho público no estatal con régimen de funcionamiento de actividad privada, para ejecutar la política vitivinícola nacional. Las funciones que le compete por ley al INAVI son las siguientes:

- 1) Promover el desarrollo de la vitivinicultura mediante la investigación, extensión y divulgación.
- 2) Incrementar y mejorar la producción y distribución de material de propagación de la vid.
- 3) Asesorar con carácter general a viveristas, viticultores e instituciones públicas en el manejo del cultivo de la vid.
- 4) Organizar la protección de los viñedos contra enfermedades, plagas, granizo, heladas y otras causas que afecten el proceso productivo.
- 5) Promover el desarrollo de cooperativas agrarias de producción, comercialización o agroindustriales vinculadas a la vitivinicultura.
- 6) Divulgar y promover las cualidades de la uva y de sus derivados, propendiendo a incentivar su consumo.
- 7) Aplicar todas las normas legales vigentes y fiscalizar las actividades del sector.
- 8) Asesorar al Poder Ejecutivo en la política de precios, en la determinación de las condiciones de comercialización, importación y exportación, en las normas sobre tipificación y calidad de los

productos y en la creación de reglamentaciones necesarias para el desarrollo de la vitivinicultura nacional.

El INAVI se financia mediante la recaudación de la tasa de promoción y control vitivinícola que grava la expedición de boletas de circulación de vinos nacionales e importados, así como la comercialización de la uva y sus subproductos.

La creación de este organismo, aspiración largamente sustentada por todos los integrantes del complejo, proporciona el marco institucional para impulsar la reconversión tecnológica de la vitivinicultura. Dos hechos son de destacar, que serán tenidos en cuenta en la investigación. En primer lugar, con su creación, el Estado ha privatizado una función que hasta entonces le competía y que era ejercida por la Dirección de Contralor Legal del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca. Esta función era la de establecer las normas de calidad y controlar su observancia, en defensa del consumidor y de la propia industria, y también la de estimular y dirigir el desarrollo del complejo vitivinícola. En segundo lugar, el INAVI, a diferencia de otras Comisiones paraestatales es un organismo ejecutor, proporcionándole la ley, los medios económicos y legales para hacerlo. Esta institución, es administrada por un Consejo integrado por nueve titulares y sus respectivos alternos y en él están representados los viticultores, los industriales bodegueros, la Mesa Nacional de Cooperativistas Vitivinícolas (MENACОВI), los grupos CREA viticultores y el Estado a través de delegados de los ministerios de Ganadería, Agricultura y Pesca (quien preside el consejo), de Economía y Finanzas y de Industria y Energía.

Brevemente describiremos las principales características de las organizaciones representativas que integran el INAVI.

La viticultura está representada por dos miembros del CENTRO DE VITICULTORES. Esta organización gremial, que nace en la década del 40, está afiliada a la Confederación Granjera y a la Comisión Nacional de Fomento Rural y nuclea aproximadamente 800 socios. Su sede se encuentra en Las Piedras, Canelones.

Los industriales bodegueros tienen dos bancas o plazas; una por el CENTRO DE BODEGUEROS y la otra por la ORGANIZACIÓN DE VINICULTORES. El CENTRO DE BODEGUEROS, fue fundado el 17 de junio de 1932, afiliado a la Unión Industrial Uruguaya, hoy Cámara de Industrias del Uruguay. Reúne a 14 bodegas: Faraut Hnos. S.A.; Los Cerros de San Juan S.A.; Cirton S.A.; Aguerre Hnos. S.A.; Viñedos y Bodegas Sotelo López, Passadore, Carrau y Mutio S.A.; Alegresa S.A., Pedro; Toscanini e Hijos, Juan; Russi y Burastero S.A.; Vinos Finos Juan Carrau S.A. (del cual su director es presidente del Centro); Irurtia, Dante S.A.; Bruzzone y Sciutto S.A. y Viñedos y Bodegas Bella Unión S.A. (ex CALVINOR). Para 1989, las bodegas asociadas al Centro procesaron un volumen aproximado a los 22.000.000 de kgs. de uva, en su gran mayoría viníferas, de excelente calidad enológica.

Hoy en día siete de sus industrias ya están abocadas a la exportación contando con un nivel alto de tecnología.

El otro integrante de los vinicultores es la ORGANIZACIÓN NACIONAL DE VINICULTORES, con sede en Lezica, Montevideo y reúne cerca de 470 bodegueros representados por pequeñas y medianas bodegas. No sólo se desempeña como gremial sino también brinda asesoramiento técnico. No se cuenta con información segura, pero posiblemente sus socios aporten la mayoría del vino producido.

Los grupos CREA viticultores, ocupan un lugar en el Consejo del INAVI, y representan a medianos y grandes productores con un alto nivel de tecnología ya que uno de sus objetivos principales es la capacitación y asesoramiento de profesionales. Tampoco se sabe su participación en la producción de uva y vino.

Por último, cabe mencionar la MESA NACIONAL DE COOPERATIVAS VITIVINÍCOLAS (MENACOVI) la cual se institucionalizó oficialmente como federación de cooperativas el 22 de agosto de 1989, a pesar de estar funcionando hace dos años y cuyo presidente es representante ante el INAVI. La Federación está integrada por: CALUVA (Cooperativa Agraria Limitada Unión Viticultores Agremiados, fundada en 1968) de Colonia, que cuenta con 17 socios; SINDICATO RURAL OZARK (data de 1924), en Nueva Helvecia, Departamento de Colonia y sus asociados llegan a 50; CALVAR (Cooperativa Agraria Limitada del Centro de Viticultores del Uruguay), nace en 1960 en Las Piedras, Canelones y su número de socios asciende a 28; y COPAVINO (Cooperativa Agraria del Vino de Responsabilidad Limitada) surge hace 23 años en Colón, Montevideo, y cuenta con 12 socios. Por lo tanto, la MESA NACIONAL DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS está formada por cinco cooperativas de primer grado y un sindicato rural dedicado a la actividad vitivinícola (OZARK) y éstos están distribuidos en los departamentos de Colonia, San José, Canelones y Montevideo; llegando a un total de 146 socios. Se estima que la MENACOVI produciría el 8% del total de uva para vino y elaboraría el 5% del vino del país. Algunas fuentes de conflicto ente los actores sociales

Si bien se ha realizado la descripción de las organizaciones que integran el INAVI, el universo de organizaciones que intervienen en el complejo vitivinícola no acaba aquí pues existen otras organizaciones como la Asociación Nacional de Bodegueros y otras cooperativas como el caso de UVICAL de reciente formación. Tal vez una de las ausencias más significativas sea la de las organizaciones de los trabajadores del complejo vitivinícola. Los trabajadores de las bodegas se encuentran comprendidos en la Federación de Obreros y Empleados de la Bebida. Sin embargo se sabe que existirían sindicatos sólo en siete u ocho empresas. En el caso de los trabajadores rurales aparentemente no existirían sindicatos que específicamente nucleen a los trabajadores de la viticultura.

Como se mencionó anteriormente, entre los actores sociales del complejo existirían distintos niveles de oposición de intereses, que podrían condensarse en contradicciones entre los mismos, y aún en conflictos, derivados de la propia dinámica de funcionamiento del complejo. La forma como se expresen y resuelvan estas oposiciones de interés, determinarán la propia evolución del complejo vitivinícola.

Por ejemplo todos los viticultores (o al menos los que no tienen bodega propia) se enfrentan con los bodegueros por la fijación del precio de la uva. Esta oposición de intereses deriva en contradicciones y aún conflictos entre los actores sociales (organizaciones respectivas) por la necesidad de influir sobre el Estado que es en definitiva quien fija los precios de cada cosecha.

Pero la lucha por la apropiación del excedente no sólo se ubica en el precio sino en la forma de pago. Hay bodegueros que pagan el precio oficial sin reajuste en doce meses. Esta situación, en un contexto de reducción general del excedente que capta el complejo agudiza las contradicciones internas. El sector más débil de los productores comienza a perder posibilidades de captación de excedentes produciéndose las primeras manifestaciones de "inviabilidad" en este grupo de productores. Este proceso encontrará sus límites en el momento en que se pueda recomponer la redistribución del excedente, que como no crece, debe ser distribuido entre menos agentes. La redistribución debe permitir una adecuada reproducción ampliada, cuando estos suceda el complejo entrará en un nuevo período de "equilibrio". Los límites de este nuevo equilibrio estarán pautados por las nuevas alteraciones que se puedan producir en la distribución del excedente. Ello puede ser causado por de la introducción de factores endógenos o exógenos, como por ejemplo un cambio técnico, una determinada política sectorial, un aumento en el excedente que capta el complejo en su conjunto por un aumento de la masa salarial, etc.

En este sentido, entre los bodegueros también existe contradicciones, al punto que se han formado al menos dos organizaciones para representarlos. Es posible que esta oposición esté vinculada al destino de la producción y a los mercados diferenciados de vino común y de vinos finos.

También entre los agentes sociales que intervienen en la producción de uva (viticultores), podrían existir oposiciones de interés que surgen por la competencia por los recursos que vierte el Estado (plan de reconversión, crédito, asistencia técnica, etc.).

CAPITULO II

OBJETIVO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivos

El objetivo de la investigación es estudiar las opiniones, actitudes y comportamientos de los diferentes tipos de viticultores, frente a la reconversión tecnológica, con el fin de aportar recomendaciones para que el INAVI diseñe e implemente un plan de asistencia diferencial para los productores con dificultades en el proceso de reconversión. Esto con el espíritu de aportar elementos que coadyuven al proceso de modernización tecnológica que debe realizar la viticultura nacional con vistas a la integración regional reduciendo sus costos sociales.

La hipótesis de trabajo de esta investigación enuncia que en una primera instancia es posible clasificar al conjunto de productores vitícolas en estratos según las relaciones sociales de producción existentes en el predio. Esto determinará opiniones, actitudes y comportamientos diferenciales frente a la reconversión tecnológica. En esta investigación también se entiende que las relaciones sociales de producción no son la única variable que explique las diferencias entre los productores, pero se considera que es la más relevante para este tipo de estudios sobre procesos de reconversión que implican una alta dotación de capital para poder ser implementados.

Dimensiones del análisis

Esta investigación parte del supuesto que la reconversión del sector es un proceso difícil y costoso, pero que existen los conocimientos y la tecnología para hacerlo. Ha sido creada la institución, el INAVI, que tiene las atribuciones para impulsarla, y que ya ha emprendido acciones en tal dirección. Sin embargo no se tiene un conocimiento acabado de las opiniones, actitudes y comportamientos de los propios viticultores frente a la reconversión. En definitiva será cada uno de ellos, en sus propios establecimientos que tendrán que procesar dichos cambios, realizando las inversiones y adicionadas a los cambios tecnológicos recomendados. En tal sentido se creó que es de suma importancia recoger información que permita comprender mejor las repuestas que estos actores tendrán en el futuro frente a este proceso. Para ello se indagaron cinco grandes áreas temáticas, que agrupan las variables incluidas en el estudio, a saber:

1. Características del productor y de la producción: en este bloque se intentó reunir la información necesaria para describir al productor vitícola según variables de base, así como a la producción de uva que realiza. Esto incluye características personales, composición del núcleo familiar y las características del viñedo que explota.

a) Características del productor

- Sexo
- Edad
- Educación
- Residencia
- Aprendizaje del oficio
- Antigüedad en la actividad
- Actividad anterior
- Existencia de otra actividad remunerada

b) Composición del núcleo familiar

- Número de personas de la familia que residen en el hogar, discriminados por sexo, edad.

- Número de personas no familiares que residen en el hogar, discriminados por sexo y edad.

c) Características del viñedo

- Número de trabajadores familiares permanentes utilizados en el último año, discriminados por edad y sexo.
- Número de trabajadores asalariados permanentes utilizados en el último año, discriminados por edad y sexo.
- Número de jornales de trabajadores zafrales familiares utilizados en el último año, discriminados por edad y sexo.
- Número de jornales de trabajadores zafrales asalariados utilizados en el último año, discriminados por edad y sexo.
- Calidad en la que explota el viñedo.
- Importancia de los viñedos en el conjunto de la producción que realiza.
- Asistencia técnica agronómica.
- Opinión sobre la asistencia técnica agronómica.

2. Organizaciones gremiales del sector: este bloque intentó detectar el relacionamiento de los productores con las organizaciones gremiales, en tanto actores sociales del sector. Se consultó sobre temas específicos como la información brindada por las organizaciones en materia de aspectos técnicos de la viticultura y de reconversión tecnológica. Adicionalmente, se relevaron datos de evaluación y opinión sobre las gestiones realizadas por las mismas.

- Pertenencia a organizaciones gremiales del sector.
- Antigüedad en la organización gremial.
- Evaluación de la gestión de la organización gremial en relación a información sobre aspectos técnicos de la producción.
- Actividades que realiza la organización gremial en relación a la reconversión tecnológica.
- Integración a grupos de productores.
- Disposición para la integración a grupos de productores.

3. Conocimiento y opinión sobre el INAVI: mediante este bloque se apuntó a medir el conocimiento de los productores vitícolas acerca de las autoridades, atribuciones y actividades llevadas a cabo por el organismo que regula y fiscaliza toda la actividad del sector. Asimismo se testeó el conocimiento y se relevó la opinión de los viticultores sobre algunas iniciativas emprendidas por el organismo.

- Conocimiento de los miembros del Consejo de Administración del INAVI.
- Conocimiento de las funciones que le competen al INAVI según su ley de creación.
- Evaluación general de las gestiones realizadas por INAVI.
- Evaluación sobre información brindada sobre aspectos técnicos de la producción.
- Indemnización por heladas del año 1991.
- Conocimiento y opinión sobre el Plan Piloto de Reconversión de Viñedos.
- Conocimiento y opinión sobre el Plan de Prevención contra Heladas.
- Conocimiento y opinión sobre el Seguro contra Heladas y Granizadas.
- Comercialización de la uva. Precios y plazos de pago.

4. Conocimiento y opinión sobre el Mercosur: el presente bloque se orientó a conocer la percepción que los viticultores tienen sobre el proceso del Mercosur y su influencia sobre la viticultura nacional. Interesa especialmente comprender cómo los productores del sector aprecian la posible competencia de los productores de la región.

- Opinión sobre la certeza de la implementación del Mercosur.
- Fuentes de información sobre el Mercosur.
- Información brindada por INAVI sobre el Mercosur.
- Impactos esperados del proceso de integración sobre el país en general y para la viticultura en particular.
- Impactos esperados del proceso de integración sobre su viñedo.
- Demandas al Estado con miras a la reconversión tecnológica.

5. Planes productivos para el futuro: en este último bloque temático se intentó conocer el diseño e instrumentación de planes y estrategias productivas de los viticultores en el mediano plazo.

- Disposición para continuar produciendo uva en un plazo de tres años.
- Disponibilidad de tierras adicionales para cosechar.
- Aptitud de las tierras que posee para la reconversión de viñedos.
- Inversiones productivas realizadas actualmente.
- Inversiones productivas planificadas para el futuro.
- Necesidad de asesoramiento técnico para planes de inversión futura.
- Cambios planificados con respecto a la comercialización de la uva.
- Origen de los recursos financieros para afrontar las inversiones.

Las relaciones sociales de producción al interior de un predio, que discriminan entre las unidades que utilizan principalmente mano de obra familiar de las que utilizan principalmente mano de obra asalariada, es una distinción clásica en la sociología agraria. Esta diferenciación se centra en que las unidades productivas que se basan en trabajo familiar combinan la reproducción de la unidad económica del predio con la reproducción de la unidad familiar o doméstica. En cambio las unidades de producción que utilizan mayoritariamente mano de obra asalariada se preocupan por la rentabilidad de la unidad económica, basada en la apropiación del excedente producido por la fuerza de trabajo asalariada aplicada a los recursos disponibles en el establecimiento. Además en este tipo de establecimientos, denominados empresas capitalistas, la reproducción de la unidad doméstica en general esta separada de la unidad económica y muchas veces ni siquiera habita en el predio. Esta diferencia hace que las prioridades y decisiones de este tipo de unidades sean distintas. Frente a un mismo estímulo las reacciones de cada tipo de unidad productiva son diferentes. Mientras las de carácter capitalista, donde predomina la mano de obra asalariada estará preocupada por aumentar la rentabilidad de la empresa, las unidades de carácter familiar tenderán a preocuparse por lograr el ingreso necesario para reproducir la unidad doméstica y en función de ello combinar los recursos que posee, para utilizar la mano de obra familiar disponible. Esta diferencia en la lógica de producción es muy importante para entender las formas de reconversión que cada tipo de unidad asumirá como conveniente para su reproducción. Así se evitará el error de asignarle una lógica capitalista a las unidades familiares, ó viceversa. La comprensión de estas diferencias aportará, decisivamente a la implementación de medidas de ayuda más eficaces y eficientes para que se pueda procesar una reconversión lo más amplia posible.

En términos operativos, se consideró que las relaciones sociales se pueden expresar en la relación existente entre la fuerza de trabajo que se contrata (asalariada) con la fuerza de trabajo que aportan los miembros de la familia (familiar). Esta relación marca la existencia de relaciones capitalistas cuando la fuerza de trabajo asalariada utilizada en el predio supera la fuerza de trabajo familiar. Por el contrario esta relación marca la existencia de relaciones sociales no capitalistas cuando la fuerza de trabajo familiar utilizada en el predio es mayor que la fuerza de trabajo asalariada. Esta relación entonces permite agrupar a los productores en dos categorías: Agricultores Familiares, donde predomina la fuerza de trabajo familiar, y Empresas Capitalista, donde predomina la fuerza de trabajo asalariada.

Para poder crear estas categorías se incluyó en la encuesta una batería de preguntas dirigidas a medir la fuerza de trabajo utilizada en el predio discriminando entre aquella que era contratada por un salario y la que era aportada por la familia del productor. Se realizaron dos mediciones por separado, una de la fuerza de trabajo permanente y otra de la fuerza de trabajo zafra. En la primera se registró la cantidad de personas que trabajaban al año y en la segunda la cantidad de días (jornales) trabajados al año.

Para construir el índice se redujo el trabajo permanente (estimado en 300 días al año) a la misma unidad que el trabajo zafra, registrado en días. De esta manera se obtuvo para cada unidad de análisis el total de días de trabajo familiar y asalariado dedicados al establecimiento en el último año.

El índice resultó del cociente entre el total de días de trabajo asalariado sobre el total de días de trabajo familiar. Aquellas unidades que resultaron tener un valor superior a uno en esa relación, o sea que tenían mayor proporción de trabajo asalariado, fueron categorizadas como Empresas Capitalistas y aquellas que tuvieron un valor igual o menos a uno fueron incluidas en la categoría de Agricultores Familiares.

Fórmula de cálculo del Índice
de Relaciones Sociales de Producción

$$I.R.S.P = \frac{\textit{fuerza de trabajo asalariada}}{\textit{fuerza de trabajo familiar}}$$

El resultado de esta categorización es que un 74% de los productores son agricultores familiares y un 26% son empresas capitalistas.¹

¹Se consideró el trabajo del dueño del establecimiento como trabajo cuando este declaraba trabajar en el establecimiento.

La estrategia metodológica seleccionada se basa en la utilización de una encuesta por muestreo estratificado polietápico. La misma se conformó a través de un doble proceso. Primero se sorteó una muestra aleatoria de las secciones policiales de cada departamento. Una vez obtenida esta muestra se sorteó para cada sección seleccionada el número de productores correspondientes a cada uno de los dos estratos definidos.

La unidad de análisis de esta investigación está constituida por el productor de vid, tenga o no bodega, tenga uno o más predios. Se considera productor al individuo que toma las decisiones productivas en el predio sin tener en cuenta la condición jurídica que revista. Lo que resulta de relevancia en este proceso de investigación, es conocer la opinión de los verdaderos decisores en la planificación predial.

El universo de estudio comprende a los productores vitícolas de la región sur del país, (es decir, de los departamentos de Montevideo, Canelones, San José y Colonia). En esta zona se concentra el 91% de los productores del sector y un porcentaje similar de la producción de uva del país.

La Estratificación del Universo

La elaboración de un marco de muestreo apropiado para la selección de los viñedos, implicó el procesamiento de información obtenida en el Censo Nacional de Viticultores realizado por INAVI en el año 1989. Se procesaron las variables correspondientes a la producción por variedades de uva, medida en kilos producidos por cada uno de los viñedos censados. Esto permitió la clasificación de variedades de uva según el corte de calidad enológica en tres categorías:

- variedades de baja calidad enológica: variedades híbridas y frutilla.
- variedades de calidad enológica media: variedades vitiviníferas (Harriague, Vidiella, Moscatel, Semillón, Trebbiano, Gamay).
- variedades de alta calidad enológica: variedades vitiviníferas consideradas finas (Cabernet, Merlot, Bonarda, Nebbiolo, Pinot, Syrah, Sauvignon).

Posteriormente se estimó el peso porcentual de cada uno de los tres grupos de variedades de uva, en relación al total producido en cada viñedo. Se obtuvo de esta manera el dato correspondiente al porcentaje de uvas de baja calidad, de media y de alta que existen para 1989 en cada viñedo.

La información anterior fue utilizada en la creación de una nueva variable denominada "Tipo tecnológico" que clasifica los viñedos según la composición varietal de los mismos. Esta variable nos aproxima a medir en cierta forma la dimensión tecnológica de los viñedos, de manera de organizar grupos homogéneos.

Otros indicadores de relevancia como el sistema de conducción empleado y el manejo realizado, no pudieron ser utilizados debido a la ausencia de tales datos en el mencionado censo.

La clasificación de los viñedos según la variable Tipo Tecnológico separa las unidades de análisis en tres categorías según la composición varietal de las mismas. La primer categoría o estrato está integrado por aquellos viñedos que tienen alguna proporción de variedades de alta calidad. El segundo grupo integra a los viñedos que no teniendo variedades de alta calidad cuentan con más del 50% de sus plantas compuesto por variedades de calidad media. El tercer grupo se compone de

viñedos que cuentan con más del 50% de variedades de calidad baja.

La distribución del universo de estudio según la clasificación anterior resulta ser la siguiente:

TIPOS	Viñedos	Porcentaje
1	235	5.5
2	1274	30.2
3	2712	64.2
TOTAL	4221	100%

Se utilizó este indicador de nivel tecnológico del predio como criterio de estratificación del universo de viñedos.

Características de la muestra y el proceso de muestreo:

Como ya se mencionó, las características del universo de estudio supusieron la necesidad de realizar un muestreo polietápico, primero por conglomerados de áreas geográficas, (secciones policiales departamentales) y luego por estratos construidos en base a un indicador de nivel tecnológico, (Manuel García Ferrando, 1985).

El procedimiento de muestreo de las secciones policiales de los cuatro departamentos arriba mencionados, se llevó a cabo mediante la utilización del software estadístico MAS. Para establecer el peso de cada sección policial de acuerdo al número de predios vitícolas, éstos se ordenaron por su frecuencia acumulada y a partir del listado obtenido se efectuó la selección aleatoria. Las secciones policiales seleccionadas por departamento fueron:

Montevideo: 17, 21, 22, 24.

Canelones: 1, 3, 6, 19, 21.

San José: 6, 7, 8.

Colonia: 5, 7, 10.

De acuerdo a la segunda etapa del proceso se obtuvo una muestra de 299 predios eligiéndose adicionalmente viñedos suplentes en cada estrato, estableciéndose un error del 10% con una significación del 95%. Luego de la depuración, se llegó finalmente a un listado de 256 viticultores muestreados. La composición de acuerdo a la distribución por departamento y estrato se resume en el cuadro siguiente:

	SAN JOSE	COLONIA	MONTEVIDEO	CANELONES	TOTAL
Estrato 1	2	4	3	7	16
Estrato 2	7	7	20	38	72
Estrato 3	6	2	23	137	168
TOTAL	15	13	46	182	256

Posteriormente se estimó conveniente, dado el pequeño tamaño del estrato 1, (integrado por aquellos viñedos que tienen variedades finas de alta calidad enológica), la selección independiente de una submuestra aleatoria simple que actuara como muestra complementaria en este conjunto, a los efectos de lograr un número de casos significativo. El tamaño de la muestra fue de 30 unidades, con una significación del 95%, determinándose un error de 1 predio. Se siguió luego el procedimiento de depuración antes descrito obteniendo un listado definitivo de 25 productores. Este estrato de productores presenta características particulares que lo hacen de interés específico en el análisis de la investigación, por lo cual se buscó el mecanismo apropiado para hacer válido el análisis desde el punto de vista estadístico.²

Problemas operativos

a) La unidad de análisis

La información disponible sobre el universo de productores de vid es la que recoge el Censo del año 1989 realizado por INAVI. Este utiliza como unidad de registro al viñedo y no al productor de vid que es la unidad utilizada en la investigación. A través de él sabemos que INAVI detectó 4568 predios con vid que corresponden a 3076 productores propietarios de un solo viñedo y 1492 que cuentan con más de una explotación. Esto supone una dificultad a los efectos de la obtención de la muestra final en nuestra investigación, dado que la unidad de análisis de la misma está constituida por el productor de vid. Adicionalmente supondría la necesidad de depurar el padrón de INAVI a los efectos de lograr que cada productor, independientemente de cuántas explotaciones posea, tenga igual probabilidad de ser seleccionado.

El procedimiento finalmente empleado fue la obtención de una muestra de viñedos que a posteriori fue depurada en los casos de repetición de productores titulares de viñedos. Para este proceso se asumió que el porcentaje de predios de productores repetidos debería ser semejante en el universo y en la muestra, no alterando así el número de unidades que resulta apropiado para el estudio.

b) Trabajo de campo

El trabajo de campo se realizó entre el 15 de noviembre y el 17 de diciembre de 1993. En la realización de las encuestas se manejaron en forma conjunta los casos de la muestra original y los de la submuestra del estrato 1.

Durante el transcurso del trabajo de campo el INAVI proporcionó un listado de aproximadamente 500 viñedos que desde el año 1989 habían abandonado la producción de uva. Este dato determinó un cambio en el universo de estudio, aumentando de esta manera el porcentaje del total de viñedos representado por los casos muestreados que había sido originalmente determinado en base al número de viñedos existentes en 1989.

La distribución final de los casos por estrato de productores, luego de haber finalizado el trabajo de campo, son los siguientes:

Estrato 1: 29 encuestas
Estrato 2: 60 encuestas
Estrato 3: 162 encuestas

²Para este procedimiento se contó con la colaboración técnica de Omar Pratt, del Banco de Datos de la Facultad de Ciencias Sociales.

Procesamiento de la información

Las características de la encuesta son las de un formulario impreso con preguntas cerradas y precodificadas (ver Anexo I).

En primer lugar se procedió a la codificación de los formularios y a la crítica de la información. Una vez realizados estos pasos se procesó la información construyendo una Base de Datos mediante la utilización del software DBASE. Para comenzar con el análisis de la información se utilizó el SPSS PC obteniéndose las frecuencias simples de las variables bajo estudio y el cruce de las mismas con el Índice de Relaciones Sociales de Producción como variable independiente a utilizar en la investigación.

III. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PRODUCTORES VITÍCOLAS

La caracterización social de los productores vitícolas que se pretende realizar reviste una doble particularidad. Por un lado buscará resaltar las características más salientes del conjunto de productores del sector las cuales refieren al perfil colectivo de los mismos en tanto viticultores. Por otro lado intentará presentar las diferencias que existen al interior del conjunto estudiado para profundizar en ese perfil colectivo. Para ello se parte del supuesto de que si bien existen entre los viticultores similitudes que pueden representarlos ante el resto de los productores de otros rubros como un grupo homogéneo, existen también ciertas heterogeneidades entre ellos.

A los efectos de apreciar con mayor claridad estas heterogeneidades al interior del sector analizaremos la información en función de los dos estratos de viticultores contruidos según el origen de la fuerza de trabajo utilizada en el predio. Esta distinción nos muestra la primera característica del sector: un 75% de viticultores son productores familiares y un 25% de viticultores son empresarios capitalistas.³ Por tanto como primera aproximación a la caracterización del sector se puede afirmar que en él coexisten dos lógicas de producción o dos racionalidades diferentes. Ambas validas, porque los recursos que gestionan son diferentes, por lo cual deben ser atendidas por políticas diferenciadas ya que las necesidades prioritarias de un grupo no necesariamente coinciden con las del otro grupo.

A continuación presentaremos la información de tal manera que se puedan apreciar las principales características del sector, resaltando aquellas diferencias significativas entre los viticultores familiares y los empresarios. Los cuadros que presentamos a continuación muestran los rasgos principales de los productores y las homogeneidades o heterogeneidades entre los dos grupos de productores, para poder ver su significación en la caracterización social de los viticultores.

III a. CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL PRODUCTOR

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTOR	FAMILIAR	EMPRESARIO	TOTAL
Entre 36 y 59 años	71%	55%	67%
Hasta Primaria completa	80%	39%	69%
Vive en el predio	93%	78%	89%

El primer cuadro que muestra las características personales de los mismos. Entre los tres indicadores seleccionados para describir estas características se encuentra la edad. En torno a ella se puede decir, que la mayoría de los viticultores, un 67%, tiene entre 36 años y 59 años. Un 17% tiene menos de 35 años y un 16% tiene mas de 60 años. Estos datos indican que el productor vitícola en general es de edad madura, característica similar el resto de los productores rurales de nuestro país,

³ La categoría de productores familiares debemos entenderla como una gran categoría en la cual coexisten diversidad de situaciones. Estas se ubican en un continuo que va desde la proximidad con el pequeño productor que realiza una producción de subsistencia, dedicando una parte menor de su producción para el mercado, extendiéndose hasta el productor que cuenta con posibilidades de lograr cierta acumulación, la cual se traduce en tecnificación y cultivo de variedades de uva de mejor calidad.

con poca presencia de jóvenes y una incidencia relativamente aceptable de productores mayores de 60 años, que por otra parte son casi el mismo volumen que los jóvenes. Si se analiza la edad por tipo de productor se encuentran algunas diferencias. Los empresarios jóvenes son un 23% superando a los familiares que son un 15%. En los mayores de 60 años se encuentra mas empresarios, 22%, que familiares, 14%. Los productores familiares se concentran en el tramo de mediana edad, 79%. Estos datos interpelan una idea muy extendida en los análisis de la agricultura familiar uruguaya donde se tiende a ubicar a estos productores al fin de su vida económicamente activa.

Otro de los indicadores que enmarcan las características personales de los viticultores es la educación. La misma corresponde preponderantemente a la enseñanza primaria, alcanzando los siguientes niveles: el 27% tiene primaria incompleta, 42% primaria completa, el 14% fue al liceo, el 12% tiene formación especializada de UTU y el 4% alcanzó estudios universitarios. En general el nivel de educación alcanzado por los productores acompaña su estructura de edades ya que el estrato de edades predominante entre los productores a nivel nacional también tienen mayoritariamente primaria como máximo nivel de educación. La distribución del nivel educativo muestra diferencias importantes en relación al carácter de la producción. Los productores familiares tienen menor nivel de educación que los empresarios que muestran un perfil con mayor nivel educativo.

El último indicador seleccionado para describir a los productores vitícolas en torno a sus características personales, es el lugar de residencia. La gran mayoría de los viticultores, (89%) vive en el mismo predio en el cual está ubicado su viñedo. Este dato nos habla de una conjunción de espacios entre el ámbito del trabajo y la producción y el ámbito de la casa y la familia. Solamente un 10% reside fuera del predio. Por razones que tienen que ver con las características más generales del propio cultivo, no tiene trascendencia en este sector la categoría de productores "ausentistas" que viven alejados de su lugar de trabajo.

Sin embargo si se lee estos datos a la luz de las categorías de viticultores familiares y empresarios, se aprecia que existen ciertas diferencias con respecto a la residencia. Claramente la residencia en el predio es casi absoluta para el caso de la producción familiar, (93%), mientras que para la viticultura de carácter empresarial se reduce y encontramos un 17% de productores empresariales que vive fuera del predio.

En síntesis, el conjunto de viticultores nacionales se caracterizan por ser en su mayoría de edad madura, residen mayoritariamente en el predio. Estas dos características se acentúan aún mas cuando hablamos de productores familiares. El nivel educativo es la única característica (de las tres seleccionadas) que diferencia según el tipo de productor.

Los productores empresarios en su mayoría alcanzaron mayores niveles de estudios que los productores familiares, llegando a niveles terciarios e incluso universitarios. Los productores familiares en su gran mayoría alcanzaron, niveles de educación primarios.

III b. LA TRADICIÓN EN LA VITICULTURA

INDICADORES DE TRADICIÓN	FAMILIAR	EMPRESARIO	TOTAL
Más de 10 años de antigüedad en el rubro	89%	95%	92%
Aprendió el oficio a través de un familiar	84%	86%	85%
Fue viticultor toda la vida	64%	73%	66%
Tiene padre viticultor	82%	84%	83%

La tradición en el rubro significa para nosotros un elemento central en la competitividad de nuestra viticultura ya que de tener que realizar inversiones en la formación de recursos humanos aptos para el manejo de la producción, éstas serían tan elevadas como las necesarias para la reconversión tecnológica del sector. En este sentido es que resalta la gran inversión que el país ha realizado durante años en la capacitación de estos productores, por lo que se deberían buscar las formas para que estos no desaparezcan, generando un proceso de desinversión en recursos humanos.

Para poder medir el grado de tradicionalidad del productor en el rubro se construyeron cuatro indicadores, que muestran el arraigo del productor: tiempo que lleva en la actividad, formas de aprendizaje, actividad anterior y actividad del padre.

El primer indicador utilizado señala el tiempo que lleva el productor dedicado a la viticultura. El 92% de los encuestados contestó que hace más de 10 años que se encuentra en la actividad. Dentro de este grupo resulta que un 64% de los empresarios llegan a la actividad a partir de la década de los '70 y hasta el año '82 y un 31% lo hace antes de 1972. Entre los familiares un porcentaje similar, 66%, se inicia en el rubro antes de 1972, teniendo 21 años y más, de antigüedad en el sector.

El aprendizaje del oficio de viticultor, fue el segundo indicador seleccionado. El oficio se aprende masivamente a través de la enseñanza de un familiar. Así lo declara el 85% de los productores que fueron encuestados.

Esto da cuenta muy bien de la tradicionalidad en la actividad vitícola ya que la misma es transmitida y aprendida generacionalmente, dado que generalmente es el padre, el familiar del cual aprendió el manejo de la vid. La instrucción formal a través de las instituciones de enseñanza, (UTU, Escuelas Agrarias, Facultad de Agronomía) integra solamente al 4% de los viticultores.

Nuevamente aún dentro de ese escaso peso global, existen ciertas diferencias al considerar las categorías familiar y empresario. Por ejemplo el porcentaje de los empresarios que declaran haber aprendido el oficio a través de sus estudios es tres veces mayor que el de los viticultores familiares.

Acerca del origen de los productores vitícolas, se preguntó a qué se dedicaba antes de ser viticultor. El 66% resultó haber sido viticultor toda su vida, el 8% fue productor rural pero no viticultor, el 10% trabajó con su familia en la chacra, otro 10% fue asalariado (rural o urbano) y un 8% desempeñó otro tipo de actividad. Este dato muestra una escasa movilidad social ascendente en este sector ya que el conjunto de productores que provienen de ocupaciones desempeñadas bajo relaciones de dependencia salarial es solamente del 10%. Esta escasa movilidad social desde otro punto de vista se confirma al no haber diferencias significativas en este indicador entre los tipos de productor lo que refuerza la idea de una estructura de movilidad social muy rígida.

Por último, consultados acerca de la ocupación del padre, surge el hecho de que el 83% tiene padre que también ha sido viticultor. Esto hace referencia a lo señalado en el párrafo anterior de la continuidad generacional del oficio, a través del cual son transmitidas las prácticas y saberes relativos a la viticultura. En este indicador no encontramos diferencias por tipo de productor.

En síntesis, los indicadores de tradicionalidad relevados demuestran que existe un conjunto de factores que determinan una clara característica de tradición de los productores del sector: la existencia de padre viticultor, el haber sido viticultor toda la vida, el aprendizaje del oficio realizado a través de la enseñanza de un familiar y una antigüedad en el rubro de más de diez años. Estas características definen a la mayoría absoluta de los viticultores y podríamos decir que hacen al conjunto de la viticultura del país. No encontrándose diferencias significativas, al interior de los tipos sociales de producción.

III c. IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD VITÍCOLA

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	FAMILIAR	EMPRESARIO	TOTAL
Es propietario del viñedo	83%	94%	86%
Los viñedos son su rubro principal	61%	72%	64%
No tiene otra actividad remunerada	81%	47%	72%

En este apartado se quiere hacer referencia a la importancia que tiene la viticultura para el productor dentro de las actividades que realiza. Esto dará una idea de la especialización o diversificación, así como la cantidad de productores cuyo ingreso depende principalmente de este rubro. Para esto usamos tres indicadores.

El primer indicador refiere a las formas de tenencia de los viñedos. La misma presenta las siguientes características: el 86% de los viticultores es propietario de los viñedos que trabaja, el 5% cultiva los viñedos en régimen de medianería o aparcería y el 8% son arrendatarios. Si se considera conjuntamente estas dos últimas categorías en tanto no propietarios, resulta que existe una diferencia significativa en tanto familiar o empresario. La probabilidad de ser no propietario se reduce a la tercera parte para los empresarios, con respecto a los familiares.

Otro indicador que se utilizó mide la importancia de la viticultura en el conjunto de la producción. Para el 64% de los encuestados los viñedos constituyen su rubro principal, para el 27% constituyen un rubro secundario y para el 8% constituyen un rubro meramente adicional. Los datos denotan un alto porcentaje de productores dedicados principalmente al rubro en cuestión. La diversificación de rubros es una estrategia utilizada en mayor medida por los productores familiares ya que en ellos es más frecuente la respuesta de rubro secundario y rubro adicional. Estas dos categorías agrupan al 38% de los familiares frente a 28% en los empresarios.

El último indicador seleccionado, es que otra actividad remunerada realiza el productor además de la viticultura. El 72% de los productores vitícolas, contestó que no realizaba ninguna otra actividad, el 13% tiene industria, el 3% comparte la viticultura con trabajo asalariado, un 3% tiene comercio, un 8% tiene otro tipo de actividad. Este indicador muestra diferencias importantes según consideremos el carácter familiar o empresario del productor. El 81% de los familiares no tiene otra actividad

remunerada, mientras este porcentaje desciende al 47% para los empresarios. Es decir que el 53% de estos últimos comparte la viticultura con otro tipo de actividad. Entre ellos un 39% lo hace con actividades industriales, probablemente en las bodegas para procesar la uva y producir el vino.

En resumen, la gran mayoría de los productores vitícolas del país es propietario de las tierras que cultiva.

Por otro lado, la viticultura reviste un carácter central para la mayoría de los productores del sector, constituyendo el origen principal de sus ingresos. Esta situación define al conjunto de productores familiares y (en menor medida) también a los empresarios. Las combinaciones de actividad tienden a producirse de la siguiente manera: los familiares desarrollan una estrategia productiva al interior del predio combinando la vid con otros cultivos probablemente de granja, mientras los empresarios tienden a la especialización en el rubro prolongándose hacia la fase industrial del CAI, es decir la formación o explotación de la bodega. Esto refleja con claridad dos racionalidades diferentes, por un lado la de los familiares que tienden a la diversificación para minimizar riesgos y garantizar su ingreso y los empresarios que con mayor capacidad económica tienden a especializarse en la producción que realizan.

IV ASISTENCIA TÉCNICA DE LOS VITICULTORES

En la encuesta realizada se incluyó un conjunto de preguntas acerca del asesoramiento técnico de la producción que realizan los viticultores. Los datos obtenidos, a nivel general, demuestran que el 44% de los productores cuenta con asistencia técnica y el 56% restante no. Existe en este caso una clara determinación de la condición de familiar o empresario para la recepción del asesoramiento. La relación se plantea de manera directa mostrando un 32% de viticultores familiares que cuentan con asistencia técnica agronómica frente a un 78% de empresarios.

CUADRO GENERAL

ASISTENCIA TÉCNICA	FAMILIAR	EMPRESARIO	TOTAL
Técnico particular	9%	50%	19%
Técnico de una institución (gremial, grupo y estado)	10%	15%	13%
Vendedor de insumos	13%	13%	13%
No tiene	68%	22%	55%
TOTAL	100	100	100

La asistencia técnica recibida por los productores⁴ puede ser de dos tipos diferenciados que connotan a su vez relacionamientos distintos: la asistencia particular de carácter individual y la asistencia de tipo colectivo. La primera implica un vínculo meramente personal entre el técnico y el usuario, mientras que la segunda supone un vínculo organizacional más o menos formalizado del productor con un organismo o institución del cual proviene el técnico, lo cual supone una socialización distinta de parte del productor.

La asistencia de carácter individual a través de la contratación de un técnico particular ocupa la porción mayor de viticultores. Esta modalidad es utilizada por el 44% de los viticultores que cuentan con asistencia.

En segundo lugar las modalidades colectivas de asesoramiento ocupan a algo más de la cuarta parte de los viticultores, asistidos (26%). Se encontró en este grupo a los técnicos provenientes de las organizaciones gremiales, sociedades de fomento y grupos de productores.

Una modalidad adicional que reviste características particulares es la utilizada por el 29% de los viticultores asistidos, a través del asesoramiento brindado por vendedores de maquinaria y/o insumos. Es este un asesoramiento puntual y concreto que se produce sin una frecuencia periódica sino tan solo en aquellas ocasiones en que el propio productor visita el establecimiento comercial.

Si se observa la distribución de los datos según sean los productores de carácter familiar o empresario, se aprecian algunas diferencias significativas. La modalidad predominante (técnico

⁴Todos los datos que se presentan a continuación están calculados sobre el total de viticultores que cuenta con algún tipo de asesoramiento técnico y no sobre el total de productores encuestados.

particular), es utilizada por la mayoría de los empresarios asistidos, (64%), frente a un 27% de los productores familiares. Es decir que la atención personalizada es característica de la producción de carácter empresarial mientras representa sólo algo más de la cuarta parte del asesoramiento recibido por la producción familiar. Este tipo de producción se inclina mayoritariamente hacia las dos modalidades restantes, las cuales significan menores costos para el viticultor. La prioritaria es la consulta a vendedores en ocasiones puntuales, (40%), la cual puede entenderse como un asesoramiento más comercial que técnico. El 33% utiliza alguna de las modalidades colectivas. Contrariamente, éstas representan el 16% y 18% respectivamente para los empresarios constituyendo opciones minoritarias.

Con referencia a la frecuencia promedio con que es recibida la visita de los técnicos entre los meses de noviembre y marzo las respuestas fueron las siguientes. El 30% de los productores asistidos contestó que es visitado todas las semanas, lo cual constituye la frecuencia más alta. El 14% indicó que las visitas se producen dos veces al mes, el 29% una sola vez al mes y el 12% cada tres meses y más. El 2% mostró una actitud negativa declarando que prefería que los técnicos no lo visitaran. El 14% restante no logró recordar la periodicidad de las visitas.

Las diferencias por tipo de producción se plantean en los siguientes términos: la respuesta mayoritaria de los viticultores familiares asistidos fue la de una vez al mes agrupando al 33% de los mismos; la respuesta mayoritaria entre los empresarios asistidos fue todas las semanas agrupando al 48% de los mismos. La frecuencia de menor periodicidad (cada tres meses y más), involucra al 15% de los familiares y al 8% de los empresarios.

IV a. Opiniones sobre la calidad de la asistencia técnica

La evaluación del asesoramiento recibido fue recogida en una escala de opinión sintetizada en las siguientes opciones: las visitas de los técnicos son útiles (84%), son más o menos útiles (12%), y no son útiles (1%). Surge claramente una valoración positiva del trabajo realizado por los técnicos del sector. Esta es aún más generalizada para el caso de los viticultores empresarios ya que las respuestas positivas se elevan al 94% de este conjunto. En la opinión de los familiares esta porción desciende al 77%, representando a la vez un porcentaje mayor la categoría neutra que atribuye una utilidad relativa al asesoramiento brindado, (18% más o menos útiles).

Si bien se puede decir entonces que la tendencia general es a valorar ampliamente este tipo de asesoramiento, es de destacar que los empresarios obtienen mayor provecho del mismo encontrando una asistencia más ajustada a sus requerimientos productivos.

En resumen, este capítulo mide, en primer lugar el tipo de asesoramiento técnico que reciben los viticultores. En segundo lugar la frecuencia del asesoramiento y por último la opinión del mismo. El 44% de los productores cuenta con asistencia técnica. Existe, como ya se demostró, una fuerte diferenciación en torno al tipo social de producción. Las características de este asesoramiento están, también, fuertemente marcadas, según de que tipo de productores se este hablando. Los empresarios por su parte perciben un asesoramiento de carácter más personalizado y continuo (a través de la contratación de técnicos) y de la visita semanal de los mismos. En los productores familiares, el asesoramiento es más despersonalizado y esporádico ya sea través de los vendedores de insumos o las modalidades colectivas y la frecuencia es de una vez por mes. Por último, en torno a la opinión de dichos asesoramientos el tipo de producción no reviste diferencias significativas.

V ORGANIZACIONES GREMIALES DE PRODUCTORES VITÍCOLAS

Los datos que se presentan a continuación corresponden al bloque de preguntas acerca de las organizaciones gremiales del sector, que fuera incluido en la encuesta. En el mismo se indagó acerca de la pertenencia a organizaciones gremiales de productores y su quehacer específico en materias particulares vinculadas a la actividad del sector. Asimismo se interrogó acerca de los grupos informales de productores que revisten fines más específicos y/o espacios más acotados, y que parecen ser una práctica últimamente extendida a ciertas áreas de la viticultura.

V a. Pertenencia a organizaciones de productores

Las organizaciones de productores son los agrupamientos naturales posibles de constituirse en actores colectivos con capacidad de interlocución en los lugares de negociación pública. Constituyen un espacio de encuentro para la defensa de los problemas vinculados a la producción del sector.

AFILIACIÓN A ORGANIZACIONES GREMIALES

	FAMILIARES	EMPRESARIOS	TOTAL
Afiliados	36%	66%	44%
No afiliados	64%	34%	56%
TOTAL	100%	100%	100%

En cuanto se pregunto a los productores vitícolas sobre afiliación gremial surge que el 44% de los viticultores encuestados se encuentra vinculado a alguna organización de productores del sector. Sin embargo existe un grupo mayoritario que involucra a los viticultores que no están integrados a ninguna, que se eleva un 14% por encima de la primer cifra (56%). Es decir que menos de la mitad de los viticultores tiene un espacio de referencia en el cual discutir los problemas particulares del sector.

Los datos se polarizan al introducir en el análisis la variable que discrimina entre productores de carácter familiar y productores de tipo empresario. Los porcentajes de afiliación gremial disminuyen al 36% para el caso de los viticultores familiares y aumentan al 66% para los empresarios.

Estos datos demuestran una diferencia clara entre ambos tipos de viticultor en su actitud hacia las organizaciones gremiales del sector. La disposición negativa de las dos terceras partes de los familiares nos habla de un grupo de productores que parece encontrarse relativamente aislado del resto y relativamente al margen de la problemática del sector. En tanto son las organizaciones de productores el ámbito natural para la discusión conjunta de los problemas de la viticultura, estos productores se encuentran masivamente afuera de la participación con los iguales, limitados a una producción realizada del viñedo para adentro. Contrariamente los de tipo empresario se vinculan a organizaciones, exactamente en los mismos porcentajes en que los primeros no lo hacen. Son por lo tanto estos productores quienes están más al tanto de las cuestiones de la problemática vitícola y quienes tienen más posibilidades de incluirse en los procesos que en la viticultura se desarrollen. Asimismo presentan mayor probabilidad de constituirse en los portavoces del sector a la hora de las negociaciones.

Con respecto a la distribución por organización gremial, los datos arrojaron una asociación mayoritaria al Centro de Viticultores del Uruguay el cual agrupa al 38% de los viticultores integrados a organizaciones, detentando la mayor representación dentro del sector. En segundo término aparece un 14% del mismo conjunto que se encuentra vinculado a distintas cooperativas de productores. El grupo restante se encuentra distribuido en una serie de organizaciones diversas que reúnen porcentajes inferiores al 10%.

V b. Antigüedad en la organización

De los viticultores afiliados a organizaciones el 57% se ha vinculado a organizaciones hace 10 años y más. Es decir que en la mayor parte de los viticultores asociados su afiliación data de fechas anteriores al año 1983, resultando minoritaria la porción de viticultores que ha establecido vínculos durante la última década.

Las organizaciones de productores tienen, en ocasiones particulares, capacidad de configurarse en líderes de procesos de transformación que involucran cambios de relativa importancia en los patrones de producción. En el contexto actual, el entorno más importante está dado por el proceso de integración regional que se concretará con la plena vigencia del Mercosur, el cual pone en situación de riesgo a gran parte de la viticultura nacional. (la competencia regional vendrá dada vía costos de producción y calidad de la materia prima para la elaboración de vino). Un posible papel de las organizaciones en este contexto es el de contribuir a la preparación del sector para un mejor desempeño en el nuevo escenario.

En este sentido se ha interrogado a los productores del sector acerca de los roles y las actividades particulares que las organizaciones de productores están emprendiendo en términos de información sobre aspectos técnicos de la producción en general y sobre reconversión productiva en particular. Tal como se viene procesando esta última en la viticultura, ésta pasa por el recambio de cepas tratando de plantar cada vez menos variedades de tipo frutilla e híbridas y más de las variedades tradicionales y vitiviníferas finas consideradas de mayor calidad enológica. Este pasaje va frecuentemente asociado a un mejoramiento en los sistemas de conducción de la planta, que contribuye a elevar la altura de la misma y a lograr una mayor superficie de contacto de la planta con el sol.

La investigación, interrogó acerca, de sí la organización le aportó, al productor vitícola, información o conocimiento sobre aspectos técnicos de la producción (sistemas de conducción, plantas, herbicidas, fungicidas y abonos). El 59% de los viticultores asociados contestó afirmativamente.

La calidad de la información recibida fue registrada en una escala con los siguientes valores: muy mala, mala, ni buena ni mala, buena, muy buena. Las valoraciones individuales determinaron que ningún asociado eligiera las categorías de connotación negativa, (mala o muy mala), de manera que la información resultó en todos los casos bien acogida. Las tres categorías restantes registraron los porcentajes de respuesta siguientes: muy buena 25%, buena 59%, 16% ni buena ni mala.

Si se agrupa las dos categorías que denotan una valoración positiva de la información resulta que 3 de cada 4 asociados considera que la misma fue buena. La categoría neutral continúa recogiendo el porcentaje menor involucrando aproximadamente a 1 de cada 7 asociados.

V c. Hoy en día, ¿Qué está haciendo su organización gremial por la reconversión de los viñedos?

ACTIVIDADES SOBRE RECONVERSION	
No está haciendo nada	34%
Charlas con técnicos	33%
Asesoramiento individual	12%
Impulsa medidas ante INAVI	20%
Créditos	1%

De la distribución que muestra el cuadro surge claramente que para la tercera parte de los viticultores asociados, las organizaciones del sector no están emprendiendo actividades con respecto a la reconversión de los viñedos. Las organizaciones a que pertenece otra tercera parte, organiza charlas con técnicos a los efectos de brindar información sobre el proceso y las características de la nueva tecnología. La restante tercera parte se divide en las opciones de asesoramiento individual, la gestión de medidas ante el organismo rector de la actividad del sector (INAVI) y la actividad crediticia. De estas actividades minoritarias la que reviste mayor importancia es la que implica la representación gremial en el organismo de creación e implementación de políticas hacia el sector.

Se preguntó a todos los viticultores encuestados si habían integrado alguna vez un grupo de productores. Esta pregunta apuntó a recoger la experiencia de articulación de ciertos grupos con menor grado de institucionalización que una organización gremial, una cooperativa, etc. y que revisten objetivos específicos de carácter económico, comercial o de servicios. Esta participación de carácter informal fue alguna vez experimentada por el 28% del total de productores. Esta cifra que nuclea a algo más de la cuarta parte de los viticultores, aunque minoritaria, refleja la existencia de cierto grado de apertura en los productores a participar en agrupaciones de carácter informal. Los datos reflejan además, diferencias según el índice de relaciones sociales de producción construido, determinando una mayor disposición a participar de parte de los empresarios, (45% contra 21% de los familiares).

V d. Los fines que son perseguidos por este tipo de nucleamientos de viticultores se muestran en el cuadro siguiente:

FINES QUE PERSIGUEN LOS GRUPOS DE PRODUCTORES	
Comercializar	37%
Asistencia Técnica	44%
Compra de Insumos	7%
Uso de Maquinaria	1%
Otros	7%
No contesta	3%

Como se desprende directamente del cuadro, la necesidad de compartir asesoramiento técnico-productivo constituye la motivación prioritaria para la articulación de los grupos informales, seguida de cerca por la búsqueda de mecanismos colectivos para la comercialización del producto.

Los orígenes de estos grupos no son demasiado diversos. El 69% se originó a través de un grupo de vecinos que tuvo la iniciativa, el 10% lo hizo impulsado desde alguna gremial, el 14% lo hizo a través de otro tipo de instancias y el 6% no contestó a la pregunta. Como se aprecia, la proximidad geográfica constituye uno de los motivos más fuertes de vinculación, a los efectos de agrupar a los iguales. En segunda instancia pero con valores muy alejados, lo constituye la propia organización gremial.

Finalmente se preguntó si al no haber integrado un grupo de productores, estaría dispuesto a hacerlo en la actualidad. Esta interrogante trataba de recoger la disposición a nuclearse con los pares reproduciendo las instancias asociativas. El 35% contestó que estaría dispuesto. Un porcentaje igual alcanzó la duda en la categoría: "tendría que pensarlo". Solamente el 21% (uno de cada 5 productores), contestó abiertamente que no, y un 9% no contestó la pregunta. Se constata por lo tanto cierta apertura y actitud positiva a la vinculación con viticultores que se encuentran en situaciones similares.

En resumen, un 44% de los productores vitícolas está afiliado a alguna organización gremial, frente a un 56% que no lo está. Esta categoría está influenciada por el tipo social de productor. Mientras que los empresarios registran mayor porcentaje de afiliación con respecto al total de productores (65%) los productores familiares disminuyen a un 35%.

La organización que nuclea mayor número de productores es el Centro de Viticultores del Uruguay, seguido por las Organizaciones Cooperativas y las Sociedades de Fomento.

En cuanto las medidas que están llevando adelante las Organizaciones con respecto a la reconversión, las opiniones se distribuyen fundamentalmente en, charlas con técnicos, impulsar medidas ante el Invai y en un porcentaje similar, afirman que no están haciendo nada.-

Los fines que persiguen las organizaciones de productores, percibidos por los productores vitícolas, son fundamentalmente dos; la Comercialización con un 37% de respuestas y la Asistencia técnica con un 44%. Casi un tercio de los entrevistados participaron de grupos de productores, mientras otro tercio contestó que estaría dispuesto a integrarlos. Estos grupos se constituyeron principalmente entre vecinos y el principal objetivo es la asistencia técnica y en menor medida la comercialización de la producción.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE AFILIACION A ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES	
Centro de Viticultores del Uruguay	37.7%
Organizaciones Cooperativas	14.1%
Sociedades de Fomento	10.4%
Saudo	9.4%
Fucrea	5.6%
Soc. Viticultores de Villa Rodríguez	5.6%
Centro de Bodegueros	4.7%
Asoc. Nacional de Bodegueros	1.9%
Otras	10.4%

VI OPINIONES DE LOS VITICULTORES ACERCA DEL INAVI

El Instituto Nacional de Vitivinicultura (Inavi), es la institución que coordina y fiscaliza toda la actividad del sector vitivinícola nacional. Fue creado por ley en el año 1987 siendo su Consejo de Administración un órgano de representación integrado por delegados del Poder Ejecutivo, de las organizaciones gremiales y técnicos del sector ⁵. En tanto orientador de la políticas de desarrollo y reconversión tecnológica del sector pareció pertinente recabar las opiniones de los viticultores en torno a las tareas que lleva a cabo esta autoridad. Por consiguiente este módulo presenta los datos correspondientes a la evaluación general de los productores con respecto a las gestiones del instituto así como el conocimiento y la opinión particular sobre algunas acciones en concreto.

La evaluación de la actividad global del Inavi fue medida a través del grado de conformidad de los viticultores con respecto al conjunto de acciones que el instituto emprende. En esta pregunta la conformidad fue la respuesta mayoritaria en el conjunto, pero la misma no alcanza a la mitad de los productores, (46%). En segundo término, algo más de la cuarta parte, (27%), eligió la opción neutra "ni conforme ni desconforme" sin comprometer un juicio con respecto a las gestiones. Un porcentaje menor, (12%), tiene una valoración negativa declarando que está desconforme con las acciones del instituto. Finalmente, un 14% prefirió no opinar al respecto o no supo cómo hacerlo. En síntesis, la aprobación de las gestiones realizadas, sin ser masiva, resultó la opción mayoritaria. El respaldo de los viticultores alcanzó casi a la mitad de los mismos seguido de un porcentaje considerable que se manifestó indiferente.

Es sabido que frecuentemente existe una suerte de enfrentamiento o conflicto entre la fase agraria y la fase industrial del complejo agroindustrial vitivinícola, la cual tiene su manifestación más clara en la negociación por el precio de la uva. Teniendo presente esta problemática es que se incluyó una pregunta acerca de la percepción que tienen los viticultores con respecto a las preferencias del organismo rector. La pregunta rezaba: Ud. considera que el INAVI se preocupa:

- más por los aspectos de la viticultura
- más por aspectos de los bodegueros
- de los dos por igual
- de ninguno de los dos

Los resultados muestran que la tercera parte opina que los bodegueros son quienes se ven favorecidos, (34%). Un 27% elige la tercera opción opinando que el organismo actúa con ecuanimidad. Solamente un 7% considera que su propio sector es el que ocupa la mayor atención de Inavi, mientras un porcentaje muy similar, (8%), tiene una opinión pesimista eligiendo la última opción. Llama la atención el elevado porcentaje de productores que no emiten una opinión al respecto, (24%).

En relación a la información y/o conocimientos sobre aspectos técnicos de la producción (sistemas de conducción, plantas, herbicidas, fungicidas y abonos), consultamos a los viticultores acerca del aporte realizado en este sentido por INAVI.

El 71% de los productores nunca recibió información proveniente del organismo. Un 17% restante si lo hizo dividiéndose la opinión sobre la misma en porciones aproximadamente iguales: 9% fue suficiente, 8% fue insuficiente.

⁵extraído del documento

Posteriormente consultamos acerca del conocimiento y la opinión de los productores en torno a ciertas iniciativas que el instituto ha tenido durante el último año. Ellas son acciones concretas con referencia a la reconversión de los viñedos, seguros contra heladas y granizo y plan de prevención de heladas.

Con referencia al **Plan Piloto de Reconversión de Viñedos**, (el cual consiste en la asignación de fondos a los productores para el recambio de cepas, por variedades de mejor calidad enológica), las tres cuartas partes del conjunto de viticultores está informado. Existe un mayor nivel de información entre los viticultores empresarios entre los cuales el porcentaje se eleva al 89%, disminuyendo al 69% entre los productores familiares. Paralelamente, no se enteró el 28% de los últimos frente e un 9% de los primeros.

Con respecto a la opinión que les suscita a aquellos productores que conocen la iniciativa, encontramos que el 42% opina que el plan es bueno. Un porcentaje bastante menor, (26%) considera que el plan es malo, mientras el 18% cree que no es ni bueno ni malo. En esta oportunidad son los empresarios quienes se muestran más críticos con respecto a la iniciativa. Si se comparan los porcentajes por tipo de producción se aprecia que el 44% de los familiares tiene una opinión positiva frente a un 37% de los empresarios; con respecto a la opinión negativa los familiares se manifiestan en un 24% frente al 30% de los empresarios. La razón fundamental por la cual el Plan de Reconversión es considerado malo se debe a que el dinero asignado es insuficiente.

Otra iniciativa particular emprendida por INAVI es el **Plan de Prevención Contra Heladas**, el cual se basa en un convenio con la Dirección Nacional de Meteorología. El conocimiento del mismo es considerablemente menor que en el caso anterior. Menos de la mitad de los productores, (45%) conoce la iniciativa, siendo obviamente mayoritaria la proporción de los que no están enterados. Entre los primeros existe una diferencia sustantiva en términos de información para los familiares y los empresarios. Estos representan un 58% y aquellos un 4%.

La fuente de información principal es la radio que representa el medio por el cual se enteró 44% de los productores que lo conocen. Prosigue un conjunto similar de productores que se informó directamente en Inavi, (40%). Las diferencias se plantean a nivel de tipos de producción: los familiares acceden en mayor proporción a la información a través de la difusión masiva, (52% radio), mientras los empresarios lo hacen en un porcentaje considerablemente menor, (27%). Congruentemente, éstos se enteran en mayor proporción en el organismo, (57% INAVI), mientras los familiares lo hacen solamente en un 31%. Estos datos denotan un mayor contacto de los empresarios con el organismo rector.

El Plan de Prevención Contra Heladas ha sido utilizado por un porcentaje muy reducido de los viticultores que lo conocen, (14% de los informados). Los empresarios son quienes han recurrido en mayor medida a la información brindada por el plan; aproximadamente uno de cada cuatro empresarios, frente a uno de cada diez viticultores familiares.

La última iniciativa del Instituto sobre la cual fueron consultados los productores, se refiere al nuevo **Seguro Contra Heladas y Granizadas**, instrumentado en convenio con el Banco de Seguros del Estado. El conocimiento de esta medida alcanza casi a la mitad de los productores (48%), siendo mayor que la proporción de quienes lo desconocen (46%). El conjunto de viticultores informados se eleva entre los de tipo empresario alcanzando al 64%, existiendo un menor porcentaje de información entre los familiares (43%).

La evaluación del Seguro realizada en términos de la utilidad del mismo registró el siguiente conjunto de respuestas: consideran que es útil el 31% de los viticultores; consideran que es inútil el

27% de los mismos. Existe un importante porcentaje de viticultores que pese a declarar estar en conocimiento del nuevo Seguro, aún no logra evaluar la iniciativa, (28% no sabe).

De los datos anteriores, se puede concluir que, surge como conclusión que existe un mayor contacto de la institución con aquellos viticultores caracterizados como empresarios, los cuales están en mayor medida al tanto de las iniciativas que el organismo rector está emprendiendo.

La institución en su conjunto cuenta con cierto respaldo de los productores para las acciones que realiza. En términos generales ésta involucra a cerca de la mitad de los viticultores y en términos de iniciativas específicas el Plan de Reconversión cuenta con el mayor apoyo, (42%) y el Seguro contra Heladas con un apoyo menor, (31%). Adicionalmente, cabe destacar que independientemente del tipo de producción que realizan (sea de tipo familiar o de tipo empresario), la tercera parte de los viticultores consideran que se encuentran en una situación de desventaja con respecto a los actores de la fase industrial de complejo. En su percepción los bodegueros cuentan en mayor medida con la atención de la autoridad máxima del sector.

Finalmente, se destaca, que frecuentemente se registran porcentajes considerables de respuestas omitidas, (no sabe, no contesta) lo cual no ocurre con igual intensidad en los restantes bloques temáticos de la encuesta. Esto denota en cierta medida que bien existe un cierto desconocimiento acerca del tema consultado, (INAVI), o bien que por alguna razón se prefiere obviar el tratamiento del mismo.

VII OPINIONES DE LOS VITICULTORES CON RESPECTO AL MERCOSUR

La particularidad de estos datos es que no se trata de un estudio sobre posibles resultados de la integración o un análisis de la competitividad del sector. Se trata de datos que muestran cómo los propios productores están imaginando el Mercosur, cuál es el escenario futuro que los productores piensan que van a tener una vez concretada la integración. Esta información es muy relevante porque en función de ello es que estos sujetos tomarán sus decisiones económicas. Es justamente a través de la decodificación que cada uno de ellos hace de la información y de los múltiples mensajes que recibe sobre el Mercosur que construyen su imagen de cuál será el escenario en el que deberán tomar decisiones en el futuro, y que por tanto regirá sus acciones actuales dirigidas a ese futuro que imaginan como relativamente cierto. El objetivo de los datos que se presentan a continuación es comprender cómo los productores imaginan su futuro a partir del Mercosur lo cual permitirá comprender mejor sus acciones y plantear alternativas para el sector, que tomen como punto de partida la imagen colectiva que existe entre los productores sobre el tema.

En primer lugar presentamos la opinión de los productores sobre la efectiva implementación del Mercosur.

VII a. OPINIÓN SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN EFECTIVA DEL MERCOSUR EN 1995

Si, o probablemente si se implementará	48%
No, o probablemente no se implementará	34%
No sabe qué contestar	19%

Estos datos sorprenden mucho. Sólo el 48%, menos de la mitad de los productores, tiene certeza de que se implementará el Mercosur. El resto de los productores, (y es aquí donde está lo significativo de la información), piensa directamente que el Mercosur no se implementará (34%) o no sabe con certeza si habrá o no Mercosur (19%). Por lo tanto y como punto de partida se observa que a la mitad de los productores no se les puede pedir que tengan estrategia alguna para enfrentar el Mercosur o que realicen algún tipo de actividad para las transformaciones que éste va a causar, porque en rigor su imagen del problema es que el Mercosur no se implementará.

Sólo entre aquellos que piensan que el Mercosur se implementará se va a poder encontrar estrategias al respecto y entre los que seguramente algunos productores ya están realizando actividades dirigidas a ese nuevo emergente de integración.

VII b. LA INFORMACIÓN SOBRE EL MERCOSUR

¿Cómo puede explicarse esta diferencia sobre la implementación del Mercosur? Se piensa que no es adecuado adjudicarla a que se trata de productores rurales con impedimento estructural para estar informados sobre el Mercosur, ya que estudios similares demuestran que entre los productores hortícolas del norte del país el porcentaje de productores que piensa que el Mercosur efectivamente se implementará alcanza a casi un 80% de los mismos. Por tanto se cree que esto se debe a otro tipo de factores entre los cuales uno de los más importantes es la fuente de información utilizada por los productores para formarse opinión sobre el tema.

FUENTE DE INFORMACIÓN PRINCIPAL SOBRE EL MERCOSUR

Prensa (Radio/TV/Diarios)	74%
Organismos oficiales	3%
Contactos personales	3%
Gremiales	5%
Técnicos	2%
Otras Fuentes	13%

Las fuentes de información de los productores muestran con claridad que éstos no disponen de información especializada sobre el tema y se informan al respecto como cualquier otro ciudadano en función de los datos que trascienden a la información pública. Las fuentes de información que se puede considerar más especializadas tienen un peso insignificante en la formación de opinión de los productores al respecto. Cabe aquí otra comparación con un trabajo similar que se realizó entre los grandes empresarios del país en el cual se detectó que un 40% tenía como fuente principal de información la prensa. Por tanto si bien no es raro que una de las fuentes principales de información sea la prensa lo extraordinario entre los productores vitícolas es que ésta es casi la única fuente de información que se maneja sobre el tema. Sin duda la prensa no refleja de manera adecuada, por no ser su objetivo principal, la inevitabilidad del Mercosur.

A manera de recomendación esto sugiere que se debería priorizar - utilizando la prensa por ser el medio de mayor alcance- transmitir con claridad la efectiva implementación del Mercosur para 1995. Si esto se logra, la mitad de los productores que aún no creen en la implementación del Mercosur estará en condiciones de integrar el tema en su toma de decisiones sobre su producción.

VII c. INFORMACIÓN DEL INAVI SOBRE EL MERCOSUR

Recibe información del Inavi	17%
No recibe información	75%
Sin datos	8%

En primer lugar se debe realizar una aclaración metodológica respecto al este ítem. Mientras en la pregunta anterior registrábamos la fuente principal de información donde no hubo repuestas que mencionaran al Inavi, en esta pregunta se quería rescatar si el Inavi daba algún tipo de información sobre el tema a los productores, aunque no fuese su fuente principal de información, ya que entre sus objetivos está el de impulsar la reconversión, actividad principal para una inserción regional del sector. Si bien es escaso el porcentaje que declara haber recibido información del Inavi, sólo 17%, teniendo en cuenta la falta de información especializada este porcentaje se hace más relevante, aunque sin duda este organismo tiene aún mucho que transitar para poder difundir al conjunto de los productores información sobre el proceso de negociación específica del sector. Más adelante retomaremos este punto.

VII d. ¿Cómo se imaginan los productores el impacto del Mercosur?

Para continuar con la imagen que los productores tienen del Mercosur se detallará qué piensan sobre las consecuencias que tendrá este proceso integrador si se llega realmente a implementar. En primer término se analizará la visión sobre el impacto que tendrá en el conjunto del país y luego se verá su opinión sobre el impacto en el sector en particular y en su propio viñedo.

Para poder evaluar cuál es la imagen que los productores tienen sobre el posible impacto del Mercosur se les interrogó en forma genérica sobre los beneficios que el Mercosur le traería al país. El cuadro siguiente resume las respuestas obtenidas.

BENEFICIOS DEL MERCOSUR PARA EL PAIS

Será beneficioso en todos o en muchos aspectos	10%
Será beneficioso solo en algunos aspectos	50%
No será beneficioso en ningún aspecto	23%
No sabe qué contestar	16%

Como se puede apreciar la imagen generalizada es que no traerá grandes beneficios. La mayoría piensa que sólo se beneficiará el país en algunos aspectos, mientras que un 23% se imagina el impacto como francamente negativo para el país, y sólo un 10% es optimista sobre los beneficios que traerá al país. Esta forma de ver los posibles impactos del Mercosur se agudiza aún más cuando la referimos al sector vitícola y más en particular al viñedo del productor.

IMPACTO DEL MERCOSUR SOBRE EL SECTOR Y SU VIÑEDO

	En el sector	En su viñedo
Positivo	9%	10%
No tendrá impacto	11%	12%
Negativo	66%	66%
No sabe	14%	12%

Los datos hablan por sí solos; los productores imaginan claramente que el advenimiento del Mercosur será negativo para el sector. Su opinión no se basa en una visión general del sector sino que parece muy asociada a la suerte que cree tendrá su propio establecimiento. En resumen podemos pensar que si bien en términos generales los productores vitícolas son escépticos sobre los beneficios que el Mercosur traerá al país, son mucho más escépticos sobre los impactos que tendrá sobre su actividad.

En resumen se tienen dos imágenes complementarias del proceso de integración pero que a su vez también en cierta medida son algo incongruentes. Por un lado una falta de certeza en la mitad de los productores de que la integración se lleve efectivamente a cabo y por otro lado se encontró una imagen de que si la integración se concreta las consecuencias para el país y la viticultura serán

negativas. Esto marca dos niveles de información disociados, por un lado una aparente desinformación en cuanto a la efectiva realización del mismo y por otro una aparente información y opinión formada que de concretarse su impacto será negativo.

En el plano de las recomendaciones, surge con claridad que deberían tomarse medidas para poder revertir el diagnóstico colectivo, instalado ya en el imaginario de los productores, sobre el impacto negativo de la integración. Si bien esto en cierta medida coincide con los análisis que se han realizado sobre el sector, podría transformarse en una actitud de resignación de la mayoría del sector, llevando a bajar los brazos a muchos productores que con medidas de apoyo concretas, y mucho esfuerzo individual, pueden aun llegar a tener posibilidades de mantenerse en el rubro y así mantener, o mejorar, su calidad de vida.

Empresarios y Agricultores Familiares: Igualdades y diferencias

Por último se señala que a través de la información recogida en la encuesta se puede clasificar a los productores en dos categorías según el origen de la fuerza de trabajo utilizada en la vid. A aquellos que utilizan principalmente mano de obra contratada se los clasificó como empresarios y a aquellos que utilizan mano de obra principalmente familiar se les clasificó como agricultores familiares. El primer grupo representa un 25% y el segundo un 75% reafirmando la idea de que la producción de uva del país es en su gran mayoría responsabilidad de agricultores familiares. Sobre el tema que estamos tratando nos interesa resaltar que no encontramos mayores diferencias significativas entre las opiniones de estos dos grupos de productores. Salvo en la información que se recibe a través del Inavi donde encontramos alguna diferencias. En este caso un 30% de los empresarios reciben información del Inavi mientras que sólo un 12% de los familiares recibe información del Instituto. En este punto debemos dejar planteadas algunas preguntas: ¿es que los empresarios están en una situación de privilegio para recibir la información que brinda el INAVI?, o ¿es que éste está dirigiendo su estrategia hacia este sector?, o ¿los medios que utiliza no son idóneos para llegar a los productores familiares?. Sobre estos puntos volveremos cuando nos refiramos a las opiniones y valoraciones que los productores realizan del Instituto.

Más allá de esta diferencia que se han marcado se puede concluir que en términos generales la imagen y opinión de los productores sobre el Mercosur es la misma tanto para empresarios como para agricultores familiares. En cierta medida todos parten del mismo diagnóstico, recurren a las mismas fuentes de información y piensan en forma similar respecto a los impactos que el Mercosur tendrá en el país y en su establecimiento.

En este sentido pierden validez los argumentos que fundamentan la existencia de esta visión distorsionada sobre la integración -si es que fuese realmente distorsionada- de que los productores familiares, que son mayoritarios en el sector, opinan así por incapacidad de internalizar los posibles cambios en el sector a consecuencia de su visión tradicional del mundo y a su escasa conducta innovativa.

Finalmente se remarca que la existencia de una visión común del proceso de integración entre los empresarios y los productores familiares no significa que no haya diferencias entre estos sectores. La diferencia la encontramos en la estrategia que cada uno define con respecto a esa situación, porque en la definición de esa estrategia cuentan, y de manera determinante, los recursos diferenciales que cada uno de estos grupos tiene. La reorientación de su producción, la reconversión de su producción de vid, el cambio de rubro o simplemente apostar a que el Mercosur no llegará, depende en gran medida

de los recursos económicos con los que cuentan estos dos grandes grupos de productores a la hora de tomar las decisiones; en este punto sí hay diferencias. Sobre estas estrategias y planes de futuro que cada uno de estos grupos está llevando adelante, o piensa seguir a corto plazo, se abordará el próximo apartado.

VIII COMERCIALIZACIÓN

Como en todos los Complejos Agroindustriales en que la producción de la fase agrícola y la industrialización del producto en la fase industrial se encuentra en manos de distintas, la transacción del producto entre los actores de ambas fases representa un nudo de conflicto.

En el caso del CAI vitivinícola sin embargo unas de las particularidades es que una importante proporción de viticultores también vinifica, ya sea en bodegas propias o alquilando bodegas en la modalidad a façon.

Es así que 23% de los viticultores entrevistados procesan su propia uva. Por lo tanto para ellos la comercialización de la uva no representa un problema, (aunque si tal vez la comercialización del vino). Es interesante anotar que esta proporción es bien distinta según el tipo social. Así mientras el 11% de los viticultores familiares vinifican su propia uva, 61% de los empresarios viticultores lo hace. Por consiguiente, también se puede concluir que la contradicción (y aún el conflicto) que anualmente se genera en la época de vendimia por el precio de la uva entre viticultores y bodegueros, aflige principalmente a los productores familiares y en mucho menor medida a los empresarios vitícolas.

El Inavi fija anualmente los precios de la uva para las variables frutilla y Harriague, dejando libre los precios de las variedades no viníferas (híbridas americana) y de las variedades finas. Las variedades cuyos precios se fijan oficialmente representan cerca de la mitad de la uva cosechada anualmente. Ahora bien, la encuesta demuestra que la mayoría (83%) de los viticultores (familiares o empresarios) pactan la venta de su uva con los bodegueros al precio fijado oficialmente. Sin embargo, son muy pocos los que reciben efectivamente el valor fijado por este precio, ya que solo el 21% recibe el pago al contado. el resto recibe ese precio pero en pago diferidos durante varios meses, lo cual en una economía inflacionaria, significa recibir sustancialmente menor al originalmente pactado. Así se aprecia que el 36% de los viticultores familiares reciben el pago de su cosecha entre 4 y 8 meses después de haberla entregado, mientras 28% reciben el pago mas de nueve meses después.

La información relevada muestra entonces como se burlan las disposiciones oficiales sobre el precio de la materia prima, mediante el artificio de demorar los pagos.

Este hecho tiene importancia no solo porque explica mucho de las dificultades para capitalizarse que tienen los viticultores familiares

COMERCIALIZACIÓN Y PAGO DE LA UVA

	FAMILIAR	EMPRESARIO	TOTAL
Vinifica (en bodega o façon)	11%	61%	23%
Vende contado	11%	12%	11.5%
Vende a crédito a 3 meses	14%	5%	11.5%
Vende a crédito de 4 a 8 meses	36%	14%	31%
Vende a mas de 9 meses	28%	8%	23%
Total	100	100	100

IX RECLAMOS AL ESTADO PARA LA RECONVERSIÓN

Resulta claramente significativo el hecho de que el 30% de los viticultores encuestados no contesta la pregunta. Este dato tiene dos interpretaciones: por un lado agrupa las respuestas de aquellos productores que simplemente no saben qué tipo de demanda formular al Estado para la reconversión y por otro, la de aquellos que directamente no están pensando implementar la misma. Esta proporción es un 6% más elevada entre los viticultores familiares que entre los empresarios.

UN PRODUCTOR COMO UD. QUÉ DOS COSAS LE PEDIRÍA AL ESTADO PARA RECONVERTIRSE

	FAMILIARES	EMPRESARIOS	TOTAL
OPCIÓN 1	26.6	27.3	26.7
OPCIÓN 2	11.5	7.8	10.6
OPCIÓN 3	2.2	3.1	2.4
OPCIÓN 4	11.0	13.3	11.9
OPCIÓN 5	11.2	10.9	11.1
OPCIÓN 6	0.8	0.8	0.8
OTRAS	4.9	10.9	6.4
NO SABE	31.6	25.8	30.1
TOTAL	100	100	100

OPCIONES:

1. Líneas de crédito para la reconversión.
2. Bajar los impuestos agrícolas.
3. Programas de asistencia técnica.
4. Información y control sobre la producción y comercialización de uva.
5. Bajar aranceles de importación de fungicidas, herbicidas, maquinaria, etc..
6. Seguros agrícolas por problemas climáticos.

La demanda más fuerte es la que corresponde a la implementación de créditos para la reconversión. Esta opción registra el mismo porcentaje para los dos tipos de producción, trasluciendo que para el conjunto global de viticultores los obstáculos para poder reconvertirse están dados por la no disponibilidad de fondos para afrontar inversiones de gran magnitud.

Prosiguen tres opciones adicionales que registran porcentajes de adhesión muy similares:

12% demanda al Estado información y control sobre la producción y comercialización del producto, lo cual se ubica en la órbita del mercado en la búsqueda por mejores condiciones de comercialización del producto. No se registran diferencias demasiado significativas entre familiares y empresarios.

11.1% Bajar aranceles de importación de insumos. No se registran diferencias entre familiares y empresarios.

10.6% solicita bajar los impuestos agrícolas. Esta opción registra un 3.5% de adhesión mayor entre los productores de carácter familiar que entre los empresarios.

Las dos últimas opciones se ubican en la órbita de una concepción de carácter más paternalista del Estado, en la cual este último es visualizado como el interlocutor privilegiado en el ámbito de la negociación por mejores condiciones de producción. Las dos opciones se dirigen hacia la disminución de costos de producción que debe afrontar el viticultor. Casi en la misma línea puede incorporarse la opción número 1, prioritaria para todo el conjunto, a través de la cual se manifiesta la necesidad de contar con recursos económico nuevos, distintos de los del propio viticultor.

Otras demandas de corte más bien técnico-productivo no registran porcentajes importantes de adhesión. Los viticultores no ven la necesidad de que el Estado implemente planes de asistencia técnica para encarar el proceso de reconversión. Tampoco se registran porcentajes significativos en la creación de nuevos seguros agrícolas dirigidos a salvaguardar la producción de las inclemencias climáticas. (lo cual se está implementando por parte de Inavi con la creación del nuevo convenio con el BSE).

X PERSPECTIVAS DE LOS PRODUCTORES FRENTE AL NUEVO ESCENARIO DEL SECTOR.

En este capítulo se estudian las perspectivas productivas de los productores vitivinícolas a través de una serie de preguntas, que abarcaban las siguientes dimensiones: permanencia en el sector, inversiones realizadas y a realizar, tipo de inversiones y fuentes de financiamiento utilizadas. Al igual que en el resto del trabajo, la información se analizó en función de las relaciones sociales de producción, que divide a los productores en familiares y empresarios. Por último, partiendo del análisis de las conductas individuales se establecen tendencias generales para cada estrato de productores y para el sector en su conjunto.

1 Predisposición a permanecer en el sector a corto plazo

X a. PREDISPOSICIÓN A CONTINUAR EN EL SECTOR

Permanencia	familiar	empresario	total
si	75.4	90.6	79.3
no	16	4.7	13.1
n/s	8.6	4.7	7.6
total	100	100	100

La mayoría de los productores vitícolas, 79%, continuarán produciendo uva en el corto plazo. El resto de los productores se dividen entre aquellos que piensan abandonar la producción 13% y un 8% que declara no saber si continuará en la producción a corto plazo.

El análisis de estas respuestas según la condición social del productor muestra que, casi la totalidad de los empresarios, un 90%, continuara produciendo a corto plazo, mientras los productores familiares también piensan seguir produciendo pero en un porcentaje menor, 75%. En este último estrato hay un 25% de productores que piensan abandonar la producción o aun no saben si continuaran produciendo a corto plazo.

En síntesis la mayoría de los productores vitícolas del país continuará produciendo uva a corto plazo, pero si esta información se analiza según el estratos al que pertenece el productor se observará que los empresarios tienen mayor predisposición a continuar que los productores familiares.

2. COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES FRENTE A LAS INVERSIONES

2.a. Inversiones realizadas actualmente

2.a.1 REALIZACIÓN DE INVERSIONES

Ha Invertido	familiar	empresario	total
si	31	61	38
no	65	39	59
n/s	4		3
total	100	100	100

Cuando se indagó acerca de las inversiones que es están realizando actualmente se encontró que el 59% de los viticultores no estaba realizando ningún tipo de inversiones. Solo el 38% respondió que actualmente estaba realizando inversiones o que las había realizado recientemente. Dentro de los empresarios se encontró que la mayoría, 60%, esta realizando inversiones. En los productores familiares, este porcentaje disminuye al 31%.

2.b. Tipo de inversiones realizadas actualmente

2.b.1 TIPO DE INVERSIONES REALIZADAS ACTUALMENTE ^o

Tipo de inversión	FAMILIARES	EMPRESARIOS	TOTAL
cambiar sist. conduc.	12	39	19
libre de virus	26	56	34
nuevos herbicidas	9	25	13
cambiar de abono	9	20	12
otro sist. de laboreo	6	22	10
maq. para dif. tarea	7	20	11
vivero	2	1	4
riego	2	8	4

Del tipo de inversiones que se están realizando actualmente la más extendida entre los productores es la introducción de cepas de calidad controlada, un 34% de ellos declaró estar haciendo

^oEn % sobre el total de productores, los porcentajes no son acumulativos ya que un mismo productor está en general realizando más de un tipo de inversiones.

este tipo de inversión. En segundo lugar el 19% de los productores del sector realiza inversiones para mejorar el sistema de conducción de sus viñedos. Luego le siguen, ya con menor incidencia, la introducción de productos agroquímicos y cambios en el sistema de laboreo, con un 12% y un 11% respectivamente.⁷ Después se encontró, que las inversiones en maquinaria agrícola son realizadas por un 10% de productores. Por último, con muy poca incidencia, aparecen dos inversiones de suma importancia para una reconversión sostenida, el riego y la instalación de viveros, que son realizadas tan solo por el 4% de los productores.

En el análisis del tipo de inversión realizadas según el estrato social de los productores, se encuentra que los empresarios concentran sus inversiones en plantas libres de virus, con un 56%. y en el cambio de los sistema de conducción con un 39%.

Al interior de este estrato, la compra y uso de nuevos herbicidas alcanza a un 25% ,la compra de maquinaria y nuevos sistemas de laboreo a un 20 % y la instalación de viveros y sistemas de riego aumenta algo con respecto al conjunto, pero no superan el 11% de los empresarios del sector.

Cuando se observa al interior de los productores familiares, las inversiones se concentran en las plantas libre de virus con un 26% de los productores familiares y en el cambio de sistemas de conducción, con un 12%. El resto de las inversiones son realizadas por menos del 10% de los productores de este estrato.

En resumen, se destacan dos fenómenos. El primero, que la pertenencia al estrato social de producción, como era de esperar, resulta determinante en la realización de inversiones. El segundo, que el tipo de inversiones realizadas, aunque en proporciones diferentes, es similar para ambos estratos. Esto indica que los productores que están invirtiendo adoptan el mismo paquete tecnológico, que reconoce diferencias ante los distintos estrato social existente entre los productores. Pero sin embargo, como sus costos son claramente mas accesible para los empresarios que para los productores familiares, lleva a que estos últimos se vean perjudicados con su implementación. Los datos de este relevamiento confirman esta hipótesis, mientras un 60% de los empresarios pueden invertir para acceder a él, solo lo pude hacer un 30% de los familiares.

Hasta aquí se ha analizado las inversiones efectivamente realizadas, a continuación se verá la disposición a realizar inversiones en el futuro.

⁷ El tipo de mejoras mencionadas en estos dos ítemes no deberían considerarse como inversiones propiamente dichas, pero como fueron mencionadas como tales por los productores, se decidió incluirlas en este análisis.

2.c Predisposición a invertir en el futuro

2. c. 1 PLANES DE INVERSIÓN EN EL PREDIO A MEDIANO PLAZO

	familiar	empresario	total
Piensa invertir o seguir invirtiendo	59	80	64%
No piensa invertir	28	18	26%
No sabe	13	2	10%

Cuando se interrogó a los productores vitícolas si pensaban realizar alguna inversión en el futuro, un 64% de los productores respondió que pensaba realizar alguna inversión en el mediano plazo, un 26% respondió que no realizaría ninguna inversión y un 10% no sabía si iba a realizar inversiones en el mediano plazo. Se encuentra nuevamente una diferencia importante entre las perspectivas de inversión a mediano plazo según los estratos sociales. Los empresarios están mas decididos en su mayoría a realizar o continuar sus inversiones, mientras que entre los productores familiares la situación es mas heterogénea. El 60% de ellos piensa invertir o seguir haciéndolo y 40% restante no realizará inversiones o no sabe si las realizará a mediano plazo. Este indicador contribuye a confirmar los efectos diferenciales que la reconversión esta teniendo entre los productores del sector, mas adelante se retomará este punto.

Los productores que están pensando realizar inversiones no lo están pensando hacer solo en la viticultura como se observara en el cuadro siguiente. Por el contrario solo un 29% de los productores piensa hacer sus inversiones mayoritariamente en el rubro. Mientras un 25% de productores piensan hacer todas o casi todas sus inversiones fuera del sector y un 10% de ellos piensa invertir de igual forma en la viticultura y en otro rubro.

2.c.2 PLANES DE INVERSIÓN PARA EL FUTURO SEGÚN RUBROS

	familiar	empresario	total
invertir totalmente o mayoritariamente en otro rubros	28	19	25
invertir en partes iguales	7	18	10
invertir todo o mayoritariamente en el sector	24	43	29
no Corresponde, no sabe	41	20	36
Total	100	100	100

Si se observa los planes de inversión según el estrato social de los productores vemos que los planes de los agricultores familiares coinciden en general con los del sector. Un 28% de ellos invertirá principalmente en otro rubros y un 24% invertirá principalmente en la viticultura. En cambio se observa que el comportamiento de los empresarios frente a las inversiones futuras es diferente al del conjunto de sector. Estos piensan invertir principalmente en la viticuluta, un 43%, y un 18% va a invertir en partes iguales en la viticultura y en otros rubro.

Si para resumir se agrupan a los productores que piensan invertir en partes iguales en la viticultura con los que piensan hacerlo mayoritariamente en el sector, se encuentra que el 60% de los empresarios estaría en esta situación, mientras que tan solo un 31% de agricultores familiares esta en esa misma situación.

En síntesis los empresarios piensan en el futuro invertir mas que los productores familiares y lo piensan hacer principalmente en el sector, mientras los productores familiares invertirán menos y además diversificaran mas sus inversiones a otros rubros. Esto lleva a pensar que a mediano plazo se producirá un cambio en la fase agraria que transitara asia una base de producción mas empresarial, implicando la pérdida de importancia de la producción familiar en la viticultura. Sobre este punto se volverá al final de este capítulo.

2.d - Predisposición a invertir en otros rubros.

Antes de continuar con el análisis de las perspectivas de la viticultura se analizará en que otros rubros están pensado invertir los productores que declararon que harán inversiones fuera de la viticultura. Esto permitirá tentar alguna hipótesis sobre que rubros tomara la reconversión, por sustitución de rubro, y si hay alguna diferencia según el sector social al que pertenece el productor. Como se señala en el cuadro siguiente la fruticultura y la horticultura son los dos rubros en que el productor vitícola piensa invertir mayoritariamente.

2.d.1 INVERSIONES EN OTROS RUBROS

	familiar	empresario	total
fruticultura	23.5	28.1	24.7
horticultura	13.9	9.4	12.7
forestación	-	1.6	0.4
lechería	2.1	3.1	2.4
avicultura	1.1	1.6	1.2
otros	4.3	3.1	4.0
No corresponde(*)	55.1	52.6	54.6
total	100	100	100

(*) el no corresponde esta formado por los que no van a invertir 25%, los que solo lo harán en el sector 24% y aquellos que no saben si van a invertir en otros rubros 6%.

En la fruticultura invertirá un 24 % de los productores del sector y en la horticultura lo piensa hacer un 12.7%. Las demás opciones aparecen con porcentajes muy bajos, inferiores al 5% y en su conjunto no alcanzan al 10 % de los productores.

No existen diferencias significativas entre los rubros elegidos para la reconversión y la condición social del productor. Solo se observa una leve tendencia en los empresarios a optar mas por la fruticultura y menos por la horticultura que los productores familiares, que sin alterar el orden de las preferencias reducen su distancia porcentual.

3.- Origen de los recursos para la realización de inversiones.

Los datos recogidos sobre los orígenes de los recursos financieros para afrontar las inversiones hablan por si solos. La mitad del los productores vitícolas del país, que son la casi totalidad de los que van a realizar inversiones, piensa financiar sus inversiones con capital propio.

3. a. FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LAS INVERSIONES REALIZADAS O A REALIZAR

	familiar	empresario	total
crédito publico	5.9	12.5	7.6
créditos privados	0.5		0.4
fondos propios	43.3	62.5	48.2
organismos de promoción	1.6		1.2
plan (P.P.R.V)	1.6	3.1	2.0
no corresponde	42.8	20.3	37.1
no sabe no contesta	4.3	1.6	3.6
TOTAL	100	100	100

Los organismos de crédito tanto privados como públicos están financiando en su conjunto el 11% de los productores que realizaron inversiones o piensan hacerlo. Dentro de esta baja participación de los organismos de crédito en el sector se destaca la participación del crédito publico (BROU) que asiste al 8% de los productores. Si se observa al interior de los estratos sociales vemos que los productores familiares captan en menor medida los créditos bancarios y del plan de reconversión.

Esta dimensión del análisis muestra con claridad una de las principales traba para lograr la reconversión del sector: la falta de líneas de crédito adecuadas. Como se recordará, en este informe ya se señalo que esta es una de las demandas mas importante que los productores hacen al Estado para poder reconvertirse. El alto costo por hectárea que tiene el paquete tecnológico que se esta promoviendo como "reconversión posible" necesita ir acompañado de una línea de crédito que sea atractiva para el productor, que como los datos lo demuestran, no ha sido todavía creada. Los productores no usan casi crédito ni piensan hacerlo a mediano plazo. Esta situación hace que se enlentezca el proceso de reconversión de los productores, a la vez que torna al proceso más excluyente.

4.- Análisis prospectivo del sector Vitícola

Para finalizar el análisis prospectivo del sector se construyó un índice que resume la información mas significativa de este capítulo que ilustra las diferentes estrategias de acción, voluntarias o involuntarias, delineadas a mediano plazo por los productores vitícolas. En el cuadro siguiente se unen tres dimensiones del análisis, la predisposición a quedarse en el sector, la realización de inversiones recientes y la decisión de invertir en el futuro.

4. a. ÍNDICE DE PREDISPOSICIÓN DE LOS PRODUCTORES A MANTENERSE SEGÚN SU CONDICIÓN SOCIAL.

EN EL SECTOR

	familiar	empresario	total
Invirtió y piensa seguir invirtiendo	25%	58%	34%
Ya invirtió	4%	4%	4%
Piensa invertir pero aún no la hizo	32%	21%	30%
Continuará sin invertir	21%	12%	19%
No continuará en la producción	18%	5%	13%
total	100%	100%	100%

Como se puede observar el sector enfrenta una situación de verdadera incertidumbre, ilustrada en que solo el 34. % de los productores ha realizado inversiones y piensa seguir invirtiendo. Esta conducta debería ser la mas generalizada en el sector para lograr una reconversión incluyente. Pero como se puede apreciar en el cuadro la situación del sector es muy particular. Hay un tercio de los productores que no piensa invertir y casi otro tercio que si bien lo piensa hacer, aun no ha podido realizarlo.

En este cuadro también se advierte, como en el resto de la información presentada en el trabajo, que la situación general del sector es producto de situaciones diferentes según la condición social de los productores. Los empresarios tienen una mayor predisposición a invertir y seguir invirtiendo, alcanzando a mas del 58% de ellos, mientras que en esta situación se encuentra solo el 25% de los agricultores familiares.

Entre los familiares el porcentaje de productores que piensan realizar inversiones en el mediano plazo pero que aun no las han realizado alcanza a un 32%, mientras que en los empresarios esta condición disminuye al 21%. Este grupo reviste mucha importancia no solo por su peso cuantitativo, sino también por su disposición a invertir en el predio, que lo transforma en un potencial actor de la reconversión del sector.

Los productores que están pensando en abandonar el sector o que se mantendrán pero sin invertir se integra con el 39% de los productores familiares y el 17% de los empresarios.

Teniendo en cuenta al grupo de productores que declara que seguirá invirtiendo, sobre todo por el carácter de largo plazo de las inversiones que se realizan, se puede afirmar que la fase agraria del sector se transformara principalmente con el aporte del 30% de los productores familiares y el 60% de los empresarios.⁸

⁸ La importancia de los productores familiares se reducirá aun mas porque aquellos que estamos considerado como que van a poder procesar la reconversión, casi un tercio de ellos realizará inversiones principalmente en otros rubros, como se vio ya en este mismo capitulo.

XI SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

El objetivo del presente estudio ha sido el de estudiar las actitudes opiniones y comportamientos de los viticultores del Complejo Agroindustrial vitivinícola con el fin de sugerir recomendaciones que puedan ser de utilidad en la circunstancia en que el INAVI se abocase a la estructuración de una estrategia y una política de promoción de la viticultura nacional con el fin de inducir a la reconversión de los viñedos, estrategia generalmente aceptada como la forma idónea para enfrentar las nuevas alternativas de mercado que emergen con la Integración Regional.

Cualquier programa de reconversión debería tener en cuenta lo que constituyó la hipótesis básica de la investigación : que los viticultores son un conjunto heterogéneo de productores agrícolas. Una estrategia de reconversión, que pretenda además, al inducirla, llevarla adelante con la mayor cantidad posible de viticultores, preservando de esta manera el capital humano, agrario e industrial que hoy tiene el Complejo Agroindustrial, debería tener en cuenta esta heterogeneidad para estructurar políticas programas y proyectos, diferenciados. Es decir que estamos frente a un caso en que la igualdad (es decir tratar a todos por igual) no es sinónimo de equidad. Por el contrario la equidad se logrará contemplando las situaciones diferenciales de los distintos tipos de productores a la hora de estructurar un programa de reconversión.

En otro orden de cosas también cabe acotar que las medidas de reconversión deben ser dirigidas al Complejo Agroindustrial y no solamente a los productores vitícolas. El Grupo de Investigaciones en Sociología Agraria ha realizado en forma paralela a esta investigación, otra sobre los bodegueros, es decir los actores de la fase industrial del Complejo, cuyas conclusiones están publicadas en otro Informe y no se incluyen en este. El GISA espera poder reunir ambos Informes en una sola publicación mas adelante.

1. Las actitudes y comportamientos frente a la inversión:

Sin duda que la inversión pasada y las expectativas de inversión futura son uno de los indicadores mas fuertes en relación a la actitud de los viticultores en torno al Complejo Agroindustrial. El universo de estudio se puede dividir aproximadamente en tercios en relación a este tema. Un tercio ya esta realizando inversiones preparándose para la competencia que entablará la apertura de los mercados. Otro tercio aún no lo ha hecho pero espera hacerlo en el futuro, tal vez cuando se den las condiciones para hacerlo y otro tercio no ha invertido ni piensa hacerlo.

En la última categoría hay en realidad dos tipos de actitudes: unos que ya declararon que piensan salir del rubro y otros que piensan permanecer en él aún sin invertir apostando a un mercado de bajo poder adquisitivo, al cual se dirigen ahora. Con respecto a esta última categoría los investigadores piensan que las posibilidades de permanecer en el mercado sin realizar inversiones, serán muy bajas en el momento en que la competencia (principalmente con los vinos comunes argentinos) sea franca.

Cuando el análisis se realiza clasificando a los productores en empresarios y familiares las proporciones de cada categoría se alteran substancialmente. Si bien en los productores familiares la variación es menor: los viticultores que no invertirán o que saldrán de la producción llegan al 39%, manteniéndose las otras dos categorías de los que invirtieron y los que piensan invertir en 29% y 32%. Pero en los empresarios los que ya invirtieron llegan al 60% mientras que los que no piensan invertir llegan solo al 17%.

Si se realiza una simplificación y se toma la predisposición a invertir como el único indicador para medir la intención de los viticultores para reconvertirse dentro del rubro de producción se puede

realizar un análisis prospectivo de los distintos grupos de productores. Para que estos grupos puedan viabilizar su reconversión deben de tener distintos niveles de apoyo que se simplificaron en tres tipos de escenarios diferentes donde se gradúan en forma creciente los niveles de apoyo al sector partiendo de la situación actual. El cuadro siguiente muestra los posibles impactos para cada escenario según la condición social del productor.

POSIBILIDADES DE RECONVERSIÓN SEGÚN RELACIONES SOCIALES DE PRODUCCIÓN PARA TRES ESCENARIOS ALTERNATIVOS

	Familiares	Empresarios
Puede Reconvertir en el escenario actual	30	62
Puede Reconvertir en un escenario con incremento relativo de apoyo	33	21
Puede Reconvertir en un escenario con un incremento sustantivo de apoyo	21	12
No podrá reconvertir en ninguna escenarios posible	16	5
TOTAL	100	100

Un escenario en el cual no se modifica la situación regional y se mantienen el nivel de apoyo actual, que es muy reducido, aquellos productores que invirtieron y seguirán invirtiendo son los únicos que tienen posibilidades reales de reconversión actualmente. Este grupo estaría formado por el 38% de los productores existentes en el sector al momento de realizar la encuesta. Pero hay que recordar que parte de este grupo de productores necesitara también apoyo⁹ para continuar con las reconversión ya iniciada, pero se partió del supuesto que si logro invertir en el escenario actual logrará seguir haciéndolo aunque sea en forma mas lenta.

En segundo lugar se encontró un grupo que está pensando invertir y que aún no lo hizo, este grupo que representa al 32% de los productores, tiene disposición para invertir pero en el escenario actual no pudo comenzar su reconversión. Por tanto la situación de este grupo de productores es actualmente muy incierta, necesitaría un apoyo suplementario para poder comenzar a invertir y que debe continuarse para que logren completar de manera adecuada su reconversión. En cualquier caso, para que estos productores se reconviertan debe modificarse la situación actual, incrementandose los niveles de apoyo que hoy existen. El escenario en el cual estos productores se incorporen al proceso debe contar principalmente con mecanismos que permitan créditos accesibles y algún tipo de exoneración fiscal (en función los que es reclamado al estado). Los apoyos que este sector necesita son compatibles con las políticas macroeconómicas vigentes y con los acuerdos del Mercosur. Estas políticas pueden ser muy viables por dos factores, la poca cantidad de productores involucrados que permite un mecanismo de focalización georeferenciado y la voluntad de los productores de realizar inversiones en el escenario actual lo que supone que cuentan con capital propio que puede servir de contraparte de los apoyos que le brinden las instituciones publicas con competencia en el sector.

⁹ Si bien no es parte de este informe, se debería definir que se entiende por apoyo y en función de la información recogida en el estudio proponer medidas específicas para las características concretas de los productores de cada escenario.

El tercer grupo de productores esta conformado por aquellos que piensan mantenerse en la producción pero sin invertir, este grupo que representa la 19%, tanto en el escenario actual como en el escenario alternativo construido para apoyar al grupo anterior, se le hará muy dificultoso reconvertirse. Esto hará que a mediano plazo abandonen el sector. El escenario en el cual estos productores, o parte importante de ellos, podrían encarar el proceso de reconversión supone un apoyo a las inversiones mucho mayor ya que en el contexto actual estos productores no están motivados a invertir. Pero sí están dispuestos a mantenerse en la producción esto indicaría que, en determinadas condiciones, su actitud a procesar la reconversión de sus predios es factible. El estilo de medidas que deberían emprender para incluir a este sector sería poco compatibles con las políticas macroeconómicas actuales ya que supondrían políticas muy activas hacia el sector, pero si podrían ser compatibles con los acuerdos del Mercosur que prevé el apoyo a sectores sensibles a la integración.

El cuarto grupo, un 13%, ya ha decidido abandonar la producción frente al escenario actual. Las causas de ello no solo son de carácter económico o técnico estrictamente, también pueden estar asociadas a la edad del productor y a otros elementos de similar carácter. Es muy difícil que este grupo de productores, principalmente familiares, pueda reconsiderar su decisión de abandonar la producción. Quizás la mayoría de este grupo ya haya abandonado casi totalmente la producción en el período que transcurrió entre la realización de la encuesta y la elaboración de este informe, como en cierta medida lo comprueba la reducción en el número de viñedos registrada en el último censo vitícola.

Es importante resaltar para finalizar que, el segundo grupo de productores y parte del tercero, podrá mantenerse en el sector produciendo en base al modelo tecnológico tradicional, entre tanto no ingrese vino común Argentino a granel o se devalúe la moneda Argentina. Si esta situación, que permitirían la entrada de vino común a menor precio que el vino que se vende fraccionado en nuestro país ocurre, el proceso de desaparición de productores se aceleraría considerablemente.¹⁰

En conclusión, y en base a la información empírica recogida, se puede afirmar que si no se modifican las actuales condiciones de apoyo al sector la reconversión en la fase agrícola del complejo vitivinícola será realizada por el 61% de los empresarios y por el 34.% de los productores familiares. Este proceso, siempre en la situaciones actuales, desplazará de la producción a mediano plazo a un 39% de empresarios y a un 66.% de productores familiares. En términos absolutos, y teniendo en cuenta que en el momento de la encuesta existían cerca de 3300 productores, significa que solo unos 1200 podrán reconvertirse, mientras, más de 2000 productores abandonarían a mediano plazo el sector. Esto es particularmente negativo para los 1500 productores familiares que forman parte de este grupo, ya que además de desaparecer la unidad productiva, se ponen en riesgo la reproducción social de sus familias.

En un escenario alternativo donde se incrementara el apoyo al sector se podrían incorporar un 33% mas de productores familiares y un 21% mas de empresarios. Si el apoyo aumenta en forma considerablemente alta se podrían incorporar un 21% mas de productores familiares y un 12% de empresarios. Este tercer escenario es muy poco probable en un contexto macroeconómico como el actual.

Por último, se enfatiza, que a corto plazo se producirá una resistencia a abandonar al producción de muchos de los productores familiares que declararon querer continuar en la producción. La resistencia tendera a deteriorar las condiciones de vida de estos productores y su familia, produciendose un incremento en las situaciones de pobreza rural, entrando en un procesos paulatino

¹⁰ Freiría, Heber "Productores familiares en la viticultura" Serie Técnica Nro. 3 Ciesu, Montevideo 1994

de semiproletarización, hasta que a mediano plazo la producción pierda casi por completo su centralidad en el ingreso total de la familia.

El análisis prospectivo de mediano plazo que se ha realizado en estas páginas, se ve confirmado por las cifras preliminares del Censo Vitícola de 1994 y por el Censo Agropecuario de 1990 donde ambas fuentes registran una desaparición acelerada de productores. En el Censo Vitícola se constató la desaparición de mil viñedos en solo cinco años y en el Censo Agropecuario una reducción de casi el 50% de los predios con vid entre 1980 y 1990.

En síntesis, se producirá una disminución en la superficie de producción del sector, cambiado su patrón productivo y su perfil social. Habrá menor superficie con mayor porcentaje de uvas vitiviníferas finas, los establecimientos aumentarán su tamaño y los productores serán principalmente empresarios rurales. Esto dejara atrás para siempre la visión tradicional del sector conformada por dos factores centrales, las vides no vitiviníferas y la producción en pequeñas parcelas de productores familiares. Este cambio de paisaje en la fase agraria del complejo deberá traer mayores beneficios al sector y la sociedad, que compensen los daños socia-económicos que se esta produciendo con la reconversión. Los actores de mayor poder estructural en el complejo, que han impulsado este cambio técnico, deben también responsabilizarse por una redistribución de sus beneficios para resarcir, al menos en parte, a los sectores que están siendo mas perjudicados con él. En esta dimensión del problema el Instituto Nacional de Vitivinicultura esta llamado a jugar un papel central para orientar medidas en ese sentidos.

2. La percepción del contexto:

Antes de referirse a las políticas concretas, cabe hacer una apreciación sobre las percepciones de los actores sobre el contexto en el cual van a realizarse dichas políticas. En términos generales la imagen de los productores vitícolas sobre el impacto del Mercosur sobre la economía del país y sobre la viticultura en particular, para dos tercios de ellos es que será mas bien negativo. Esta imagen no tiene diferencias significativas según se trate de productores familiares o empresariales. Tal vez como consecuencia de esta visión negativa del proceso de integración regional, es que solo la mitad de los productores consultados pensaban, en el momento de la encuesta que el Mercosur efectivamente se llevaría a cabo.

3. Las estrategias para apoyar la reconversión:

Un aspecto importante a resaltar es que los viticultores no están pensando en un Estado prescindente en el proceso de reconversión (como tampoco lo piensan los bodegueros). Por el contrario el reclamo es por un Estado activo que apoye acciones en varios ámbitos: en la política crediticia, en el diseño tecnológico, en la asistencia técnica, en la comercialización, etc. También queda claro que se percibe al INAVI como la institución ejecutora de una política semejante.

3.1. La encuesta ha confirmado una situación muy conocida en el Complejo agroindustrial: que las transacciones entre la fase agraria y la fase industrial del complejo, es decir la venta de la uva que los viticultores realizan a los bodegueros es un nudo conflictivo. Si bien este problema es de menos importancia para los empresarios es un problema de mucha importancia para los viticultores familiares. Si bien 83% de los viticultores de cualquier condición pactan la venta de la uva a los precios fijados oficialmente, una proporción considerable de los productores familiares que llega a los dos tercios de los mismos ven depreciado el valor transado, al percibir el monto pactado en plazos que van mas allá de los cuatro meses y hasta el año, sin ningún tipo de reajuste por inflación. De modo que una medida que mejoraría considerablemente las condiciones de los viticultores, les permitiría retener mayores excedentes y tal vez capitalizarse para realizar las inversiones que precisan, es de ejecución sencilla y

sin costo para el Estado: instrumentar los mecanismos para que el productor o venda al contado o perciba un interés por la uva vendida a crédito que por lo menos repare la inflación. Esto se podría instrumentar supervisando las transacciones y exigiendo que ellas se documenten de tal forma que puedan ser descontadas en el mercado. La intervención del Estado es aquí necesaria para proteger a la parte mas débil: los viticultores que no solo son mas débiles por su menor capacidad económica sino y fundamentalmente por la perecibilidad del producto que venden.

Sin duda que una medida de este tipo puede poner en dificultades a la otra parte, los bodegueros, donde también hay industriales que solo pueden continuar trabajando si lo hacen con el capital del productor como es en la actualidad. Por lo tanto, tal vez luego de un análisis de la situación real de estas bodegas, el INAVI debería acordar con la banca oficial líneas de crédito a conceder al sector industrial para poder financiar el proceso industrial. El financiamiento del proceso industrial podría ser así compartido entre distintos actores del complejo agroindustrial con apoyo bancario. Lo que parece contraproducente, porque impide la capitalización necesaria de la fase agraria del complejo es la situación actual, en que los viticultores son los principales financiadores de esta etapa.

3.2. Como se manifestó al inicio de este apartado los viticultores perciben la necesidad de que el Estado tenga una participación activa en el apoyo a la reconversión. Cuando se les pidió que explicitasen que dos demandas le harían al Estado para apoyar la reconversión, un tercio de ellos marcaron los créditos como primera prioridad. Un 12% de los productores solicitaron mayor información y control sobre la producción y la comercialización de la uva. Sin embargo es preciso notar que otro tercio de los entrevistados no supo especificar cual sería el reclamo que le haría al Estado.

3.3. Un elemento básico para realizar las inversiones a nivel predial con el fin de reconvertirse consiste en la asistencia técnica. La encuesta demuestra que hoy apenas la mitad de los productores la reciben pero además con fuertes diferencias según el tipo de productor. Si por un lado algo mas de dos tercios de los empresarios vitícolas reciben asistencias técnica, solo la reciben un tercio de los viticultores familiares.

Pero además el tipo de asistencia técnica es diferente. Los empresarios reciben un asesoramiento caracterizado por la contratación de un técnico en forma particular y que lo visita semanalmente. En los productores familiares el asesoramiento se desarrolla por dos vías: la primera a través de los técnicos de las gremiales y la segunda por la vía de los vendedores de maquinarias y agroquímicos (que difícilmente se puede considerar como un verdadero asesoramiento técnico).

Por otro lado la encuesta demuestra que la percepción que existe hacia el asesoramiento técnico es positiva, aún por los productores familiares (77%). Si a esto se le agrega que entre este tipo de productores el principal asesoramiento técnico es el de los vendedores de insumos y maquinarias (sin costo aparente) y el que proporcionan las gremiales y grupos de productores (con menor costo que el técnico particular), es posible concluir que las restricciones a su uso por parte de los viticultores familiares parecerían provenir de la imposibilidad de solventar los costos.

Por lo antedicho es posible sugerir la necesidad de que el INAVI como institución rectora de la reconversión en la viticultura, debería poner en marcha un programa de asistencia técnica. Dada las condiciones actuales de restricciones al crecimiento del Estado y habida la experiencia positiva que existe en el país hacia la formación de los grupos de productores para financiar la asistencia técnica colectiva tanto entre productores de carácter empresarial (grupos CREA por ejemplo) como con productores de tipo familiar (grupos lecheros) parecería lo mas acertado sugerir la puesta en marcha de un programa de formación de grupos de productores para recibir asistencia técnica siguiendo estos modelos cuya eficacia ha sido ampliamente probada en el país. Dado que sus beneficios se sentirían no solo en la fase agrícola del complejo, sino también en la fase industrial (al mejorar la calidad de la

materia prima) tal vez correspondería que el financiamiento de un programa de asistencia técnica como el que se sugiere debería ser financiado entre los productores asistidos y la industria. Hay también antecedentes de este tipo de financiamiento compartido entre productores e industria, en la industria láctea. Posiblemente el INAVI podría actuar de organismo recaudador del aporte industrial. La organización de un programa de este tipo podría ser asumido por el INAVI o podría ser delegado en las organizaciones de los propios productores.

3.4. El estudio realizado muestra que los viticultores han desarrollado una serie de estrategias para hacer frente a las dificultades que se prevén en el futuro en la viticultura. La más cruda es el abandono de la producción vitícola, opción explicitada por un 16% de los productores familiares, pero solo un 5% de los empresarios. Sin embargo esta opción no siempre debe ser interpretada como una derrota o como la expulsión del productor de la tierra. Es posible que en una proporción (no determinada) de casos, tal vez de los más pequeños o donde los productores sean de mayor edad y sin descendencia que quiera hacerse cargo del predio, el abandono de la viticultura, sí signifique la expulsión de la tierra. Pero puede haber otros casos en que el abandono del rubro sea simplemente para pasar a otro rubro u a otra actividad económica. Por ejemplo para casi un tercio de los viticultores familiares y empresariales, la vid no es el rubro principal. Mas aún el 20% de los productores familiares y la mitad de los empresarios tienen otra actividad remunerada.

Otra estrategia es la diversificación de las inversiones en rubros distintos a la vid. Así la encuesta detectó que entre los productores que manifestaron su intención de invertir en el predio en el futuro cercano, casi la mitad de ellos piensan invertir en rubros que no son la viticultura, predominando la fruticultura y la horticultura.

Una tercera estrategia es la inversión en la etapa industrial, hacia las bodegas, intentando fortalecer la propia capacidad de negociación en el mercado a partir de transformar un producto perecedero en otro que no lo es. Esta estrategia es perceptible entre los productores empresariales, aunque cabe preguntarse por la relación causal. ¿Son los viticultores de carácter empresarial que acumulando excedentes en la fase agraria reinvierten en la fase industrial para mejorar su capacidad negociadora? ¿O es la capacidad económica que proporciona la posesión de las bodegas lo que los transformó en productores de carácter empresarial?. Esta tendencia a invertir en la fase industrial es muy poco realista para la mayoría de los productores familiares y aún para algunos de los empresarios vitícolas. La única forma de favorecer esta tendencia sería mediante el agrupamiento de los viticultores ya sea en cooperativas industriales o en sociedades industriales que les permita llegar a las escalas necesarias para desarrollar una industrialización eficaz. En este punto nuevamente la acción estatal puede ser determinante, tanto como facilitadora de los créditos necesarios, como estimuladora de iniciativas empresariales.

3.5. La encuesta detectó algunas incongruencias entre los entrevistados que hablan de vacíos de información y de desconocimientos concretos. Como ya se mencionó solo la mitad de los entrevistados pensaban que efectivamente el Mercosur se implementaría. Por otro lado dos tercios de los viticultores saben del Mercosur solo por información periodística. Parecería por lo tanto que el INAVI debería emprender una agresiva campaña de información por sí y/o a través de las entidades representativas de los productores para informar sobre el Mercosur y sobre las perspectivas futuras.

4. El INAVI como organismo ejecutor de las políticas estatales:

La ley que creó el INAVI le otorgó el cometido de coordinar y fiscalizar toda la actividad del sector vitivinícola nacional. Por lo tanto parece natural que esta sea la institución que oriente una política de reconversión de los viñedos. Sin embargo es preciso hacer notar que en términos generales el INAVI cuenta con el respaldo de algo menos de la mitad de los viticultores entrevistados. En términos

de iniciativas específicas el Plan de Reconversión de los Viñedos cuenta con el mayor apoyo (42%) y el Seguro contra Heladas con un apoyo algo menor (31%) de los productores que los conocen. Adicionalmente cabe destacar que independientemente del tipo de productores que sean (familiares o empresarios) la tercera parte de los viticultores considera que se encuentran en una situación de desventaja con respecto a los actores de la fase industrial del complejo. En su percepción los bodegueros cuentan en mayor medida con la atención de la autoridad máxima del sector. Por lo antedicho es posible sugerir que el INAVI debería encarar una acción específica para obtener más apoyo de los viticultores, mejorando la información sobre sus cometidos, programas y actividades.

5. Las organizaciones de productores.

Es posible imaginar que los procesos de reconversión se pueden llevar a cabo con mayor eficacia y menos conflicto en aquellos ámbitos y rubros en los que hay organizaciones de productores que intervienen activamente, tanto en la representación como en el involucramiento directo en las estrategias y actividades encaminadas a la reconversión. En la viticultura uruguaya casi la mitad de los productores vitícolas están afiliados a alguna organización representativa. Esta categoría está influenciada por el tipo social del productor. Mientras que los empresarios registran porcentajes de afiliación mayores a la media (65%), en los productores familiares esa proporción desciende al 35%.

La organización que nuclea mayor número de productores es el Centro de Viticultores del Uruguay, seguido por las organizaciones cooperativas y las Sociedades de Fomento. La necesidad de asistencia técnica (44%) y la búsqueda de mecanismos más favorables para una buena comercialización de su producción (37%) son los dos ejes de motivación prioritarios para la afiliación y participación de los productores en las mencionadas organizaciones.

Por lo antedicho es posible sugerir que las organizaciones de productores también podrían jugar un papel de relevancia en una estrategia de reconversión. En particular parece importante su papel para la organización de la asistencia técnica y para mejorar las condiciones de comercialización de la uva. Sin embargo es posible imaginar otras actividades que podrían realizar estas organizaciones a partir de las experiencias en este y en otros rubros de producción: como estimuladoras de la organización para el uso compartido de maquinarias, como organizadoras de actividades asociativas para la industrialización de la materia prima, como difusoras de tecnología, como organismos de representación gremial, como facilitadores de actividades de crédito dirigido, etc.

6. Las características personales de los viticultores como estímulos y frenos a la reconversión:

Debe haber pocos ámbitos de la agropecuaria nacional que tiene un capital humano tan valioso como la vitivinicultura. Por un lado es posible apreciar que dos tercios de los viticultores se ubican en un tramo de edad medio entre 36 y 59 años. En cuanto a la escolaridad algo más de los dos tercios de los productores cuentan con escuela primaria completa. Entre los empresarios vitícolas el nivel educacional es aún mayor. Por otro lado el 90% de los productores residen en el predio. Es decir que se está en presencia de un productor en una etapa de la vida en que se conjuga aún el vigor con la experiencia, con niveles de educación formal que permitirían vaticinar que no serían un obstáculo para la reconversión y con una altísima proporción de residencia en el predio lo cual habla de un involucramiento directo en las actividades productivas, variable de suma importancia para conducir un proceso de reconversión.

Por otro lado la tradicionalidad en el rubro puede ser considerada una característica positiva para una actividad agroindustrial de lenta maduración. Dos tercios de los entrevistados declararon haber sido viticultores toda la vida y 90% tener más de diez años de antigüedad en el rubro. El 83% tenía padres

viticultores y el 85% admite que aprendió el oficio a través de un familiar. Es decir que hay un fuerte apego al rubro a través de familias que transmiten sus conocimientos y su patrimonio de una generación a otra. Esta forma de aprender el oficio habla de fuertes tradiciones y por lo tanto presiones racionales y afectivas para permanecer en el mismo. Por otro lado es apreciable que el costo para la sociedad en la formación de estos viticultores ha sido muy bajo, puesto que el aprendizaje es familiar. De allí que sea una consideración a tener en cuenta el costo de reconvertir a estos productores en otros rubros, perdiendo el capital humano existente. Esta consideración si bien es difícil de evaluar monetariamente, debería ser tenida en cuenta como uno de los principales argumentos a la hora de reclamarle al resto de la sociedad, a través del Estado, las políticas diferenciales para el apoyo a la reconversión de la viticultura.

Sin embargo el aprendizaje del oficio en etapas tempranas de la vida y a través de la transmisión familiar, también puede ser interpretado como un obstáculo para la incorporación de nuevos conocimientos y técnicas de cultivo. En este sentido con cierta frecuencia sucede que un productor nuevo en un rubro puede adoptar nuevas técnicas con mayor facilidad que aquel que está desde hace muchos años en el mismo.

Por lo tanto la acción de técnicos en la viticultura parece imprescindible para facilitar los procesos de reconversión. Como además los propios productores tienen una actitud positiva hacia la asistencia técnica no debería ser difícil instaurarla, en mucho mayor medida que la que existe en la actualidad, si hubiese recursos para ello. La instrumentación de la asistencia técnica tampoco debería ser difícil, a juzgar por las características relevadas: productores que residen en el predio, con buenos niveles de escolaridad, edad madura y un fuerte interés en permanecer en el rubro.

BIBLIOGRAFÍA

- Freiría, Heber. "Productores Familiares en la Vitivinicultura" Serie Técnica para la Integración Regional de los Productores Familiares N° 3, Ciesu. Montevideo, 1994.
- Censo Vitivinícola 1989. Inavi, Las Piedras, 1990.
- Piñeiro, Diego, Filardo, Véronica, Binaco, Mariela y Hein, Pablo. "Los Empresarios Bodegueros: Estrategias Productivas e Integración Regional". Documento de Trabajo, del Departamento de Sociología, de la Facultad de Ciencias Sociales. Montevideo, 1993.
- Piñeiro, Diego. "La Construcción de la Legitimidad en los Complejos Agroindustriales: La Vitivinicultura en el Uruguay" Ponencia presentada en el V Congreso de ALASRU, Concepción Chile, 1994.
- Filardo, Véronica, Fernández, Tabaré. "Viñedos y Viticultores en el Territorio Uruguayo". Informe de Investigación. Facultad de Ciencias Sociales, Mimeo. Montevideo 1993.
- De Frutos, Estela. "Informe sobre la Vitivinicultura Uruguaya". Libro de GTZ, MGAyP. Montevideo, 1992.
- De Frutos, Estela. "La Vitivinicultura en el Uruguay" Cátedra de Enología, Facultad de Agronomía. Publicación Docente, Montevideo, 1986.
- Riella, Alberto, Marques, Martha "Un Análisis Preliminar de la Fase Agrícola del Complejo Vitivinícola" Informe de Avance de Investigación. Facultad de Ciencias Sociales, Mimeo. Montevideo, 1990.
- Alonso, José, Nin, Alejandro "La Producción Hortifrutícola Nacional" Informe de Investigación N° 8. Ciedur. Montevideo, 1984.
- Piñeiro, Diego, Riella, Alberto, Marques, Martha y Lissidini, Alicia "Los Grupos Sociales en el Complejo Agroindustrial Vitivinícola" Revista de Ciencias Sociales n° 5. Facultad de Ciencias Sociales. Montevideo 1991.
- Revistas N° 4 y 5 del Inavi. Las Piedras, 1991
- Piñeiro, Diego, Riella, Alberto, Tubio, Mauricio y Omer, Juan "Actitudes, comportamientos y opiniones de los horticultores de Salto frente a la reconversión tecnológica. Documento de Trabajo N°12 de la Unidad de Estudios Regionales Facultad de Ciencias Sociales. Regional Norte 1994.