

DOSSIER

Diferentes perspectivas sobre factores motivadores de transformaciones en la producción agroindustrial

Different perspectives on factors
that motivate transformations
in agro-industrial production

Elizabeth Pasteris

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo

Susana Gordillo

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Barcelona

Patricia Olgún

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Francisco J. Medina-Albaladejo

Facultad de Economía, Universidad de Valencia

Wallace E. Huffman

Department of Economics, Iowa State University

Introducción

Introduction

Elizabeth Pasteris

Editora General

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo
elizabeth.pasteris@fce.uncu.edu.ar

Susana Gordillo

Editora Asociada

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Barcelona
susana.gordillo@fce.uncu.edu.ar

Patricia Olguín

Editora Asociada

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo
Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales, Consejo
Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
patricia.olguin@fce.uncu.edu.ar

Desde la segunda mitad del siglo XX, las transformaciones económicas impulsadas por las políticas públicas de integración y el cambio tecnológico han contribuido a la creciente integración de las economías locales a la economía mundial, mediante la expansión del comercio y la libre circulación de capitales y personas. La *segunda* globalización y la emergencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) constituyen un paradigma moderno que ha recorrido el mundo, incidiendo sobre los ámbitos económico, social, político y cultural. En lo económico, se ha caracterizado tanto por la llegada de nuevos competidores a los mercados como por el arribo de modas y gustos, de la mano de consumidores no tradicionales que han impulsado procesos de cambio tecnológico, no sólo en relación con tecnologías *duras*, sino también con formas organizacionales e institucionales, entre otras. Ambos factores conllevan el nacimiento o la profundización de ajustes en el sistema productivo de los territorios. De modo que las empresas, países y regiones que no sean capaces de interpretar los cambios en la demanda y oferta, provenientes de este nuevo paradigma, y enfrentar la competencia, tanto interna como internacional, quedarán excluidas del mercado mundial y, en consecuencia, el crecimiento económico y la creación de empleo se detendrán en el ámbito territorial en cual se desempeñan.

En las décadas previas a la crisis del 2008, hemos visto un notable crecimiento del comercio mundial. Sin embargo, no todos los países han participado de él, ni todos los productos se han beneficiado de la misma forma. En líneas generales, han crecido más los servicios que el comercio de bienes y, entre éstos, han aumentado más las manufacturas que los productos básicos. El caso del vino no es ajeno a esta evolución, ya que su comercialización internacional ha crecido de una manera nunca antes experimentada, pero ha exhibido caídas notorias en los productos con menor valor agregado (mostos y vino a granel). Esta trayectoria ha sido acompañada por la sustitución de variedades, ganando cuota de mercado las de mayor calidad. Los países productores tradicionales, como España, Italia y Francia, manifestaron, al mismo tiempo, una caída dramática en el consumo per cápita. Argentina, generalmente incluida dentro de los países del «nuevo mundo vitivinícola», se ha comportado como una región tradicional, en la que se observa un paralelismo interesante con España, al menos en lo que podría denominarse diagnóstico pre-crisis. Por ello, las lecciones del caso español que se presentan en este *Dossier* son muy pertinentes para nuestro territorio.

El artículo de Francisco Medina-Albaladejo, titulado «Changes in wine consumption and its impact on the Spanish cooperative wineries, 1955-2010», postula que los drásticos cambios que se manifestaron en los hábitos y preferencias de los consumidores a escala mundial en la segunda mitad del siglo XX causaron un profundo proceso de reestructuración en el sector vitivinícola. El derrumbe del consumo per cápita de los vinos de consumo regular en los países productores tradicionales (Europa Mediterránea), la incorporación de nuevos consumidores provenientes de otras regiones (por ejemplo, de Europa Oriental) y los requerimientos de una mejor presentación (envase), identificación (Denominación de Origen Controlada, DOC) y mayor calidad enológica, plantearon nuevos desafíos para las empresas. Para el autor, en España, los efectos de estos cambios se expresaron en el menor tamaño de las bodegas y en el incremento en la producción de vinos con DOC. Las firmas, que en un 70 % corresponden a cooperativas, además de implementar mecanismos de control más efectivos en relación con la calidad de las uvas y la reducción del grado alcohólico, aplicaron modernos procesos de producción, diversificaron la producción y presentaron mejor sus

productos. Asimismo, incorporaron cuadros gerenciales profesionalizados y desarrollaron marcas y estrategias de mercado. Estas políticas, que requirieron una elevada inversión, ocasionaron una difícil situación financiera. Todo ello condujo a una gran transformación, a menudo traumática, de su modelo de negocios.

Por otra parte, a la hora de enfrentar la competencia, las empresas no actúan aisladamente sino que se ven beneficiadas o perjudicadas por el entorno productivo, social e institucional del que forman parte. Tendrán más capacidad para competir aquellas regiones que posean un sistema de instituciones que les permita producir bienes públicos y generar relaciones de cooperación entre actores, que impulsen el aprendizaje y la innovación y, en definitiva, el aumento de la productividad. Las empresas, las universidades, las asociaciones de empresarios y de trabajadores, los gobiernos locales, articulados con niveles superiores —todos ellos con una densa red de relaciones— fortalecerán la posición de mercado de las firmas.

Es cada vez más evidente que, para mejorar su nivel competitivo, los territorios requieren de inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I), realizada en el marco de claras definiciones estratégicas y con buena articulación entre actores. En la introducción y difusión de las innovaciones y, en general, del conocimiento, es central el rol del Estado. Claro que no se debería olvidar que los procesos de crecimiento y desarrollo no se producen en el vacío, sino que tienen profundas raíces institucionales y culturales. El desarrollo de una economía proviene de los actores de una sociedad que tiene su propia idiosincrasia y que ha construido históricamente sus formas y mecanismos de funcionamiento económico y social, los cuales pueden no coincidir con las corrientes predominantes en la economía mundial. El análisis de la experiencia de Estados Unidos, otro de los trabajos del *Dossier*, resulta, por ello, un aporte muy útil.

El artículo de Wallace Huffman, «New Insights on the Impacts of Public Agricultural Research and Extension on Agricultural Productivity: Evidence from the United States», sostiene que la elevada inversión pública en investigación y extensión agrícolas aumentó la productividad agrícola en Estados Unidos en el período 1970-2004. Sin embargo, el autor afirma que la caída que registró el capital en investigación agrícola desde mediados de la década de 1990 será un lastre para la productividad más allá del primer cuarto del siglo XXI —aun cuando la inversión privada en ese lapso aumentó— no sólo para Estados Unidos, sino también para Argentina y otros países de América del Sur. Asimismo, advierte que dichos países requieren efectuar una investigación adaptativa de los descubrimientos agrícolas, a fin de respetar las condiciones geoclimáticas propias y resultar económicamente competitivos con las tecnologías locales tradicionales. Igualmente, Huffman señala que el acceso por parte de ellos a nuevas tecnologías agrícolas a través de acuerdos con compañías multinacionales, en ocasiones, se ha visto obstaculizado por problemas en la protección de los derechos de propiedad intelectual. En consecuencia, recomienda el aumento de la tasa de inversión pública en investigación y extensión agrícolas para elevar la productividad del sector, no sólo en términos absolutos, sino también en comparación con otros países desarrollados.

En el caso de Argentina, la innovación en tecnología productiva de las empresas, apoyada en la investigación aplicada que realiza el Estado mediante el sistema científico-tecnológico, se fortalece mediante la implementación de políticas microeconómicas que facilitan la apropiación de sus beneficios por parte de la mayor cantidad de actores. Si los conocimientos quedan encapsulados en determinados sectores o son

capturados por determinadas empresas, no contribuyen al desarrollo económico. En efecto, se ha demostrado que diversas razones microeconómicas han influido negativamente sobre el proceso de crecimiento y desarrollo de los territorios especializados en actividades vitivinícolas. Entre ellas, se encuentran las asimetrías en eficiencia productiva dentro del eslabón agrícola de la cadena, la existencia de condiciones que facilitarían el ejercicio de poder de mercado en las compras por parte del eslabón industrial, las asimetrías en los atributos que influyen sobre la probabilidad de exportar y, en general, de aprovechar los beneficios del *cluster* vitivinícola por parte de algunas firmas. Todas ellas constituyen problemas cuya solución potenciará los beneficios de una mejor tecnología productiva.

Finalmente, queremos destacar que el desarrollo de la investigación académica, aporte que realiza el Estado a través de las universidades y centros de investigación de ciencia y técnica, es fundamental para la provincia de Mendoza, especialmente para la definición adecuada de los instrumentos requeridos de política económica regional. Se trata, evidentemente, de una tarea de largo plazo, concerniente a la articulación entre el sector público y el sector privado, que la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo viene desarrollando desde hace tiempo, y que pretende potenciar con el lanzamiento de *Cuyonomics*. Esta revista científica digital con referato busca enriquecer los debates académicos sobre economías regionales desde una perspectiva multidisciplinar y tener presencia en las bases de datos internacionales, a fin de proporcionar un medio para atraer el talento internacional y publicar las investigaciones locales.