**Las metas que plantea el nuevo Plan Estratégico Vitivinícola hacia 2030: cuantificables y sostenibles**

*La actualización del PEVI hacia el 2030 define un horizonte más cercano en el tiempo, con metas medibles y cuantificables pero también objetivos estratégicos y complementarios. El respeto por la diversidad y pluralidad de actores, la sostenibilidad económica, social y ambiental le dan multidimensión a un Plan que innova y pone especial foco en lo ambiental, lo social y el turismo del vino.*

**Febrero, 2021.** La actualización del **Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) con horizonte al 2030** presentado porla **Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR)** se constituye como el resultado de un proceso abierto de aprendizaje y mejoras contínuas, participativo y plural. En ese camino, y baho una lectura crítica y nuevos aportes en la visión, misión, ejes y objetivos estratégicos se desarrolló la hoja de ruta de los próximos diez años de la industria vitivinícola argentina.

Así, luego de los talleres regionales realizados durante 2018 y 2019[[1]](#footnote-1), de los aportes de expertos, de la información surgida en las reuniones sectoriales y el análisis de planes estratégicos de otros países y regiones vitivinícolas del mundo, **el PEVI2030** **plantea metas e indicadores cuantificables, acompañados también por un conjunto de objetivos estratégicos complementarios** que le dan al plan un carácter multidimensional e integral, y que buscan favorecer la sostenibilidad social, económica y ambiental[[2]](#footnote-2).

**Se trata de metas ambiciosas pero cumplibles**, necesarias para ordenar y conducir esfuerzos; y marcar así un **camino plural y conjunto**, que busca el **crecimiento de todos los actores de la vitivinicultura argentina.**

**Las metas hacia el año 2030**

**El PEVI 2030 establece metas que fueron determinadas por el conjunto de actores, evaluando las principales restricciones que pueden presentarse a la hora de expandir los mercados**, y que provienen tanto de considerar las amenazas del contexto como las debilidades internas de la industria. Con la misma lógica, se toman en consideración las oportunidades y las fortalezas que se observan en cada uno de los mercados. **Entre ellos, se consideran:**

1. Ventas al mercado doméstico.
2. Exportaciones de vino fraccionado.
3. Exportaciones de vino a granel.
4. Exportaciones de jugo concentrado de uva (JUC).
5. Exportaciones de pasas de uva.
6. Exportaciones de uva de mesa.

Asimismo, las estrategias a desarrollar en los sectores y actores de la cadena que pueden contribuir al logro de los objetivos, deben ser entendidas como condiciones necesarias, pero no suficientes, dado que el entorno competitivo y en particular la competitividad país deben acompañar estos procesos estratégicos. En este sentido, las proyecciones realizadas se basan en la evidencia de períodos pasados y con supuestos respecto a lo que puede ocurrir con estas variables macroeconómicas hacia el futuro.

**Se consideran los siguientes supuestos[[3]](#footnote-3):**

1. **Tipo de cambio real constante y en los niveles de 2019**. Dicho en otros términos, la tasa de devaluación de la divisa varía en la misma magnitud que la tasa de inflación.
2. **Condiciones de los servicios de apoyo, logística e infraestructura** sin cambios significativos hacia futuro.
3. **Comportamiento de los principales competidores en los distintos mercados** similar al observado en los últimos cinco años.
4. **Comportamiento de los productos sustitutos estables** y similares a lo observado en los últimos cinco años.
5. **Tendencias de demanda de los principales mercados** sin cambios significativos respecto a los observado en los últimos cinco años.
6. **Tendencias de demanda globales (mundiales) estables** y acordes a lo observado en los últimos cinco años.
7. **No se toman en consideración emergentes significativos**.

**Así, las metas propuestas al 2030 establecidas para cada mercado en valor y volumen son las siguientes:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MERCADO | META (en volumen) | META (en valor) |
| 1. Ventas al mercado doméstico | 1000 Millones de litros |  |
| 2. Exportaciones de vino fraccionado | 250 Millones de litros | U$S 1000 millones |
| 3. Exportaciones de vino a granel | 150 millones de litros | U$S 100 millones |
| 4. Exportaciones de J.U.C. | 150.000 Toneladas | U$S 150 millones |
| 5. Exportaciones de pasas de uva | 50.000 Toneladas | U$S 100 millones |
| 6. Exportaciones de uva de mesa | 15.000 Toneladas | U$S 30 millones |
| Total exportaciones | | **U$S 1380 millones** |

En este sentido, es importante considerar que todas las metas descriptas serán auditables en forma anual, en virtud a los supuestos sobre los que se calculan, y serán rediscutidas cada tres años en los foros sectoriales. De esta manera, se refuerza la visión del nuevo PEVI2030, que busca desarrollarse mediante un proceso plural y de aprendizaje, y a partir de los aportes de todos los actores referentes de la industria vitivinícola argentina.

***Acerca de COVIAR:***

La Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) es un organismo público-privado que gestiona y articula las acciones necesarias para cumplir con los objetivos del Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020 (PEVI), asumiendo el desafío de transformar el sector vitivinícola y potenciar, con visión estratégica, sus fortalezas y oportunidades en el mercado global del vino, del jugo concentrado de uva, de las pasas y uvas de mesa. Promueve la organización e integración de los actores de la cadena productiva, la innovación de productos y procesos que acrecientan el valor agregado del sector, con la finalidad de ganar, mantener y consolidar mercados externos, consolidar el mercado interno argentino y lograr el desarrollo sostenido del sector. Más información en <http://coviar.com.ar/>

1. En dicho talleres trabajó un equipo de más de 30 técnicos, profesionales y dirigentes –de los sectores público, privado y académico-, y más de 1.500 referentes de toda la cadena vitivinícola, junto al aporte de los gobiernos de las provincias vitivinícolas y de organismos del Gobierno Nacional. [↑](#footnote-ref-1)
2. Así lo plantea tanto la visión como la misión del PEVI 2030. **Visión:** “La vitivinicultura argentina será una actividad sostenible y diversa, que hará posible el desarrollo de sus actores, responderá a la dinámica de los consumidores y creará nuevas oportunidades para el mercado y para las comunidades donde se desarrolla”. **Misión:** “La vitivinicultura argentina ofrece productos competitivos, valorados por su calidad consistente, reconocidos por el valor generado en origen, la diversidad territorial y cultural y su amplio entramado socio productivo” [↑](#footnote-ref-2)
3. En caso que dichos supuestos no se verifiquen durante la ejecución del Plan Estratégico, las metas establecidas deberán ser revisadas, tomando en consideración no solo éstas, sino cualquier otro emergente significativo que afecte sustancialmente las condiciones de los mercados. [↑](#footnote-ref-3)