

## Sector vinícola ve que cinco factores frenan crecimiento

La competencia desleal que genera la internación legal atribuida a la depreciación de las divisas en los países vecinos, la producción ilegal, el contrabando, la presión impositiva y las cargas sociales -incremento salarial y doble aguinaldo- ponen un candado al crecimiento sectorial vitivinícola del país.

Dichas variables internas y externas, de acuerdo con la Asociación Nacional de Industriales Vitivinícolas (ANIV), en el último año agrícola (junio 2015-junio 2016), estancaron la superficie cultivable de uva y la producción industrial vinícola.

La comprimida demanda de vid presentada por las bodegas nacionales condicionó el crecimiento del área cultivable en el país. El área sembrada en Bolivia para producción de uva de mesa con destino a bodega y fabricantes de singanis abarca 4.300 hectáreas y la proyección sectorial fijaba un crecimiento de 430 hectáreas, pero se llegó a cubrir la mitad de lo previsto.

En el ámbito industrial, la situación refleja igual tendencia. La producción promedio nacional actual ronda los 5 millones de litros de vinos por año y las perspectivas eran adicionar 500.000 litros, pero estiman que apenas llegarán a 200.000 litros.

Para la organización que articula a 64 bodegas vitivinícolas y a 36 fabricantes de singani del país -este dato corresponde al censo 2010 realizado por la Fundación Educación para el Desarrollo (Fautapo)- el freno del crecimiento del sector vitivinícola es condicionado por varios factores, pero principalmente, por la producción ilegal, falsificación y el contrabando de bebidas alcohólicas en general.

Con datos sectoriales de 2013, se estima que el consumo nacional de vino en el país roza los 11,2 millones de litros, de los que la producción legal nacional aporta 5 millones de litros, la producción clandestina nacional, 1.608.000 litros; la importación legal, 747.376 litros; y el contrabando, 3.844.624 litros.

Estos indicadores, son, entre otros, según la ANIV, los que explican el freno del crecimiento del sector. Un 55% (6,2 millones de litros) para cubrir el consumo nacional proviene, en mayor proporción, del contrabando, producción clandestina nacional e importación legal, pese a que está vigente una ley nacional de apoyo al sector que no se aplica por falta de reglamento.

El aumento de la internación legal por la depreciación de monedas en países vecinos ha causado una invasión de vinos y generado una competencia desleal de precios. Genera un 'cuello de botella' en la venta de vinos nacionales en el mercado.

Frente a este panorama, la ANIV reclama un decreto de incremento de aranceles a bebidas alcohólicas importadas que ingresan legalmente de Argentina, Brasil y Chile, y medidas paraarancelarias para evitar el excesivo de ingreso de mercancía.

En el ámbito interno, la ANIV revela que ciertas políticas públicas (incremento salarial, doble aguinaldo, presión impositiva y disposiciones del Ministerio de Trabajo) también afectan y han deteriorado la economía y causado la desaceleración del crecimiento vitivinícola.

Desde la Aduana se informó de que los controles operativos para evitar la internación ilegal de vinos se han intensificado en las poblaciones fronterizas del sur del país. Este mes, la gerencia regional Santa Cruz de la Aduana destruyó 15.000 litros de vino argentino, de las marcas Viñas de Balbo y Toro, que ingresaron ilegalmente al país.

## Ventas en el exterior

La desaceleración agrícola y productiva contrasta con el comercio exterior. Según el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), el valor de las exportaciones de vino, entre enero y abril de este año, llegó a \$us 43 millones -cuatro veces mayor a lo registrado en el mismo periodo de 2015-. En volumen, también reporta un incremento.

Reino Unido se perfila como un nuevo mercado global para el vino boliviano. Hasta abril de este año se exportó cerca de \$us 40.000, concentrando el 92% del total exportado de vino.

### **El singani traspasa fronteras**

Con datos de la ANIV, tres bodegas nacionales de singani concretaron negocios en Estados Unidos y empezaron a abrir mercados en China, México, Suiza y varios países de la Unión Europea, que han comenzando a interesarse por este producto que, a escala global, se produce únicamente en el país.