

Principales características socioproductivas de la nueva vitivinicultura de la provincia de Córdoba, Argentina. *Main Socio-productive Characteristics of the New Viticulture of the Province of Córdoba, Argentina.* Daniel M. Cáceres y Mariano Córdoba. *Población & Sociedad* [en línea], ISSN 1852-8562, Vol. 32 (2), 2025, pp. 1-33. DOI: <http://dx.doi.org/10.19137/pys-2025-320201>. Puesto en línea en diciembre de 2025.

Esta obra se publica bajo licencia Creative Commons Atribución - No Comercial CC BY-NC-SA, que permite copiar, reproducir, distribuir, comunicar públicamente la obra y generar obras derivadas, siempre y cuando se cite y reconozca al autor original. No se permite, sin embargo, utilizar la obra con fines comerciales.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Contacto

poblacionysociedad@humanas.unlpam.edu.ar

<https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/pys/index>

**Población
& Sociedad**
revista de estudios sociales

Principales características socioproductivas de la nueva vitivinicultura de la provincia de Córdoba, Argentina

Main Socio-productive Characteristics of the New Viticulture of the Province of Córdoba, Argentina

Daniel M. Cáceres 

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Universidad Nacional de Córdoba, Instituto Multidisciplinario de Biología Vegetal. Córdoba, Argentina. dcaceres@agro.unc.edu.ar

Mariano Córdoba 

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias Agropecuarias. marianoacba@agro.unc.edu.ar

Resumen

El artículo realiza un diagnóstico socioproductivo integral de la nueva vitivinicultura de la provincia de Córdoba, Argentina. A partir de un exhaustivo trabajo de campo y usando una entrevista semiestructurada que registra información cuanti-cualitativa, se identifican dos tipos socioproductivos. El primero con perfil empresarial, mayores inversiones y estrategias más complejas y diversificadas y, el segundo, con un perfil familiar y estrategias más austeras, simples y flexibles. Se realiza, además, una comparación con la nueva vitivinicultura de la provincia de Mendoza (Argentina).

Palabras clave: nueva vitivinicultura; modelos vitivinícolas; modelo dual; estrategias; enoturismo.

Abstract

The article presents a comprehensive socio-productive analysis of the emerging wine industry in the Province of Córdoba, Argentina. Based on extensive fieldwork and on the use of semi-structured interviews, two distinct socio-productive types are identified. The first shows an entrepreneurial profile, characterized by higher investment levels and more complex, diversified strategies; the second one displays a family-based profile, marked by more modest, simple, and flexible strategies. The study also includes a comparison with the emerging wine industry in the Province of Mendoza, Argentina.

Key words: emerging wine industry; viticulture models; dual model; strategies; wine tourism.

1. Introducción

El objetivo de este trabajo es realizar la primera caracterización socioproductiva integral de la nueva vitivinicultura de la provincia de Córdoba, con el fin de conocer las principales características socioeconómicas de los elaboradores de vino, la estructura productiva de sus explotaciones, su localización geográfica, escala, métodos de elaboración y comercialización y sus principales estrategias familiares o empresariales. En otras palabras, el artículo busca conocer ¿quiénes son?, ¿qué hacen?, ¿cómo lo hacen?, ¿dónde lo hacen? y ¿cuáles son sus principales estrategias? Si bien este artículo se focaliza principalmente en la elaboración de un diagnóstico de la nueva vitivinicultura cordobesa, también se buscará trazar algunos paralelismos (por ejemplo, estrategias o modelos de acumulación) con la nueva vitivinicultura mendocina.

Cuatro son las razones que motivan la selección de este estudio de caso: (i) no existen estudios científicos previos que permitan caracterizar la vitivinicultura de la provincia de Córdoba; (ii) a pesar de ser esta una actividad productiva emergente, llama la atención la fuerza y rapidez con la que se manifiesta y expande; (iii) aun cuando Córdoba no forma parte de la “élite” de las provincias productoras de vino en Argentina, las inversiones que están realizando la mayoría de quienes se vinculan a la actividad son muy significativas; y (iv) esta nueva actividad está incorporando un nuevo componente al territorio que no solo se traduce en la oferta de un nuevo producto (es decir, el vino), sino que potencia su vínculo con otros sectores de la economía provincial, en particular con el turismo.

Para poner en perspectiva esta actividad emergente, se parte de una breve contextualización histórica en la provincia de Córdoba y de la caracterización de algunos aspectos de la nueva vitivinicultura de la provincia de Mendoza, para luego indicar que ambas producciones (cordobesa y mendocina) tienen similitudes y diferencias. Pero esta faceta comparativa no hace que pierda centralidad el principal objetivo del artículo, es decir, la formulación de un primer estudio sistemático e integral de la nueva vitivinicultura en Córdoba.

Desde finales del siglo pasado, se comienza a producir en Argentina una profunda transformación de la producción vitivinícola, con foco en Cuyo. Esto se vincula con las múltiples crisis a las que estuvo sujeta la vitivinicultura argentina en el siglo XX (Olguín, 2023a). A partir de 1980, la crisis llega a un punto de no retorno, donde, al agotamiento del modelo regulador de la actividad que impulsaba el Estado, se suma la sobreoferta de vino y la caída sostenida de la demanda a partir de 1970 (Heredia y Poblete, 2013; Olguín, 2023a). El cambio de régimen fue favorecido por las nuevas condiciones macroeconómicas predominantes en Argentina en la década de 1990. En especial, las políticas de desregulación de la economía y la convertibilidad favorecieron la reconversión productiva y la importación de la tecnología necesaria para realizar esta transformación (Van den Bosh y Alturria, 2023). Este nuevo contexto económico-político favoreció la incorporación de capitales extranjeros o extrarregionales y generó el reacomodamiento de las

burguesías vitivinícolas locales, quienes debieron redefinir sus estrategias y planes de inversión al nuevo contexto económico (Azpiazu y Basualdo, 2001; Richard-Jorba, 2008; Chazarreta, 2013), lo que produjo modificaciones en el modelo de acumulación dominante (Staricco, 2018). En aquel momento, las inversiones no siguieron un patrón definido, ya que se produjeron fusiones, compras de empresas, viñedos, o tierras vírgenes y el dólar subvaluado permitió la incorporación de tecnología de punta (Richard-Jorba, 2008; Dulcich, 2016; Chazarreta, 2019). La emergencia de la nueva vitivinicultura mendocina implicó pasar de un patrón “productivista”, centrado en la producción de uvas y vinos de mesa, a otro basado en la “calidad”, que responde a la necesidad de dar respuesta a la mayor demanda de vinos de alta calidad enológica, destinados a mercados nacionales e internacionales (Neiman, 2017; Staricco, 2018; Chazarreta, 2019).

Pero esta transformación no implicó solo el cultivo de nuevas cepas y la incorporación de nuevas tecnologías en viñedos y bodegas, sino que también se produjeron importantes cambios en los sistemas de transporte del vino, sus estrategias de comercialización, la emergencia de nuevas formas de gerenciamiento más empresariales, la integración vertical y la articulación con otras actividades, tales como el turismo y la gastronomía (Olguín, 2023b; Chazarreta, 2013). También, se observó la emergencia de bodegas *boutique* que elaboran vinos *premium* y a baja escala, dirigidas al mercado nacional e internacional (Richard-Jorba, 2008). Todos estos cambios se podrían sintetizar en lo que algunos describen como una “revolución enológica” (Medina-Albaladejo *et al.*, 2014).

Pero estas transformaciones no afectaron de igual modo a todos los actores de la cadena de producción e industrialización del vino. Algunos señalan que produjo una reconversión inconclusa, heterogénea y desigual (Azpiazu y Basualdo, 2001), que no reemplazó totalmente las estructuras de producción primaria e industriales previas y puso de manifiesto conflictos, inequidades y subordinaciones. Otros, en cambio, critican el carácter teleológico de esta conceptualización y describen este proceso como la manifestación de un modelo dual de acumulación, donde la emergencia del nuevo no necesariamente reemplaza al anterior, ya que ambos coexisten (Chazarreta, 2013; Heredia y Poblete, 2013; Staricco, 2018).

Inicialmente, fue en Mendoza donde se observaron con mayor claridad estos cambios. El modelo de acumulación emergente se basó en la inyección de capitales, nuevas tecnologías, la concentración de la tierra, la apropiación masiva del agua por parte de grandes empresas y la extensión de la frontera vitivinícola hacia los faldeos cordilleranos. El acaparamiento de agua adquiere una dimensión superlativa en el caso de las grandes empresas del agronegocio vitivinícola mendocino (Chazarreta, 2019; Petz, 2024).¹ Facundo Martín y Robin Larsimont (2018) llaman “acuatenientes” a quienes se apropian del agua subterránea de una manera masiva, que consolida un sistema de acceso individual y privatista. En otras palabras, la nueva lógica de abordaje de la vitivinicultura produjo cambios estructurales en la

producción, industrialización y comercialización de los productos vínicos, pero también generó concentración económica y problemas ambientales y puso de manifiesto inequidades y conflictos sociales entre actores sociales (Torres *et al.*, 2018; Barzola-Elizagaray y Engelman, 2020).

Tomando como punto de referencia a estas transformaciones, en el presente trabajo, se argumenta que la nueva vitivinicultura de Córdoba observa características económicas y socioproductivas distintivas, que ponen de manifiesto un escenario dual. Por un lado, la dominancia de explotaciones con mayor grado de capitalización y un perfil más empresarial que considera al enoturismo como un componente vital para su desarrollo y, por otro, una vitivinicultura más austera, con un perfil más familiar, que no depende de grandes inversiones y que prioriza la seguridad y la flexibilidad. A diferencia de lo que ocurrió en Mendoza, donde la nueva vitivinicultura surgió a partir de flujos de capital aportados por inversionistas extranjeros, extrarregionales y locales (Richard-Jorba, 2008), en Córdoba, esto ocurre casi exclusivamente a partir de la asignación de capitales nacionales (provinciales y extraprovinciales), provenientes de distintas ramas de la actividad económica.

El concepto de territorio ofrece un marco conceptual adecuado para estudiar esta nueva dinámica socioproductiva emergente en Córdoba. Aquí, se entiende por territorio al espacio ambiental, social, cultural, económico y político donde ocurren dinámicas de apropiación por parte de diversos actores sociales e instituciones, las que se manifiestan a diversas escalas espaciales y temporales y donde se expresan distintas relaciones de poder (Manzanal, 2014; Castillo, 2020). Podría entenderse como un campo de tensiones donde los distintos actores que participan del mismo espacio disputan recursos económicos, políticos y simbólicos, a fin de mantener o mejorar su posicionamiento en el territorio en el que operan. Así, se configura como un espacio dinámico, con profundidad histórica, que se construye, transforma y reconstruye a medida que se manifiestan y dirimen las disputas observadas entre actores sociales, que resultan de la implementación de diferentes estrategias de apropiación. El enoturismo de alta gama tal vez sea una de las expresiones de reconfiguración del territorio, que más claramente manifiesta las contradicciones y conflictos aquí expresados. En el caso del turismo de lujo vinculado a la nueva vitivinicultura mendocina, Laura Torres *et al.* (2018) entienden al territorio como un espacio de disputas donde los actores con mayor poder relativo generan enclaves productivos/turísticos que demandan una apropiación masiva de la tierra y el agua, produciendo pasivos ambientales, inequidades y exclusiones sociales. El objetivo de sus acciones es ofrecer productos y servicios de alta gama, destinados a un público preferentemente extranjero, de alto poder adquisitivo, que no solo consume vino, sino que también se apropia de la naturaleza, los paisajes y la cultura, en un formato altamente “comoditizado”. Como se verá en las próximas secciones, debido a su escala, su intensidad y sus características, en Córdoba, este proceso muestra características diferenciales.

2. Antecedentes en la provincia de Córdoba

Córdoba tiene una larga historia vinculada a la producción de vino. Si bien no existen documentos precisos que permitan recuperar de una manera detallada cómo fue evolucionando la producción de vino, Roberto Colmenarejo (2023, 2024) señala que las primeras vides fueron traídas a Córdoba por Jerónimo Luis de Cabrera en 1573 y que los primeros vinos se elaboraron unos pocos años después. Jesús María, Quilino y Chacras de la Merced probablemente hayan sido las zonas en la que se obtuvieron los primeros vinos (Colmenarejo, 2024). Pero fueron las misiones jesuíticas las que dieron impulso a la primera vitivinicultura en la provincia (Fidel, 2016).

En el siglo XX, la vitivinicultura cordobesa alcanzó un notable desarrollo, aunque la producción estaba orientada a la elaboración de vinos de mesa, de escasa calidad. Las bodegas “Cooperativa La Caroyense” y “Nanini” en Colonia Caroya y “Sierras de Córdoba” en Villa Dolores fueron las más emblemáticas del siglo pasado. En conjunto, llegaron a producir decenas de millones de litros de vino por año. La creación de la Junta Reguladora de Vinos en 1935 (Ley n.º 12.137), que promovía la reconversión productiva y buscaba adecuar la oferta de vino al consumo (Ospital y Cerdá, 2016), sumado a las distintas crisis económicas y productivas que impactaron la actividad, afectó a estas bodegas, las que dejaron de operar con su formato original. Sierras de Córdoba desapareció como bodega en 1995 y, en sus antiguas instalaciones, hoy funciona un museo del vino y la terminal de ómnibus de Villa Dolores. La Cooperativa La Caroyense quebró y fue adquirida en el año 2000 por la familia Tay, quienes la transformaron en una sociedad anónima. Por su parte, la bodega Nanini fue comprada en 2015 por la familia Mizzau y luego totalmente modernizada y renombrada como Terra Camiare.

En el siglo XXI, comienza a producirse una fuerte reconversión de la vitivinicultura cordobesa y se observa la emergencia de nuevas bodegas, con un perfil diferente al que existía en el siglo pasado. En emprendimientos de pequeña escala, se implantan cepas de alto valor enológico y se procura producir vinos de calidad. A diferencia de lo que ocurría en el siglo pasado, en esta nueva etapa, se prioriza la calidad por sobre la cantidad, tanto en lo referente a los viñedos plantados, como al tipo de vinos producidos.

El análisis decadal publicado en el último informe del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) señala que, entre 1920 y 1989, se plantaron en Córdoba sólo 37 ha de vides (5,3 ha por década). La situación cambia a partir de 1990. Entre 1990 y 1999, se plantaron 20,4 ha, 70 ha entre 2000 y 2009 y 105,7 ha entre 2010 y 2019. Considerando también los viñedos que se implantaron entre 2020 y 2024, la provincia registra actualmente un total de 244,2 ha, lo que representa un 0,1 % del total nacional. De esta superficie, el 87 % de los viñedos muestra aptitud para la elaboración de vinos de alta calidad enológica (INV, 2025).

Sin embargo, durante los últimos diez años (2015-2024), la superficie ocupada por viñedos muestra un retroceso del 12,3 %, ya que se pasó de 278 ha a las 244,2 ha actuales (INV, 2025). O sea que, si bien se están implantando

nuevos viñedos, también se están sacando otros preexistentes. La eliminación de viñedos responde a múltiples causas, entre las que se destacan la expansión del cultivo de *commodities* granarios, la presión inmobiliaria, la baja rentabilidad, el escaso interés en la actividad por parte de la generación de recambio, o la incidencia de problemas productivos, en particular el impacto de los herbicidas hormonales utilizados en la agricultura en las plantaciones de vid.²

El vínculo entre vitivinicultura y turismo constituye un aspecto clave por observar cuando se analiza la nueva vitivinicultura de Córdoba. El gobierno provincial, a través de la Agencia Córdoba Turismo, creó, en 2011, “Los Caminos del Vino de Córdoba”, una iniciativa que consiste en el diseño y promoción de un recorrido que incluye a bodegas situadas en las principales regiones turísticas.

Son numerosas las investigaciones realizadas sobre la nueva vitivinicultura mendocina y sus implicancias productivas, ambientales, socioeconómicas y políticas (Montaña *et al.*, 2005; Montaña, 2008; Altschuler, 2012, 2014; Chazarreta, 2013; Heredia y Poblete, 2013; Castex *et al.*, 2015; Liceaga y Martín, 2016; Neiman, 2017; Larsimont, 2019a, 2019b; Carballo *et al.*, 2020; Barzola-Elizagaray y Engelman, 2020; Urvieta *et al.*, 2021). Sin embargo, en Córdoba, no existen trabajos científicos publicados, realizados desde un enfoque socioproductivo integral y que focalicen en la emergencia de la nueva vitivinicultura. Los escasos trabajos publicados abordan cuestiones puntuales, vinculadas con plagas y el uso de agroquímicos (Cragnolini *et al.*, 2009; Viglianco *et al.*, 2016, 2021), o el uso de levaduras nativas (Raymond-Eder *et al.*, 2017, 2018). Luego, existen algunos informes técnicos, reportes, tesis de grado o de maestrías y notas de divulgación o periodísticas. Entre los informes, se destaca el realizado por la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) y el Consejo Federal de Inversiones (CFI), donde se analiza la aptitud vitivinícola de los climas y suelos de las distintas regiones de la provincia (COVIAR-CFI, 2024). Además, hay uno anterior del CFI, que estudia la estructura de la cadena vitivinícola dentro de la provincia (CFI, 2015). Otros ponen el foco en cuestiones técnicas (Rosa *et al.*, 2009; Martinelli, 2023; González-Riachi, 2024), el enoturismo (Fidel y De la Mota, s.f.; Lenta, 2021; Marengo *et al.*, 2021; Colmenarejo, 2023), el uso de agroquímicos (Rovai *et al.*, 2022) o la elaboración de proyectos vitivinícolas (Lobato y Nanini, 2015).

3. Metodología

Quedan incluidos en este estudio aquellos vitivinicultores situados en Córdoba que produzcan vino con uvas propias o de terceros, tengan o no bodega propia, que tengan una escala productiva que exceda el autoconsumo y que envíen (o que planeaban enviar el próximo año)³ una porción significativa del vino producido al mercado, utilizando sus propias etiquetas. Quedan excluidas aquellas iniciativas de muy pequeña escala, o que todavía no han comenzado a producir sus propios vinos (por ejemplo, porque sus

vides todavía no entraron en producción), o quienes producen uva para terceros, pero que no elaboran vino con fines comerciales. La mayoría de los entrevistados están inscriptos en el INV.

Previo a la realización del trabajo de campo, se trató de localizar la población objetivo a partir del relevamiento de notas periodísticas, publicaciones online y redes sociales, y se efectuaron entrevistas exploratorias a informantes calificados. Esto permitió construir un inventario de 51 elaboradores de vino (EdV),⁴ que reunían los requisitos arriba expresados.

Las dimensiones consideradas para elaborar la propuesta metodológica y encarar el trabajo de campo fueron tres: (i) el surgimiento de la viticultura en Córdoba como una actividad productiva emergente (es decir, dónde, cuándo, cómo); (ii) las principales características de los nuevos EdV (quiénes); y (iii) sus enfoques y heterogeneidades socioproductivos. Luego, estas dimensiones generales se desagregaron en torno a un conjunto de variables e indicadores cuanti-cualitativos, que permitieron capturar las semejanzas y diferencias existente entre EdV. En una etapa posterior, esto permitió construir perfiles socioproductivos e identificar sus principales estrategias. Estas dimensiones se pusieron en juego en el contexto territorial específico en el que emerge esta nueva actividad en la provincia.

Se elaboró un guion de entrevista en profundidad semiestructurada (Taylor y Bogdan, 1986; Robles, 2011; Cáceres *et al.*, 2025) que permitía recabar información cuanti-cualitativa y se llevaron a cabo algunas entrevistas de prueba a fin de ajustar el instrumento de campo. Dado el tamaño del universo, el trabajo de campo no se basó en la selección de una muestra, sino que se buscó entrevistar a la totalidad de los EdV. Esta es una diferencia importante con otros trabajos, ya que los resultados obtenidos representan a casi la totalidad del universo de EdV existente en Córdoba en el momento de realización del estudio. Sobre un universo de 51 casos, se entrevistaron 47 EdV. La mayor parte de las entrevistas fueron presenciales, pero, cuando esto no fue posible, se realizaron por videoconferencia (algunos viven en otras provincias o países).

Antes de realizar las entrevistas, se recopiló toda la información disponible sobre cada EdV en redes sociales, páginas webs y publicaciones periódicas. Esto permitió llegar a la situación de entrevista con cierta información de contexto, que permitía precisar las preguntas y comprender mejor el caso en cuestión. Se entrevistaron a los dueños de los emprendimientos y, en pocos casos, a quienes estos señalaban como sus representantes (por ejemplo, referentes, ingenieros agrónomos, gerentes, etc.). El mismo entrevistador realizó las 47 entrevistas entre agosto de 2023 y septiembre de 2024. Estas fueron grabadas y se tomaron notas con consentimiento de los entrevistados y, cada vez que fue posible, se realizaron recorridas de viñedos o bodegas para obtener registros fotográficos.

La información cuanti-cualitativa fue sistematizada en una planilla de cálculo (Microsoft Excel) de 47 casos (vitivinicultores) y 25 variables, organizadas en torno a tres ejes centrales: (i) características generales; (ii) el

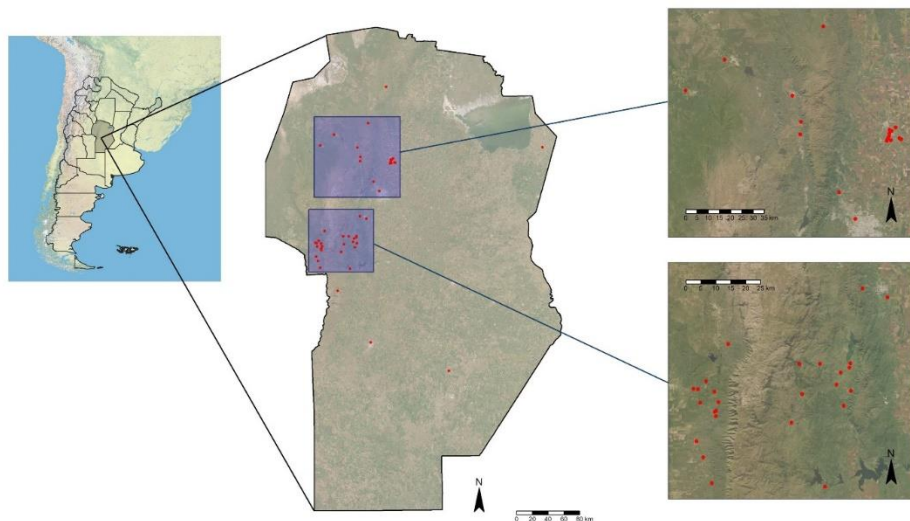
proceso de vinificación; y (iii) cuestiones socioeconómicas. Cada variable fue codificada según el tipo de información a la que hacía referencia: cuantitativa continua o por intervalos, cualitativa nominal, cualitativa nominal dicotómica o cualitativa ordinal.

A modo exploratorio, se calcularon las frecuencias absolutas y relativas para cada variable diferenciadas por eje temático. Posteriormente, se aplicó un Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM), técnica del análisis multivariado que permitió identificar estructuras de asociación entre múltiples variables categóricas (Greenacre, 2016). El ACM fue implementado utilizando el *software* R (R Core Team, 2025) mediante la “función MCA” del paquete FactoMineR (Le *et al.*, 2008) y su visualización se realizó mediante el “paquete factoextra” (Kassambara y Mundt, 2020). Se generó un *biplot* que representa simultáneamente a los individuos y categorías, seleccionando las 40 categorías con mayor contribución a las primeras dimensiones del análisis. Este gráfico permitió interpretar la estructura latente de los datos y describir perfiles diferenciados de EdV en función de sus características técnicas, organizacionales y socioeconómicas.

4. Resultados

Los 51 EdV están distribuidos en 12 departamentos de la provincia. Por orden de importancia y según el número de emprendimientos identificados, estos son: Calamuchita (12), Colón (12), San Javier (12), Punilla (3), Santa María (3), Cruz del Eje (2), Capital (1), Ischilín (1), Juárez Celman (1), Río Cuarto (1), San Alberto (1), San Justo (1) y Tulumba (1) (véase Figura 1). De los 47 vitivinicultores entrevistados, 41 disponen de sus propios viñedos. En total, cuentan con 144,6 ha plantadas (3,5 ha promedio), donde cultivan 27 cepas diferentes (15 tintas y 12 blancas). Malbec, cabernet sauvignon y sauvignon blanc son las cepas con mayor presencia en los viñedos relevados, presentes en 30, 24 y 19 casos, respectivamente. Solo la tercera parte de los entrevistados viven en el predio de la bodega/viñedo (35 %), mientras que los restantes registran su residencia en distintos lugares de la provincia de Córdoba (53 %), en otras provincias (8 %) o en el exterior (4 %).

Figura 1. Ubicación de los 51 elaboradores de vino de la provincia de Córdoba, identificados durante el trabajo de campo



Fuente: elaboración propia. Nota: Los dos recuadros de la derecha corresponden a ampliaciones de los dos sectores de la provincia donde se observan las mayores concentraciones de emprendimientos.

La información que a continuación se presenta fue sistematizada en tres tablas que refieren a aspectos generales, productivos y socioeconómicos.

4.1. Características generales

Tal vez una de las cuestiones generales más interesantes presentadas en la Tabla 1 tiene que ver con la pequeña escala de los vitivinicultores. Sólo el 15 % de los entrevistados dispone de más de cinco ha plantadas y el intervalo más frecuente es el que va de 0-2 ha (40 %). Cabe señalar que, en general, la tierra con viñedos ocupa una fracción de la superficie total de la que disponen. La mayoría de los EdV compró el campo donde instalaron el viñedo o bodega (62 %), el 26 % ya disponía de la tierra, mientras que unos pocos (13 %) no disponen de campo. Un dato clave que permite constatar la emergencia de una nueva vitivinicultura en Córdoba tiene que ver con el año de la primera vinificación comercial. Sólo en once casos (23 %) esto ocurrió hace más de quince años (aunque todos en este siglo) y, en la gran mayoría de los emprendimientos (62 %), los primeros vinos fueron producidos hace menos de diez años. Solo el 13 % de los titulares de los emprendimientos tienen menos de cuarenta años de edad y el 63 % no tenía ningún tipo de vínculo previo con la vitivinicultura. Llama la atención que la tercera parte de los EdV (34 %) inicialmente no planeaban elaborar vinos, sino que primero probaron con otras producciones (por ejemplo, olivos, quesos o azafrán). Antes de

incursionar en la vitivinicultura, se dedicaban (y aún se dedican) a otras actividades económicas, tales como profesionales independientes (28 %), rubros comerciales o de servicios (26 %), sector agropecuario (23 %), o industria (15 %). Finalmente, la mayoría cuenta con su propia bodega (83 %) (véase Tabla 1).

Tabla 1. Características generales de los nuevos vitivinicultores de la provincia de Córdoba

Variable	Codificación	Frecuencia
Edad	< de 40	6 (13 %)
	40-60	22 (47 %)
	> 60	19 (40 %)
Vínculo previo con vitivinicultura	sí	14 (30 %)
	no	33 (70 %)
Actividad previa/actual	industrial	7 (15 %)
	agropecuario	11 (23 %)
	comercial/servicios	12 (26 %)
	independiente	13 (28 %)
	otros	4 (9 %)
Origen del campo	no tiene	6 (13 %)
	lo compró	29 (62 %)
	lo tenía	12 (26 %)
Superficie con viñedos	0 ha	6 (13 %)
	0-2 ha	19 (40 %)
	2,1-5 ha	15 (32 %)
	5,1-10 ha	5 (11 %)
	> 10 ha	2 (4 %)
Producir vino fue la idea original	sí	31 (66 %)
	no	16 (34 %)
Año de primera vinificación comercial	> 15 años	11 (23 %)
	10-15 años	7 (15 %)
	5-10 años	17 (36 %)
	< 5 años	12 (26 %)

Fuente: elaboración propia.

4.2. Características productivas

Se suponía, *a priori*, que cada EdV tenía su propio viñedo y elaboraba sus vinos utilizando solo sus uvas y su bodega. El trabajo de campo reveló que esto no es así. Si bien la mayoría vinifica toda la uva que produce (74 %), existe un porcentaje menor que vende excedentes (13 %), o que no produce uvas (13 %). Asimismo, casi la mitad compra parte o toda la uva a terceros (48 %) situados en distintos puntos de la provincia e, incluso, en otras provincias (La Rioja, Mendoza, Salta y Entre Ríos). En cambio, los productores que venden uva lo hacen solo a otros vitivinicultores de Córdoba. Existe una clara preferencia por la elaboración de vinos tintos. El 85 % de los entrevistados producen, como mínimo, un 60 % de tintos y la tercera parte solo elabora este

tipo de vinos. El 6% produce exclusivamente espumantes. Aproximadamente la cuarta parte de los entrevistados (23 %) no utiliza roble en la elaboración o guarda, ya que buscan producir vinos frescos y frutados. Entre los que optan por incorporar roble en alguna etapa del proceso, se destacan quienes usan barricas (42 %) y, en menor medida, aquellos que utilizan duelas, chips, “arroz”, polvo de roble o una combinación de estas opciones. La mayoría de las bodegas muestran un nivel tecnológico⁵ alto (58 %), mientras que las restantes observan un nivel medio (21 %) o bajo (21 %). Finalmente, casi la mitad de los EdV dice elaborar vinos agroecológicos, orgánicos o biodinámicos (47 %), aunque solo uno de ellos ha certificado su producción como biodinámica. El resto manifiesta que no les resulta posible producir vinos sin utilizar agroquímicos, los que usan principalmente para combatir enfermedades fúngicas de la vid y, en menor medida, insectos y malezas (véase Tabla 2).

Tabla 2. Características productivas de los nuevos vitivinicultores de la provincia de Córdoba

Variable	Codificación	Frecuencia
Vinifica toda la uva que produce	no produce	6 (13 %)
	sí	37 (74 %)
	no	6 (13 %)
Compra uva de terceros	sí	22 (48 %)
	no	24 (52 %)
Vende uva a terceros	sí	7 (15 %)
	no	40 (85 %)
Vinificación en bodega propia	sí	39 (83 %)
	no	8 (17 %)
Nivel tecnológico de la bodega	bajo	10 (21 %)
	medio	10 (21 %)
	alto	27 (58 %)
Usa roble	no	11 (23 %)
	chips/duelas	8 (27 %)
	barricas	20 (42 %)
	combina	7 (15 %)
Produce vinos agroecológicos	sí	22 (47 %)
	no	25 (53 %)
Proporción de vino tinto	100 %	16 (34 %)
	60-99 %	24 (51 %)
	30-59 %	4 (9 %)
	1-29 %	0 (0 %)
	0 %	3 (6 %)

Fuente: elaboración propia.

4.3. *Características socioeconómicas*

Uno de los aspectos más destacados en la investigación tiene que ver con la alta variación en el número de actividades económicas que se llevan adelante en algunos emprendimientos (bodega, visitas guiadas, eventos, venta de lotes, restaurantes, hospedaje, subproductos de la vinificación u otras actividades agropecuarias). Sólo en la quinta parte de los casos (21 %) la elaboración y venta de vinos es la única actividad implementada. Si bien la mayor parte de los entrevistados manifiesta que realiza entre dos y tres actividades (56 %), en la cuarta parte de los casos, la diversificación es aún mayor (23 %). A pesar de esta alta diversificación, la producción y venta de vino es (entre los rubros presentes en cada establecimiento) la que genera el ingreso principal en casi dos tercios de los casos (64 %). No obstante, la producción es de baja escala. Salvo unas pocas excepciones, en las que la producción supera las 20.000 botellas anuales (9 %),⁶ la mayoría produce menos de 4.000 botellas/año (34 %), o entre 4.000 y 12.000 botellas/año (43 %). La baja escala se observa también en lo referido a la mano de obra. El 21 % usa únicamente mano de obra familiar, mientras que casi la mitad (45 %) contrata uno o dos empleados permanentes. La mayoría (77 %) cuenta con empleados temporarios para realizar tareas vinculadas al viñedo, la bodega, o para otras actividades económicas. Todos los entrevistados manifiestan tener otro/s ingreso/s económico/s además del generado por el emprendimiento.

La gran mayoría de los entrevistados dice vender la totalidad de los vinos que produce, o los que desean vender (81 %). La venta en bodega y en la región (para restaurantes, vinotecas, hospedajes, etc.) es el canal más común de comercialización (40 %), aunque, en algunos casos, las ventas se extienden a otras provincias (principalmente Buenos Aires), o se realizan por internet. El vínculo entre comercialización y turismo es muy importante y se destaca en los emprendimientos ubicados en los valles turísticos. Casi no se registran experiencias de exportación de vinos y, cuando estas ocurrieron, encontraron dificultades y tuvieron poca continuidad.

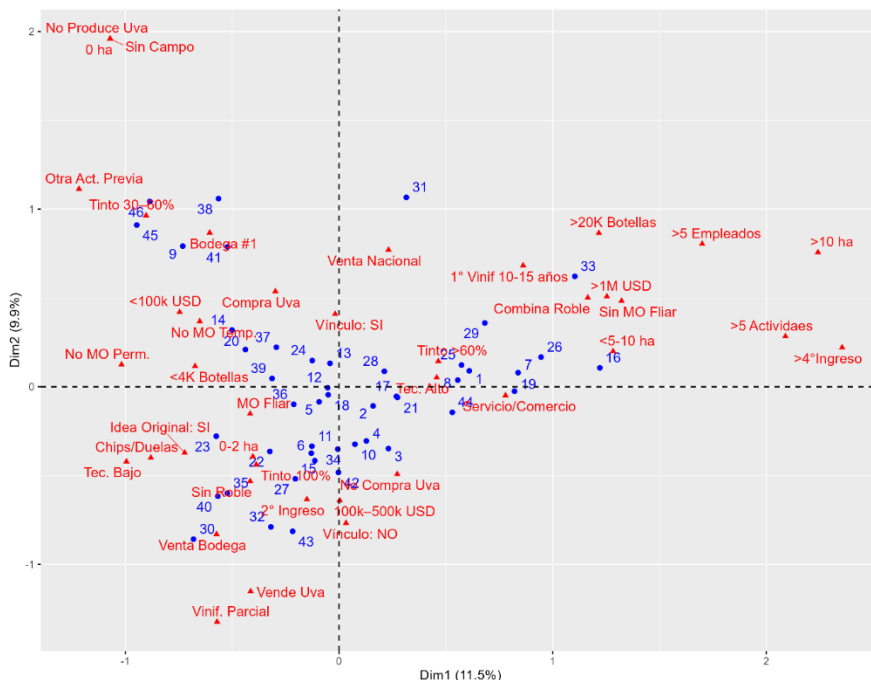
Otro aspecto importante tiene que ver con la magnitud de las inversiones realizadas, incluyendo tierra, viñedos e infraestructura. Si bien no en todos los casos resulta sencillo valorar las inversiones realizadas, la mayoría de los entrevistados dicen haber invertido menos de 500.000 dólares (70 %), aunque, en la quinta parte de los casos, las inversiones superan el millón de dólares (21 %). Solo el 22 % manifiesta estar obteniendo ganancias (en algunos casos, esta es mínima) y un porcentaje algo menor reporta estar en una situación de equilibrio, donde algunos años ganan y otros pierden (18 %). Casi dos tercios de los entrevistados señalaron que la vitivinicultura no les resulta sustentable económicamente (60 %). A menudo, las otras actividades económicas del establecimiento (organización de eventos, hospedaje, venta de lotes, etc.) o flujos externos de dinero contribuyen a equilibrar las cuentas (ver Tabla 3).

Tabla 3. Características socioproductivas de los nuevos vitivinicultores de la provincia de Córdoba

Variable	Codificación	Frecuencia
Número de actividades económicas	solo bodega	10 (21 %)
	2 o 3	26 (56 %)
	3 o 4	9 (19 %)
	más de 4	2 (4 %)
Lugar que ocupa la producción de vino entre los rubros del establecimiento	primero	30 (64 %)
	segundo	11 (23 %)
	tercero	5 (11 %)
	cuarto o más	1 (2 %)
Número de botellas/año	< 4.000	16 (34 %)
	4.001-12.000	20 (43 %)
	12.001-20.000	7 (15 %)
	> 20.000	4 (9 %)
Número de empleados permanentes	no tiene	10 (21 %)
	1 o 2	21 (45 %)
	3 a 5	11 (23 %)
	más de 5	5 (11 %)
Contrata empleados temporarios	sí	33 (70 %)
	no	14 (30 %)
Otros ingresos económicos	sí	47 (100 %)
	no	0 (0 %)
Vende todo el vino que produce	sí	38 (81 %)
	no	9 (19 %)
Dónde vende	no vende	5 (11 %)
	solo en bodega	8 (17 %)
	bodega, región	19 (40 %)
	bodega, nación	15 (32 %)
Inversión (tierra + viñedo + instalaciones)	< 100.000	17 (36 %)
	100.001-500.000	16 (34 %)
	500.000-1.000.000	4 (9 %)
	> 1.000.000	10 (21 %)
La venta de vino genera ganancias	no	27 (64 %)
	equilibrio	8 (18 %)
	sí	8 (18 %)

Fuente: elaboración propia a partir del trabajo de campo.

Por otra parte, se efectuó un análisis de correspondencias múltiple, que permitió realizar una lectura diferente. El análisis aplicado explicó el 11,5 % y el 9,9 % de la inercia total en las dimensiones 1 y 2, respectivamente. Aun cuando los porcentajes de varianza son modestos, lo cual es habitual en el análisis de datos categóricos complejos (Greenacre, 2016), las dos primeras dimensiones revelan contrastes estructurales claros entre EdV. A continuación, se describen los perfiles extremos de cada eje, identificados a partir de las categorías que ofrecen mayores contribuciones (véase Figura 2).

Figura 2. *Biplot* del análisis de correspondencias múltiples

Fuente: elaboración propia. Nota: La Figura muestra cómo se relacionan las diferentes categorías de las variables estudiadas (en rojo, las más importantes) y los vitivinicultores (en azul), para las dos primeras dimensiones, las que explican un 11,5 % y un 9,9 % de la variabilidad total de los datos.

A la derecha del Eje 1, se observa un perfil de EdV que desarrollan más de cinco actividades económicas. Según el orden de importancia económica, la elaboración de vinos no es la fuente de ingresos más importante del emprendimiento, lo que indica que otras actividades tienen un peso mayor en su estructura financiera (restaurante, hospedaje, eventos, loteos, etc.). Poseen más de cinco hectáreas de viñedos, cuentan con más de cinco empleados permanentes y manejan un nivel de inversión superior al millón de dólares. Su producción supera las 20.000 botellas por año y no asignan (o asignan muy poca) mano de obra familiar a la producción primaria o industrial. Por lo general, utilizan barricas de roble y realizaron su primera vinificación comercial entre 10 y 15 años atrás. Los casos con mayor peso en este perfil son los números 33, 16, 26, 7, 19, 29, 25 y 1.

En contraposición, en el extremo superior izquierdo del Eje 1, se encuentran los EdV que no tienen campo propio y que no producen uvas. En su mayoría, su actividad corresponde a profesionales independientes. A diferencia del primer grupo, no cuentan con empleados permanentes o temporarios. Producen menos de 4.000 botellas/año y, en general, la elaboración de vinos representa la única actividad económica del emprendimiento. Para estos casos, la proporción de vinos tintos con relación al total alcanza o supera el 60 % y su inversión fue menor a los 100.000 dólares.

Los EdV que mejor representan este grupo corresponden a los casos 46, 45, 9, 38 y 41.

El Eje 2, en el extremo inferior izquierdo de la Figura, muestra principalmente a los EdV que cuentan con superficies menores a 2 ha, que vinifican sólo parte de la uva que producen y venden el resto. Estos productores, cuyo nivel tecnológico suele ser bajo, aportan roble a sus vinos a partir de la incorporación de chips o duelas y venden los productos en la propia bodega o localmente. Estos vitivinicultores están mejor representados por las posiciones 23, 40, 30, 35, 22 y 32.

Los establecimientos ubicados cerca del origen del *biplot* exhiben un perfil intermedio, con superficies moderadas a bajas (0 a 5 ha), dos a tres actividades económicas, e inversiones y volúmenes de producción medios. Al no desviarse de forma marcada en ninguno de los ejes, representan al productor “promedio” del conjunto. Los casos 5, 12, 13, 18, 2, 28 y 17 son los que mejor representan esta situación.

Cabe mencionar que los resultados aquí presentados constituyen una “foto” de la situación existente en el momento en que se realizó el trabajo de campo. Pero se constató una realidad altamente dinámica, donde los EdV están poniendo a punto los procesos de producción y elaboración e incorporando nuevas tecnologías a fin de ajustar su oferta de vinos según sus propios gustos, las propiedades de los *terroirs* y el interés de los consumidores.

5. Discusión

A continuación, se discuten algunos de los aspectos más importantes, agrupados en tres subsecciones: (i) aspectos destacados, (ii) las principales estrategias y (iii) la vitivinicultura y el contexto.

5.1. Aspectos destacados

a) Escala productiva. Uno de los aspectos centrales de esta nueva vitivinicultura es la pequeña escala, lo que difiere con las grandes escalas productivas observadas en las provincias tradicionales: en Córdoba, existen 244,2 ha de viñedos, lo que contrasta con las 142.785 ha de Mendoza. Esto se correlaciona también con la cantidad y el tamaño promedio de los viñedos: 103 y 2,4 ha para Córdoba y 14.593 y 9,8 ha para Mendoza. La expansión del área plantada con vides en Córdoba desde el 2000 (86,8 ha) representa el 75 % de las vides existentes en la provincia. Pero, como bien se señala más arriba, este crecimiento ha sido algo contradictorio, ya que, entre 2005 y 2024, se perdieron 75 viñedos (se pasó de 178 a 103) (INV, 2025). Pero la eliminación de viñedos no se produjo de forma uniforme en toda la provincia, sino preferentemente en aquellas regiones donde el costo de oportunidad de la tierra era mayor (ya sea para uso productivo o inmobiliario), o donde las condiciones de producción se han visto más comprometidas durante los últimos años, como ocurre por ejemplo en Colonia Caroya. El avance de la agricultura de *commodities* y sus impactos ambientales y productivos

(contaminación o efectos nocivos de los herbicidas hormonales), sumada a la expansión inmobiliaria que responde a la demanda de pobladores de las grandes ciudades que buscan proyectos de vida diferentes, representan dos de las fuerzas que han contribuido a la eliminación de viñedos y otras producciones frutihortícolas en áreas cercanas a la ciudad de Córdoba. Colonia Caroya se ha visto muy afectada, producto de un crecimiento poco planificado, desregulado, y donde se manifiesta una gobernanza débil con baja capacidad de planeamiento y control efectivo (Giobellina, 2018; Ruggia y Occhionero, 2019).⁷

b) Impacto territorial. Como se indica en el ítem anterior, la escala económica-productiva de la nueva vitivinicultura de Córdoba presenta una relevancia mucho menor, en comparación con las provincias tradicionales (por ejemplo, Mendoza). Por otra parte, su incorporación al espacio territorial cordobés entra en conflicto con otras producciones agropecuarias de larga tradición y muy bien establecidas, como lo es, por ejemplo, la agricultura de *commodities* granarios. Aquí, nos referimos, por ejemplo, al efecto negativo que tienen sobre las vides los herbicidas hormonales de amplio uso en la agricultura (Rossouw *et al.*, 2021). Según el último Censo Nacional Agropecuario, sumando el área destinada a cereales y a oleaginosas, en Córdoba, se siembran más 6.700.000 ha (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021). Los ingresos que generan estos cultivos vía derechos de exportación (tanto a escala nacional como provincial) permiten la entrada de divisas a un país con problemas crónicos de balanza comercial y de restricción externa (Bona, 2021). Si a esto se suma el poder y la capacidad de *lobby* que muestra este sector a través de sus organizaciones (como la “Mesa de Enlace”), su relevancia económica y política está fuera de la discusión (Cuenca, 2024). No obstante, y a pesar de las enormes asimetrías de poder existentes, vale mencionar que muchos de los EdV de la nueva vitivinicultura cordobesa provienen de sectores económicos con buena llegada a las esferas políticas provinciales. Si bien la provincia está realizando acciones que promueven la vitivinicultura con relación al enoturismo, no se observan avances concretos en lo que respecta a los efectos negativos de los herbicidas hormonales, lo que constituye una limitante importante a la producción vitivinícola, sobre todo en Colonia Caroya y Calamuchita.

c) Producción de uvas y elaboración de vino. Otro aspecto que surge del trabajo de campo es que se desdibuja la linealidad “tierra => viñedo => bodega => vino => mercado”. Algunos no tienen campos propios y compran la totalidad de las uvas requeridas. Otros tienen viñedos, pero puede ocurrir que, por distintos motivos, las uvas producidas sean insuficientes (por escasa superficie, problemas productivos, etc.), o que no respondan a las características deseadas y, por lo tanto, compran a otros productores de Córdoba o, incluso, de otras provincias. En contraste, algunos producen más uva de la que necesitan y abastecen a otros elaboradores. No existen patrones fijos, ya que algunos productores compran uva un año y venden parte de su producción el año siguiente. Y, por último, otros EdV no tienen ni viñedos ni

bodega y compran toda la uva requerida y encomiendan la elaboración de sus vinos a terceros. También se registraron unos pocos casos de compra-venta de vino sin etiquetar o a granel. En general, ningunos de estos arreglos son estables, ya que varían y se renegocian cada año. Este tipo de comportamiento es muy común en la industria. Rodolfo Richard-Jorba (1998) ya lo observaba cuando describía el modelo agroindustrial vitivinícola de Mendoza, para el periodo 1850-1900. Y más recientemente, Susana Gordillo (2015) menciona la flexibilidad de compra-venta de uvas y vinos según las necesidades coyunturales de la industria.

d) Comercialización. La coyuntura actual presenta un escenario de retracción de la demanda (Vinetur, 2025). A nivel global, se observa una caída sostenida del consumo desde 2017 (International Organisation of Vine and Wine, 2024) y, en Argentina, el consumo cayó casi 27 % entre 2013 y 2023 (INV, 2024). Cabe preguntarse cómo podría afectar esta situación a los vinos de Córdoba. La demanda de los vinos cordobeses no ha sido estudiada aun, pero algunos la asocian fundamentalmente con la actividad turística doméstica (Lenta, 2021; Marengo *et al.*, 2021; Colmenarejo, 2023) y destinada al consumo local o regional y a algunos “nichos” nacionales. Sin embargo, y a pesar de la retracción de la demanda, pareciera que cada vez existen más personas interesadas en producir sus propios vinos. Y esto es válido no solo para Córdoba, sino también para Argentina y otros lugares del mundo, donde se expanden las fronteras vitivinícolas, o se comienza a producir en regiones o lugares⁸ no tradicionalmente vinculadas al vino (Neiman, 2017; Oliva-Oller, 2021; Mizik y Balogh, 2022; Braticevic, 2023). En este contexto complejo, sumado al impacto que podría tener la crisis económica nacional que afecta al consumo y al turismo internos y las incertidumbres derivadas de los escenarios de cambio climático (Cabré *et al.*, 2016; Straffelini, 2023), cabría preguntarse cuáles son las mejores estrategias a implementar para sostener la actividad al mediano y largo plazo.

Si bien la mayoría de los entrevistados afirma que está pudiendo vender todo el vino que produce (apreciación esta algo relativa ya que, en el caso del vino, siempre se puede argumentar que se está añejando una parte),⁹ no todos tienen las mismas oportunidades para la colocación de sus productos. Aquí, el tema del incremento de la escala adquiere una dimensión importante, ya que permite disminuir costos fijos y lograr precios más competitivos. Pero, al mismo tiempo, podrían aumentar los problemas de comercialización, ya que deberían colocar una mayor cantidad de unidades en el mercado. A la falta de información precisa sobre el tamaño de la demanda, se suma que (i) muchos de los entrevistados están pensando en expandir su producción, (ii) continuamente se están incorporando nuevos EdV al escenario vitivinícola provincial, y (iii) todavía no han entrado en producción plena algunos emprendimientos que cuentan con superficies de viñedos superiores a la media actual. Es decir, que es esperable que la oferta de vinos cordobeses se incremente significativamente en los próximos años, lo que podría generar (o incrementar) problemas para su comercialización.

e) Sustentabilidad económica. La mayoría de los entrevistados señalaron que sus emprendimientos no son sustentables económicamente, aunque manifiestan que van a alcanzar el “equilibrio”, en un periodo variable que va de entre tres y cinco años. Respaldan su predicción, fundamentalmente en una cuestión de escala productiva. El supuesto del que parten es que, al aumentar la cantidad de uvas disponibles y procesadas (es decir, mayor cantidad de botellas), disminuirían los costos/botella y aumentarían los ingresos, logrando así la sustentabilidad económica. Pero este análisis podría ser algo lineal ya que se apoya en presupuestos de difícil valoración en el tiempo presente, sobre todo en escenarios de alta volatilidad ambiental, económica y política. Por ejemplo: (i) ¿cómo se consideran las marcadas variaciones en el rendimiento productivo de los viñedos, vinculadas a factores naturales tales como heladas, lluvias en periodos de precosecha o cosecha, plagas, etc.?; (ii) ¿cómo evolucionará el problema del daño que los herbicidas hormonales están causando a algunos viñedos de la provincia?; (iii) ¿cómo se valora a futuro la ecuación costos productivos (insumos, máquinas y mano de obra) en relación con los ingresos directos generados por cada emprendimiento (venta de vinos, visitas guiadas, etc.)?; y (iv) ¿podrá el mercado absorber una cantidad creciente de botellas de vinos cordobeses “de nicho”, en un escenario económico de crisis, sin que esto afecte los precios de venta debido a la competencia entre EdV? Pero el incremento de la escala productiva no es el único camino elegido por los EdV de la provincia.

f) La diferenciación. En vez de apostar al incremento de escala, otros están buscando diferenciar sus productos de los producidos por otros EdV (aunque algunos buscan complementar ambos caminos). Aquí, se destaca: (i) la identificación de nichos de diferenciación para sus productos vinícolas; y (ii) la construcción de “narrativas” (Hazel, 2007) específicas de distinción y posicionamiento.

La búsqueda de nichos de diferenciación que distingan los vinos producidos por cada vitivinicultor parece ser de creciente interés entre los entrevistados. Es decir, ya no alcanzaría solo con producir vino, sino que se empieza a prestar atención a las características que ese vino debería tener y cómo podría destacarse en un contexto de oferta creciente. La identificación de nichos propios parecería centrarse en torno a la búsqueda de nuevas cepas, no utilizadas o poco utilizadas por otros viticultores de la provincia.¹⁰ Esta parecería ser la causa de la sorprendente proliferación de variedades identificadas durante el trabajo de campo. Si bien las cepas tradicionales siguen siendo las más utilizadas (malbec, cabernet sauvignon y sauvignon blanc), actualmente, los vitivinicultores cordobeses tienen implantadas 27 cepas diferentes. Pero no siempre esta conducta persigue la diferenciación y la búsqueda de un “nicho propio”, sino que también está guiada por la mera curiosidad o el gusto de los vitivinicultores. Es válido señalar que las características productivas o enológicas de algunas de estas cepas no siempre se adecuan a los contextos productivos en los que se implantan. También es preciso considerar que la excesiva diversificación de cepas en

emprendimientos de pequeña escala puede implicar complicaciones en los procesos de elaboración de los vinos, o en la gestión del emprendimiento, ya que las cepas maduran en fechas diferentes, o porque cada cepa requiere atenciones productivas o enológicas distintas. Sobre todo, teniendo en cuenta que muchas de ellas se producen a muy baja escala, ya que la superficie promedio del área plantada es de 3,5 ha y el número promedio de cepas implantadas para cada caso es de 5,2. Por otro lado, si bien la implantación de cepas no tradicionales puede significar una diferenciación con los otros EdV, también podría afectar la elección de los consumidores, ya que pueden ser desconocidas para muchos de ellos.

Otras acciones que buscan la diferenciación tienen que ver con las “narrativas” que cada uno construye en torno a sus vinos. Y aquí entramos a un campo bastante más subjetivo, pero no por ello menos importante. Es decir, ¿por qué “mi vino” es importante y se distingue o es mejor que otros del mercado? Según lo observado durante el trabajo de campo, este es un aspecto poco trabajado por los entrevistados. Pareciera ser que la mayor parte del esfuerzo se focaliza en el viñedo y en la elaboración del vino y todo lo demás no ocupa un lugar tan importante. Sin embargo, algunos de los entrevistados sí están prestando atención a este aspecto y están construyendo narrativas que buscan distinguir, diferenciar y posicionar mejor sus productos con respecto a los del resto.

5.2. *Las principales estrategias*

La valoración y el análisis de la información presentada en las Tablas 1, 2 y 3 y en el análisis multivariado permiten identificar algunas estrategias, que ayudan a diferenciar a los EdV de Córdoba en dos categorías principales. En primer lugar, los pequeños vitivinicultores. Son productores familiares con estructuras productivas “livianas”, es decir, que demandan baja inversión y mantenimiento y que responden a estructuras económicas poco (o no) diversificadas, donde las tareas de gerenciamiento, gestión y coordinación son más sencillas. Aquí, se encuentran dos subtipos diferentes.

El primer subtipo se corresponde con productores familiares tradicionales que ya estaban vinculados a la vitivinicultura, pero que, por distintos motivos, sus familias habían discontinuado la actividad. Quienes están ahora al frente de los emprendimientos han recuperado las viejas instalaciones vitivinícolas, o las han reorientado, realizando bajas inversiones. Por su historia, muestran un fuerte vínculo con la tierra y un sentido de pertenencia al territorio y se reconocen como guardianes de una herencia familiar vinculada a lo agropecuario y al vino.¹¹ En general, disponen de viñedos pequeños, elaboran el vino en bodegas propias, con tecnología básica, utilizan casi exclusivamente mano de obra familiar (algunos venden mano de obra o servicios a terceros) y comercializan sus vinos fundamentalmente en bodega, a clientes recurrentes, a veces en damajuanas de cinco litros, o en botellas sin etiquetar, como estrategias tendientes a disminuir costos. También suelen vender uva a otros EdV. Algunos disponen de una especie de “bodega de garaje” de baja

inversión, donde el eje está puesto en el placer de elaborar sus propios vinos, destinados al consumo familiar y a un público local. Aquí, se encuentran principalmente los EdV ubicados en el extremo inferior izquierdo de la Figura 2.

Los incluidos en el segundo subtipo suelen no disponer de viñedos o bodegas propias. Por lo tanto, elaboran sus vinos utilizando uvas o instalaciones de terceros. Este constituye un aspecto interesante para destacar de la nueva vitivinicultura cordobesa, ya que desafían la idea de que, para poder elaborar vinos, se requiere disponer de viñedos o bodega. En general, no contratan empleados permanentes. Los que no tienen viñedos no inmovilizan capital por la compra de tierras e implantación de las vides y tampoco tienen que esperar varios años hasta que las viñas entren en producción. Tampoco corren los riesgos productivos asociados a la producción de uvas (fungosis, heladas, toxicidad por herbicidas, etc.) y procuran comprar uvas que estén en línea con el tipo y la calidad de vino que quieren producir. El no asignar recursos a la construcción de bodegas que demandan inversiones difíciles de amortizar les da la libertad de elegir la bodega que mejor se adecua a sus intereses. Incluso, pueden realizar acuerdos anuales diferentes, hasta encontrar el perfil de bodega que responde mejor a sus necesidades, o al tipo de vino que quieren realizar cada año. Estos EdV están mejor representados por posiciones del extremo superior izquierdo de la Figura 2.

A pesar de las diferencias observadas entre los dos subtipos, todos comparten la idea de desarrollar emprendimientos con baja exposición al riesgo, donde los niveles de inversión en activos y los gastos corrientes son bajos. Asimismo, cabe destacar que no priorizan la vinculación con el turismo. Esto puede deberse a que no poseen viñedos o bodegas propias, a que pueden no estar ubicados en zonas turísticas importantes, o a que no están dispuestos a asignar tiempo y mano de obra a esta actividad. Cabe destacar un aspecto importante: la mayoría de los EdV que dicen estar obteniendo ganancias (aunque en algunos casos pequeñas) pertenecen a alguno de estos dos subtipos. Sin embargo, vale mencionar que algunos de ellos se encuentran en una posición de alta vulnerabilidad económica, ya que no disponen del capital o de los recursos necesarios que operen como un respaldo efectivo ante crisis socioeconómicas o productivas importantes, especialmente si estas se encadenan en un corto periodo de tiempo.

Por otro lado, identificamos a EdV con un perfil más empresarial, que han diseñado estructuras económicas más “pesadas” y complejas. Lo primero hace referencia a inversiones importantes, que requieren mayores costos operativos, de mantenimiento y de amortización y, lo segundo, a que la elaboración de vino suele estar articulada con otras actividades económicas internas al emprendimiento, lo que demanda mayores esfuerzos de articulación, gerenciamiento y coordinación.

Son vitivinicultores que han realizado fuertes inversiones iniciales en capital y tecnología (es decir, tierra, viñedos y bodega), que buscan producir

vinos de alta calidad enológica y que ven en el enoturismo a un socio clave en su plan de negocios. En general, no tenían vínculos previos con la vitivinicultura y provienen de distintos tipos de actividades económicas, que es donde se originan los capitales que asignan a la actividad. En comparación con las provincias vitivinícolas tradicionales, producen a escalas muy bajas, pero, al mismo tiempo, bastante superiores a las del tipo anterior. Si bien pueden asignar algo de mano de obra familiar a sus emprendimientos, dependen fundamentalmente de la contratación de mano de obra permanente y temporaria. Su nivel tecnológico es alto (o mediano) y aspiran a mejorar o ampliar sus establecimientos, tanto en lo que respecta a la vitivinicultura, como a la incorporación de nuevas actividades económicas.

Sus explotaciones no se focalizan exclusivamente en la producción de vinos, sino que tratan de articular con otras actividades económicas, vinculadas de una manera directa o indirecta, muchas de ellas relacionadas al enoturismo (visitas guiadas, caminatas, cabalgatas, catas, hospedajes, restaurantes, venta de servicios de bodega u organización de eventos especiales). A diferencia de aquellos que no disponen de bodega, estos tienen la ventaja de poder optimizar los procesos de elaboración de sus vinos, ya que pueden elegir el momento óptimo de cosecha y no tienen que afrontar complicaciones operativas que pueden aumentar los costos, o incidir en la calidad de las uvas (por ejemplo, fletes). Para quienes disponen de bodegas con infraestructura ociosa, la elaboración de vinos con uvas de terceros representa una oportunidad económica importante. En muchos casos, el pago se hace a fasón (aunque también existen otros acuerdos económicos), lo que representa una fuente de ingreso adicional para los bodegueros. Quienes reciben este tipo de pago obtienen beneficios adicionales, ya que pueden: (i) usar esos vinos para cortes o *blends* de vinos propios; (ii) ofrecer al mercado vinos elaborados con cepas que ellos no cultivan; (iii) ampliar su escala sin correr con los costos o riesgos que implica la producción primaria; y (iv) lograr una mejor amortización de la infraestructura disponible en la bodega.

Sus estrategias comerciales trascienden lo local y buscan colocar sus vinos en mercados provinciales o nacionales (vinerías especializadas en productos “de nicho”, restaurantes y hoteles). Como bien describe Bárbara Altschuler (2012) para el caso de Mendoza, son productores que buscan una mayor exposición mediática a fin de hacer conocer sus emprendimientos al turismo, o que forman parte de lo que se conoce como “Los Caminos/Rutas del Vino” (Braticevic, 2023; Colmenarejo, 2023; Santoni *et al.*, 2023; Petz, 2024). Asimismo, prestan atención a las redes sociales como un medio efectivo para difundir sus actividades o productos. Algunos de los incluidos en esta tipología han logrado elaborar narrativas específicas (o lo están intentando), a fin de distinguir sus propuestas de las de otros EdV, ya sea por cómo construyen la idea de “calidad” en torno a sus vinos, pero también por cuestiones vinculadas a representaciones o planos subjetivos y simbólicos, que buscan destacar a sus vinos como “especiales”. Sus enfoques, la lógica sobre la que se asientan sus actividades y el tipo de productos que ofrecen

podrían enmarcarse en lo que Altschuler (2012) conceptualiza como “vitivinicultura *gourmet*”, o lo que (Chazarreta, 2013; Santos, 2020) describen como “bodegas *boutique*”, conceptos estos que implican encanto, estilo y *glamour* y expresan lo *cool* de los vinos argentinos (Zucca y Stein, 2005). Los EdV de este grupo comparten algunas de las características descriptas y dependen en gran medida del enoturismo. A tal fin, tratan de generar eventos que representen “experiencias únicas” para los visitantes, donde el vino no es el único objeto de consumo, sino un instrumento conducente a estimular el consumo de otros productos o servicios que ofrecen los establecimientos. Como bien los destacan otros estudios sobre enoturismo y *gourmetización* del vino para Mendoza, la venta de “experiencias” a los visitantes puede llegar a resultar más importante que el vino en sí (Torres *et al.*, 2018).

Los vitivinicultores incluidos en esta tipología están mejor representados en el extremo superior derecho del análisis multivariado. Sin embargo, existen heterogeneidades importantes, ya que algunos presentan un perfil más transicional, compartiendo algunas de las características que distinguen a la primera tipología, como, por ejemplo, los ubicados hacia el centro del *biplot* (véase Figura 2).

5.3. La vitivinicultura en contexto

Como se señala más arriba y al igual de lo que ocurre en Mendoza (Azpiazu y Basualdo, 2001; Altschuler, 2012; Chazarreta, 2013; Heredia y Poblete, 2013; Staricco, 2018), en Córdoba, también se observan dos abordajes diferentes a la actividad vitivinícolas. Pero, además, se identifican importantes diferencias productivas y socioeconómicas. Si bien la vitivinicultura *gourmet* del Valle de Uco (Altschuler, 2012) ha logrado un gran reconocimiento nacional e internacional, también está generando problemas sociales, económicos, ambientales y políticos (Montaña *et al.*, 2005; Montaña, 2008; Altschuler, 2012; Neiman, 2017; Barzola-Elizagaray y Engelman, 2020).

Entre las diferencias, se puede señalar que la nueva vitivinicultura cordobesa está basada casi exclusivamente en el aporte de capitales nacionales. Tampoco se observan grandes procesos de concentración de tierra y agua como los visualizados en Mendoza. Esto se ve más claramente con respecto a la concentración de la tierra, ya que una sola de las grandes bodegas de Mendoza tiene varias veces más hectáreas de viñedos que toda la provincia de Córdoba (por ejemplo, Salentein dispone de más de 1.000 ha y el grupo Peñaflor supera las 3.200 ha). Si bien el consumo de agua en los viñedos de Córdoba es muchísimo menor que el de Mendoza, aquí el análisis entra en un campo de mayor incertidumbre, ya que la mayoría de los viñedos cordobeses están en zonas con baja disponibilidad hídrica, donde el riego depende de acuíferos cuyo potencial y sustentabilidad a mediano plazo se desconoce. Este es un aspecto que podría ser preocupante, sobre todo en contextos de cambio climático como el actual, sumado al hecho de que la actividad se encuentra en franca expansión.

Por otra parte, en Córdoba no se observa aún la emergencia de una burguesía vitivinícola con fuerte poder económico y político, como ocurre en Mendoza (Chazarreta, 2013; García, 2022a), ni tampoco procesos de “premiumización” de vinos para exportación (Anderson y Nelgen, 2021). Esto último seguramente tiene que ver con que la industria cordobesa todavía es muy joven y no puede competir con vinos de alta gama, además de que no disponer de la escala necesaria como para poder acceder a mercados externos.

Otro elemento diferencial es que, al menos por ahora, no es posible hablar de modelos de acumulación claramente identificables. A diferencia de lo que ocurre en la vitivinicultura mendocina (García, 2022a, 2022b), la mayoría de los EdV cordobeses no están obteniendo ganancias o, si las obtienen, no son significativas o sostenidas en el tiempo. Como se señala más arriba, y en contra de lo que se podría presuponer, son algunos de los pequeños productores los que están obteniendo ganancias. Pero, en estos casos, registran ganancias inferiores a las que esperarían obtener los emprendimientos empresariales.

No es el objetivo de este artículo analizar las razones de la baja o nula rentabilidad de la nueva vitivinicultura cordobesa. Pero se podría especular en torno a cuestiones que tienen que ver con: la baja escala productiva; la necesidad de poner a punto una actividad que no existía previamente en la mayoría de las regiones en las que hoy se produce vino; la escasa o nula experiencia previa de los nuevos EdV; las desventajas comparativas en lo que respecta a producción de uvas y elaboración de vinos en relación con las provincias tradicionales; la casi inexistente infraestructura de apoyo técnico oficial y de servicios disponible en la provincia; o al bajo impacto económico de esta actividad con relación a otras producciones agropecuarias (los *commodities* granarios), lo que se traduce en un escaso interés y apoyo político por parte del gobierno.

Finalmente, resulta necesario analizar de qué manera el nuevo contexto económico y político argentino podría influir en la actividad. Aquí, hay dos aspectos que se podrían considerar: las políticas nacionales y el contexto internacional. Cabe especular acerca del posible impacto que podrían tener las políticas de apertura de importaciones, como la vigente actualmente en Argentina (Decreto 779/2024).¹² Especialmente, preguntarse cómo podría impactar la importación de vino, a quiénes y de qué forma, y en el comportamiento de los consumidores cuando tengan acceso, por ejemplo, a vinos italianos, franceses o españoles, a precios accesibles. Además, habría que considerar de qué modo la actual guerra de aranceles iniciada por EE. UU. podría afectar a la industria del vino argentino. Será necesario considerar también el impacto indirecto de las nuevas políticas en la vitivinicultura nacional o cordobesa. Acciones tales como el posible cierre de la COVIAR (bajo discusión en estos momentos)¹³ podría tener efectos negativos para los pequeños productores, ya que no tendrían acceso a las medidas de fomento desde allí impulsadas. Por otra parte, al ser la vitivinicultura una actividad altamente dependiente de la ciencia y la

tecnología (Olguín, 2023a; Van den Bosch y Alturria, 2023), habría que considerar cómo el desfinanciamiento de organismos tales como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria –INTA–, Instituto Nacional de Tecnología Industrial –INTI–, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas –CONICET–, o las universidades nacionales, podría afectar a la actividad. De nuevo, aquí, son los más pequeños los que podrían verse afectados, ya que las grandes empresas disponen de sus propios equipos de investigación (por ejemplo, Catena Zapata o Grupo Peñaflor). Finalmente, y poniendo el foco en Córdoba, habría que considerar cómo el nuevo contexto económico podría afectar a las actividades extravitivinicultura de los titulares de los emprendimientos cordobeses, ya que es de las ganancias obtenidas en estas otras actividades de donde provienen gran parte de los capitales que se invierten en la vitivinicultura.

6. Conclusiones

En Córdoba, se identifica la emergencia de nuevos actores sociales en la trama agropecuaria provincial, vinculados a lo que se podría conceptualizar como la nueva vitivinicultura cordobesa. Si bien esta provincia tiene una larga historia vinculada al vino, la nueva vitivinicultura presenta aristas diferenciales con respecto a la dominante en el siglo pasado, ya que, como tendencia general, busca situarse dentro de lo que se conoce como vitivinicultura *gourmet* o *boutique* y se enmarca en lo que se conceptualiza como enoturismo (Schlüter y Norrild, 2015; Torres *et al.*, 2018; Santoni *et al.*, 2023).

A pesar del crecimiento explosivo observado durante las últimas dos décadas, todavía no es posible describir a la nueva vitivinicultura cordobesa como una actividad consolidada, con identidad o perfil propio, ya que se encuentra en un periodo temprano de su desarrollo. Tampoco es posible identificar un modelo de acumulación que permita el desarrollo de la actividad, a partir de los propios recursos económicos que genera. A diferencia de lo que ocurre en Mendoza, donde se observan dos modelos de acumulación claros y contrastantes, que dejan entrever conflictos y confrontación de intereses, en Córdoba, estas disputas no se expresan claramente. Aquí, la actividad pareciera estar vinculada con dos tipos de situaciones: (i) emprendimientos con perfiles empresariales que dependen fuertemente del aporte de capitales provenientes de las actividades económicas extravitivinicultura que desarrollan quienes los gerencian (industria, comercio, servicios o agricultura) y que han desarrollado estructuras económicas más pesadas, complejas y rígidas; y (ii) pequeños productores que dependen menos de capitales externos a la actividad y que responden a estrategias más conservadoras, con emprendimientos con baja inversión de capital y que se apoyan en estructuras más livianas, simples y flexibles.

Tampoco se observa un impacto territorial importante, ya que la nueva actividad ocupa un lugar muy marginal dentro de la estructura del sector agropecuario cordobés. Si bien algunos de los EdV son empresarios importantes de la provincia y pueden dialogar con las autoridades provinciales, hasta ahora, solo han logrado ser escuchados en espacios vinculados al enoturismo, o con el fomento de la actividad a través de auspicios o apoyos económicos puntuales. Otras cuestiones que tienen que ver con conflictos de intereses con el sector que representa a la agricultura de *commodities* granarios (por ejemplo, los daños causados por el uso de herbicidas hormonales), continúa aun sin solución y no se han implementado acciones efectivas de parte del Estado provincial.

Si bien no se visualiza una estrategia de acumulación derivada de la actividad vinícola, cabe preguntarse: ¿es la producción de vino, como actividad económica, el eje central de estos nuevos emprendimientos?, ¿es esta una estrategia económica que permite canalizar capitales excedentes provenientes de otras actividades?, ¿es el vino el factor convocante que permite desarrollar y tornar viables otras actividades económicas relacionadas principalmente con el turismo enológico, la gastronomía, los hospedajes rurales o los negocios inmobiliarios?, ¿es el rédito económico lo que realmente buscan los nuevos vitivinicultores?, o ¿existen otras motivaciones?

Finalmente, será necesario observar cómo se desarrolla la vitivinicultura cordobesa en los próximos años, en el marco de contextos productivos, económicos y políticos más generales. Esto incluye lo referido a las transformaciones internas a cada establecimiento, los desafíos del cambio climático global y los impactos que podrían causar las transformaciones que se están produciendo tanto en la economía nacional como en el contexto internacional.

7. Agradecimientos

Agradecemos muy especialmente a todos los actores sociales que participaron de esta investigación, quienes compartieron generosamente sus conocimientos y experiencias durante el trabajo de campo. Asimismo, valoramos el financiamiento proporcionado por CONATURAR, Redes Federales de Alto Impacto (2023-102072649-APN-MCT) y el apoyo institucional del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas –CONICET– y de la Universidad Nacional de Córdoba –UNC–. Finalmente, hacemos llegar nuestro agradecimiento a la Dra. Carla Gras por sus valiosos aportes y comentarios en una versión preliminar del manuscrito.

8. Referencias

Altschuler, B. (2012). Fronteras sociales y asimetrías en la vitivinicultura mendocina actual. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 9(68), 151-175.

Altschuler, B. (2014). Disputas y fronteras sociales en la configuración actual de la vitivinicultura mendocina. Aportes de la sociología figuracional de Norbert Elias. *Revista Prácticas de Oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*, (14), 1-20.

Anderson, K. y Nelgen, S. (2021). Internationalization, premiumization and diversity of the world's winegrape varieties. *Journal of Wine Research*, 32(4), 247-261. <https://doi.org/10.1080/09571264.2021.2012444>

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2001). *El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones*. Comisión Económica para América Latina.

Barzola-Elizagaray, P. y Engelman, A. (2020). La vitivinicultura en Mendoza desde 1990: Entre la globalización y el desarrollo regional. *Íconos*, (66), 191-212. <https://doi.org/10.17141/iconos.66.2020.3890>

Bona, L. (2021). La restricción externa y el sector agroexportador en la Argentina en las primeras dos décadas del siglo XX. *Ensayos de Economía*, 31(59), 62-88.

Braticevic, S. (2023). Desarrollo de la producción vitivinícola en Jujuy, Argentina. Promoción de la "Ruta del Vino" de extrema altura y viñedos de los Valles Templados. *Geofronter*, 8, 1-21. <https://doi.org/10.61389/geofronter.v8.7260>

Cabré, M. F., Quéñol, H. y Nuñez, M. (2016). Regional climate change scenarios applied to viticultural zoning in Mendoza, Argentina. *International Journal of Biometeorology*, 60, 1325-1340. <https://doi.org/10.1007/s00484-015-1126-3>

Cáceres, D. M., Tapella, E. y Cabrol, D. (2025). Métodos de investigación interdisciplinaria, participativa y multisectoral para estudiar los ecosistemas y sus beneficios. *Ecología Austral*, 35(1), 162-182. <https://doi.org/10.25260/EA.25.35.1.0.2439>

Carballo, O., Fili, J. P. y Engelman, A. A. (2020). Geografías Del Trabajo En La Nueva Vitivinicultura. El Caso de Valle de Uco, Mendoza. *Estudios Socioterritoriales*, (28), 1-22.

Castex, V., Tejeda, E. M. y Beniston, M. (2015). Water availability, use and governance in the wine producing region of Mendoza, Argentina. *Environmental Science Policy*, 48, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2014.12.008>

Castillo, G. (2020). El territorio como apropiación sociopolítica del espacio. Entre la desterritorialización y la multiterritorialidad. *Investigaciones Geográficas*, (103), 1-13. <https://doi.org/10.14350/ig.60127>

Chazarreta, A. (2013). Capital extranjero y agroindustria. Notas para una discusión sobre los cambios en la burguesía vitivinícola de Argentina a partir de la década del '90. *Mundo Agrario*, 13(26), 1-26.

Chazarreta, A. (2019). Transformaciones recientes de las actividades vitivinícolas en Argentina y avance del agronegocio, 1990-2010. *RELAER*, 4(7), 1-29.

Colmenarejo, R. (2023). *Particularidades de la demanda ecoturística actual en la localidad de Colonia Caroya, Córdoba* [tesis de licenciatura, Universidad Provincial de Córdoba].

Colmenarejo, R. (11 de marzo de 2024). Breve historia del vino cordobés (1/3). *Vinos en Córdoba*. <https://vinosencordoba.blogspot.com/2024/03/breve-historia-del-vino-cordobes-1-parte.html>

Consejo Federal de Inversiones y Corporación Vitivinícola Argentina. (2014). *Caracterización Edafoclimática de las Regiones Vitivinícolas de Argentina. Provincia de Córdoba. Informe Final*. Consejo Federal de Inversiones y Corporación Vitivinícola Argentina.

Consejo Federal de Inversiones. (2015). *Estudio para el desarrollo, fortalecimiento y modernización de la cadena de valor vitivinícola en la Provincia de Córdoba*. Instituto de Investigaciones Económicas, Asociación Civil Bolsa de Comercio de Córdoba.

Cragolini, C. I., March, G. J., Viglianco, A. I., Novo, R. J., Bugiani, R. y Barreto, D. (2009). Presencia de *Phomopsis viticola* (Saccardo) Saccardo, agente causal de excoriosis, en viñedos de Córdoba, Argentina. *AgriScientia*, 26(2), 35-41. <https://doi.org/10.31047/1668.298x.v26.n2.2752>

Cuenca, V. (2024). Las Fundaciones del Agronegocio Discursividades y significaciones en torno al modelo productivo. *Revista CRONÍA*, 20, 1-13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14008090>

Dulcich, F. (2016). Reestructuración productiva en un contexto de apertura y desregulación: la industria vitivinícola argentina ante los desafíos de la reducción de escala. *H-industri@*, 10(18), 79-105.

Fidel, G. (2016). *Turismo del vino: la experiencia argentina*. Editorial Universidad Nacional de Cuyo.

Fidel, G. y De la Mota, R. (s.f.). *Desarrollo integral para el modelo vitivinícola-turístico de las regiones emergentes de la Provincia de Córdoba (Valles de Calamuchita-Valle de Traslasierra)*. S.d.

García, M. (2022a). Reconfiguración de la burguesía vitivinícola en Mendoza. *RevIISE. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 20, 29-44.

García, M. (2022b). Factores de comando del complejo vitivinícola en la provincia de Mendoza. *RIVAR*, 9(26), 157-176. <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i26.5573>

Giobellina, B. (2018). Dinámicas territoriales del cinturón verde de Córdoba: Entre la extinción y su transformación en un parque agrario planificado y sustentable. En B. Giobellina (Ed.), *La Alimentación en las Ciudades. Transformaciones Territoriales y Cambio Climático en el Cinturón Verde de la Ciudad de Córdoba* (pp. 21-58). INTA Ediciones.

González-Riachi, G. (2024). Selección de levadura nativa *Saccharomyces cerevisiae* adaptada a la bodega Zonko y evaluación de sus características fermentativas para elaboración de vino en comparación con levaduras comerciales durante tres vendimias [trabajo final de grado, Universidad Nacional de Río Cuarto].

Gordillo, S. (2015). *Los factores semi-ocultos en la crisis vitivinícola de Mendoza*. New York University. America Association of Wine Economists.

Gras, C. y Hernández, V. (2009). *La Argentina Rural. De la Agricultura Familiar a los Agronegocios*. Biblos.

Greenacre, M. (2016). *Correspondence Analysis in Practice*. Chapman & Hall y CRC Press.

Hazel, P. (2007). *Narrative: An introduction*. Swansea Institute of Higher Education.

Heredia, M. y Poblete, L. (2013). La estratificación socio-laboral en un caso de globalización exitosa: la vitivinicultura mendocina (1995-2011). *Mundo Agrario*, 14(27), 1-31.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). *Censo Nacional Agropecuario 2018. Resultados Definitivos*. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. (2024). *Informe Anual Mercado Interno de Vinos. Año 2023*. Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. (2025). *Informe Anual de Superficie 2024*. Coordinación de Promoción y Asuntos Técnicos Mendoza. Instituto Nacional de Vitivinicultura.

International Organisation of Vine and Wine. (2024). *State of the World Vine and Wine Sector*. International Organisation of Vine and Wine.

Kassambara, A. y Mundt, F. (2020). *Factoextra: Extract and Visualize the Results of Multivariate Data Analyses* (R package version 1.0.7). <https://CRAN.R-project.org/package=factoextra>

Larsimont, R. (2019a). Modelo de agronegocios y procesos de acaparamiento de tierra y agua en los oasis de Mendoza, Argentina. *Revista del CESLA. International Latin American Studies Review*, (24), 153-188. <https://doi.org/10.36551/2081-1160.2019.24.153-188>

Larsimont, R. (2019b). El modelo de agronegocios en los oasis de Mendoza (Argentina). Notas para una ecosíntesis territorial. *Eutopía*, (16), 73-98. <https://doi.org/10.17141/eutopia.16.2019.4100>

Le, S., Josse, J. y Husson, F. (2008). FactoMineR: An R Package for Multivariate Analysis. *Journal of Statistical Software*, 25(1), 1-18. <https://doi.org/10.18637/jss.v025.i01>

Lenta, S. (2021). *Comisión Enoturística Colonia Caroya* [tesis de licenciatura, Universidad FASTA].

Liceaga, G. y Martín, D. (2016). Concentración en la vitivinicultura y rechazo a la megaminería en Mendoza (Argentina). *Institucionalidades y conflictos. Economía y Sociedad*, 20(34), 38-59.

Lobato, M. L. y Nanini, J. (2015). *Producción de uvas orientada a la elaboración de vinos de alta gama en Colonia Caroya - Córdoba* [trabajo final del Área de Consolidación sobre Sistemas de Producción de Cultivos Intensivos, Universidad Nacional de Córdoba].

Manzanal, M. (2014). Desarrollo. Una perspectiva crítica desde el análisis del poder y del territorio. *Realidad Económica*, (283), 17-48.

Marengo, L. M., Pomodoro, S., Rosa-Bidinost, M. y Salome, F. V. (2021). *Desarrollo del branding de un vino boutique en zona turística* [trabajo final de licenciatura, Universidad Nacional de Córdoba].

Martín, F. y Larsimont, R. (2018). De viejas postales y nuevos paisajes. *Notas de Divulgación de INCIHUASA*, (1), 126-129.

Martinelli, D. (2023). Evaluación Preliminar sobre la Factibilidad de una Vitivinicultura en Secano en el Valle de Calamuchita [tesis de maestría, Universidad Nacional de Cuyo].

Medina-Albaladejo, F. J., Martínez-Carrión, J. M. y Ramon- Muñoz, J. M. (2014). El mercado mundial de vino y la competitividad de los países del Hemisferio Sur, 1961-2010. *América Latina Historia Económica*, 21(2), 40-83.

Mizik, T. y Balogh, J. M. (2022). The development of the Chinese wine industry and trade. *International Journal of Wine Business Research*, 34(4), 643-660. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-09-2021-0045>

Montaña, E. (2008). Las disputas territoriales una sociedad hídrica. Conflictos en torno al agua en Mendoza, Argentina. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 9(1), 1-17.

Montaña, E., Torres, L., Abraham, E. M., Torres, E. y Pastor, G. (2005). Los espacios invisibles. Subordinación, marginalidad y exclusión de los territorios no irrigados en las tierras secas de Mendoza, Argentina. *Región y Sociedad*, 17(32), 3-32. <https://doi.org/10.22198/rys.2005.32.a598>

Neiman, G. (2017). La “nueva vitivinicultura” en la provincia de Mendoza. Un análisis cuantitativo de su crecimiento durante la última década del siglo XX. *Estudios Sociales Contemporáneos*, (16), 40-59.

Olguín, P. (2023a). Introducción: Transformaciones de la vitivinicultura argentina en perspectiva regional en los últimos sesenta años. *Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo*, 15(20), 15-24. [https://doi.org/10.56503/ANUARIO/Nro.20\(15\)pp.15-24](https://doi.org/10.56503/ANUARIO/Nro.20(15)pp.15-24)

Olguín, P. (2023b). Al auxilio de la vitivinicultura tradicional. Los efectos de las acciones reguladoras de las empresas Giol (Mendoza) y CAVIC (San Juan) (1963-1988). *Anuario Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo*, 15(20), 103-139.

Oliva-Oller, P. R. (2021). Caracterización de los productores de vid en las principales zonas vitivinícolas de Bolivia. *RIVAR*, 8(23), 51-70. <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i23.4945>

Ospital, M. S. y Cerdá, J. M. (2016). Intervención estatal y agroindustria vitivinícola: el caso de la Junta Reguladora de Vinos. *H-Industria*, 10(18), 58-78.

Petz, M. I. (2024). El Agronegocio por los caminos del vino. Transformaciones en el territorio del Valle de Uco, Mendoza (1991-2015). *Argumentos*, (29), 207-240.

Raymond-Eder, M. L. R., Reynoso, C., Lauret, S. C. y Rosa, A. L. (2017). Isolation and Identification of the Indigenous Yeast Population during Spontaneous Fermentation of Isabella (*Vitis labrusca* L.) Grape Must. *Frontiers in Microbiology*, 8, 532. <https://doi.org/10.3389/fmicb.2017.00532>

R Core Team (2025). R: A Language and Environment for Statistical Computing (Version 4.4.1). *R Foundation for Statistical Computing*. <https://www.R-project.org/>

Raymond-Eder, M. L., Conti, F. y Rosa, A. L. (2018). Differences between Indigenous Yeast Populations in Spontaneously Fermenting Musts from V. Vinífera L. And V. Labrusca L. Grapes harvested in the same geographic location. *Frontiers in Microbiology*, 9, 1320. <https://doi.org/10.3389/fmicb.2018.01320>

Richard-Jorba, R. A. (1998). Poder, economía y espacio en Mendoza, 1850-1900). Del comercio ganadero a la agroindustria vitivinícola. Universidad Nacional de Cuyo.

Richard-Jorba, R. A. (2008). Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005. *Estudios Sociales*, 16(31), 82-123.

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49.

Rojas, F., Rubio, C., Rizzo, M., Bernabeu, M., Akil, N. y Martín, F. (2020). Land use and land cover in irrigated drylands: a long-term analysis of changes in the Mendoza and Tunuyán River Basins, Argentina (1986–2018). *Applied Spatial Analysis and Policy*, 13, 875-899. <https://doi.org/10.1007/s12061-020-09335-6>

Rosa, A. L., Raymond-Eder, M. L. y Conti, F. (2009). La vida milenaria del vino – Un universo de levaduras en una bebida milenaria. *La Lupa*, (12), 38-39.

Rossouw, G., Rogiers, S., Holzapfel, B. y Schmidtke, L. (2021). Auxin-type herbicide drift: effects on grapevine leaf functioning and reproductive performance. *Ives. Technical Report*, 1-2.

Rovai, E., Viglianco, A., Cragolini, C., Conles, M., Reynoso, C., Soratti, R. y Altamirano, T. (2022). Impacto ambiental de diferentes manejos fitosanitarios en viñedos de Colonia Caroya, Córdoba. *Nexo Agropecuario*, 10(2), 32-37.

Ruggia, O. y Occhionero, F. (2019). El cinturón verde de Córdoba como factor clave para la soberanía alimentaria y el Derecho a la Ciudad. *Cardinalis*, 7(13), 117-135.

Santoni, L., Gennari, A. y Winter, P. (2023). La evolución del enoturismo argentino: transformaciones y prospectivas. *Territoires du Vin*, (15). <https://dx.doi.org/10.58335/territoiresduvin.2710>

Santos, M. C. (2020). Turismo enológico: oferta turística de las bodegas en la ruta del vino de altura de los Valles Calchaquies, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013-2018 [tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes].

Schlüter, R. G. y Norrild, J. (2015). Enotourism in Argentina: The Power of Wine to Promote a Region. En A. Panosso-Netto y L. Godoi-Trigo (Eds), *Tourism in Latin America. Cases of Success* (pp. 71-84). Springer.

Staricco, J. I. (2018). ¿Reconversión inconclusa o régimen de acumulación dual? Una lectura regulacionista de las transformaciones recientes en el sector vitivinícola argentino. *Mundo Agrario*, 19(41), 1-20. <https://doi.org/10.24215/15155994e088>

Straffelini, E., Carrillo, N., Schilardi, C., Aguilera, R., Orrego, M. J. y Tarolli, E. P. (2023). Viticulture in Argentina under extreme weather scenarios: Actual challenges, future perspectives. *Geography and Sustainability*, 4(2), 161-169. <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2023.03.003>

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados. Paidós.

Torres, L., Pastor, G., Grosso, M. y Scoones, A. (2018). Turismo de lujo y extractivismo: la ruralidad como presa del capital. Reflexiones a propósito del Valle de Uco (Mendoza, Argentina). *Scripta Nova*, 22(585), 1-32. <https://doi.org/10.1344/sn2018.22.19210>

Urvieta, R., Jones, G., Buscema, F., Bottini, R. y Fontana, A. (2021). Terroir and vintage discrimination of Malbec wines based on phenolic composition across multiple sites in Mendoza, Argentina. *Scientific Reports*, 11, 1-13. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-82306-0>

Van den Bosch, M. E. y Alturria, L. (2023). Transformaciones de los sistemas vitícolas en la provincia de Mendoza. Dinámica y diversidad durante las tres últimas décadas. *Anuario Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo*, (20), 25-73. [https://doi.org/10.56503/ANUARIO/Nro.20\(15\)pp.25-73](https://doi.org/10.56503/ANUARIO/Nro.20(15)pp.25-73)

Viglianco, A. I., Cragolini, C. I., Bocco, M. y Reynoso, S. C. (2016). Cochinillas presentes en viñedos de Colonia Caroya, Córdoba, Argentina. Incidencia en el cultivo y efectos sobre la calidad de los mostos. *AgriScientia*, 33(1), 27-38. <https://doi.org/10.31047/1668.298x.v33.n1.16569>

Viglianco A., Cragolini, C., Salvo, A. y Avalos, D. S. (2021). Especies de Thysanoptera asociadas a viñedos en la zona centro norte de la provincia de Córdoba (Argentina). *AgriScientia*, 38(2), 135-141. <https://doi.org/10.31047/1668.298x.v38.n2.32486>

Vinetur. (2025). Mercado del Vino en Argentina: Análisis 2024 y Perspectivas. Vinetur.

Zucca, S. y Stein, S. (2005). The Boutique Winery Phenomenon in Argentina and California: Global Parallels and Regional Distinctions. En *International Wine Marketing Symposium*, Sonoma State University.

Notas

¹ Cabe señalar que el concepto de agronegocio en vinculación con la vitivinicultura se utiliza de una manera diferente a lo que ocurre con el modelo de agronegocio relacionado a los *commodities* granarios (Gras y Hernández, 2009). Refiriéndose a la vitivinicultura mendocina, Adriana Chazarreta (2019) señala que el agronegocio se basa en dos estrategias: (i) la producción de *commodities* que corresponden a productos genéricos, sin identidad propia y precios regulados por el mercado (por ejemplo, la producción de vinos comunes o mostos sulfitados); y (ii) la diferenciación vía *specialities* con alto valor agregado e identidad propia y donde el precio lo fijan los elaboradores (vinos *premium* y *super premium*).

² Entrevista realizada por el autor al enólogo Santiago Lauret el 15 de agosto de 2023; entrevista realizada por el autor a ingeniera agrónoma Daniela Mansilla, el 12 de enero de 2025.

³ Aquí, se incluyen aquellos que, al momento de realizar este estudio (entrevistas), estaban poniendo a punto las técnicas de elaboración de sus primeros vinos, o habían decidido añejarlos por un tiempo, o tuvieron algún problema que les impidió producir vino en esa temporada.

⁴ De un modo genérico, se prefiere nombrar a los entrevistados como “elaboradores de vino”, porque algunos no disponen de viñedos o elaboran sus vinos en bodegas de terceros.

⁵ Se elaboró un “índice tecnológico” compuesto por tres subvariables: material utilizado para la fermentación/elaboración del vino (tanques de plástico, piletas o tanques de acero), disponibilidad y tipo de equipos de refrigeración utilizados para controlar la temperatura durante la elaboración (botellas de agua congelada, serpentina interna, camisa refrigerante) y utilización de gases inertes para evitar procesos oxidativos (dióxido de carbono, nitrógeno). Cabe señalar que: (i) este no es un “índice absoluto” que permite valorar el nivel tecnológico de

cualquier bodega, sino que reviste un carácter comparativo para ser utilizado exclusivamente entre las bodegas relevadas; y (ii) que los EdV están realizando permanentemente mejoras e incorporaciones tecnológicas, a fin de ajustar distintos aspectos del proceso de elaboración de sus vinos.

⁶ De las cuatro bodegas que elaboran más de 20.000 litros, dos son nuevas empresas montadas sobre antiguas bodegas que producían cientos de miles o millones de litros en el siglo pasado y que, en la actualidad, compran parcial o totalmente la uva requerida (en Córdoba u otras provincias). Las otras dos complementan la producción de uvas propias con compra a terceros, ya que disponen de infraestructura de bodega como para producir hasta 100.000 litros/año. Esto explica por qué, a pesar de que la superficie promedio de viñedos es baja, algunos producen una cantidad relativamente elevada de vino.

⁷ Con similitudes y diferencias, en Mendoza, también se observan desarrollos inmobiliarios dirigidos a sectores acomodados de la sociedad, muchos de ellos ubicados en sectores de vitivinicultura de alta calidad. Esto no solo afecta la producción vitivinícola, sino que torna ociosa a la infraestructura de riego instalada, afectando también el paisaje y el empleo de quienes estaban vinculados a la vitivinicultura (Rojas *et al.*, 2020).

⁸ Una publicación periodística reciente señala que, en el patio de un hotel internacional, se han implantado viñedos y elaborarán sus propios vinos. Esto ocurre en pleno centro de la ciudad de Buenos Aires (Argentina), a pocas cuadras de la Plaza de Mayo, que es donde se encuentra la sede del gobierno nacional. Ríos, S. A. (10 de abril de 2025). A tres cuadras de Plaza de Mayo. El primer viñedo urbano de América Latina está en el centro de Buenos Aires. *La Nación*. <https://rb.gy/jc48bu>

⁹ El añejamiento de vinos es un proceso complejo que depende de la calidad de la uva, el proceso de elaboración, las características químicas del vino y del contexto de guarda. La mayoría de los vinos cordobeses son elaborados para ser consumidos como vinos “jóvenes”. No obstante, algunos EdV están realizando experiencias de añejamiento y produciendo algunos vinos reserva.

¹⁰ Este punto pone de manifiesto que muchos de quienes se iniciaron en la actividad no lo hicieron contando con todos los conocimientos o el asesoramiento técnico requerido para comenzar a producir vinos. De hecho, como se indica en la Tabla 1, el 70 % de los EdV no tenía ningún vínculo previo con la vitivinicultura, y el 34 % pensaba producir otro tipo de producto agropecuario, antes de decidirse por producir vino. En otras palabras, gran parte de las decisiones iniciales respondieron al gusto y a las preferencias de los emprendedores y, en muchos casos, no estaban respaldadas por cuestiones técnicas específicas. Asimismo, cabe señalar que aquellos que optaron por convocar enólogos e ingenieros agrónomos lo hicieron trayendo profesionales de Mendoza, cuyos conocimientos no siempre se adecuaban a las condiciones cordobesas. Si bien ha habido (y aún hay) una alta rotación de asesores, desde hace algunos años, está emergiendo un grupo de profesionales cordobeses con conocimientos y experticia adecuados a las condiciones locales de producción y elaboración.

¹¹ Solo unos pocos casos responden a este perfil, la mayoría de ellos localizados en Colonia Caroya. Corresponden a familias de agricultores (en su mayoría horticultores o fruticultores), muchos de ellos inmigrantes del Friuli (Italia) y que desarrollaron una cultura productiva muy asociada a la vitivinicultura. Esto no es solo porque muchos de ellos elaboraban sus propios vinos, sino también porque, en el siglo pasado, eran socios y entregaban uvas a la Cooperativa La Caroyense. En su momento de apogeo, la Cooperativa llegó a tener 650 asociados y llegaron a elaborar 1.800.000 litros/mensuales (comunicación personal de Santiago Lauret, ex enólogo de La Caroyense).

¹² Boletín Oficial de la República Argentina. 30 de agosto de 2024. Decreto 779/2024. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/313138/20240902>

¹³ Véase, por ejemplo, Poccioni, R. (1° de mayo de 2025). Derogación de la ley 25489 del Plan Vitivinícola. *Los Andes*. <https://rb.gy/tvde1b>