



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA

Ingeniería Agronómica

"Fideicomiso Inmobiliario- vitivinícola en Buenos Aires"

**Trabajo final de graduación para optar por el título de:
Ingeniero Agrónomo**

Autor: Juan Nahuel Alvarez

Tutor: Ing. Agr. MSc Mariano Hernán García

Resumen

La presente tesis de grado expone la idea de celebrar un contrato de fideicomiso inmobiliario en conjunto con la producción de vino , en la localidad de Coronel Suarez, en la provincia de Buenos Aires.

El objetivo es ofrecer una alternativa de inversión que incluya una parte inmobiliaria, la venta de lotes; y la parte agronómica, la producción de vid para su posterior elaboración de vino. Se procederá con la compra de un predio de 35 ha , las cuales se dividirán de la siguiente manera : 15 ha destinadas a producción de vid, 18 ha para loteo y 2 ha para *amenities* .

La producción del vino estará comprendida por un *blend* de variedades de uvas tintas con aceptable adaptación a la zona (Malbec, Petit Verdot, Cabernet Sauvignon y Cabernet Frank); respecto a la división de lotes será de 1000 m² cada uno para un total de 180 lotes.

En cuanto a la implantación estará dirigida por un experto en cultivo de vid que proporcionará conocimiento en cuanto al manejo de la plantación ,desarrollo y cosecha que se irá completando en etapas ; primeramente comprando plantines de vid con sus respectivos injertos; a su vez, una empresa constructora se encargará de la preparación de lotes ; y en cuanto a la producción de vino se obtendrá por medio de una empresa tercerizada que brindará el producto terminado.

Palabras clave

Agronegocios, Fideicomiso, Vinos pampeanos, Valor Agregado

Índice

- **Introducción**
 - Introducción
 - Antecedentes
 - Historia
- **Objetivos**
 - Generales
 - Específicos
- **Desarrollo / Análisis de casos y ejemplos**
 - Abordaje comercial
 - Mercado Interno/ Mercado Externo
 - Preferencias del consumidor
 - Producción de vino en Argentina
 - Cadena de Comercialización del vino en Argentina
 - Plan de Negocio. Estrategia Comercial del Fideicomiso
 - Análisis del Mercado. Esquema de Porter. Análisis FODA
 - Abordaje técnico
 - Determinación de la localización óptima del proyecto
 - Determinación del tamaño óptimo del proyecto
 - Ingeniería del proyecto (proceso productivo)
 - Análisis Financiero

- **Conclusiones y aportes al tema**
- **Temas abiertos**
- **Bibliografía**
- **Anexos**

Introducción

Con el suceso de crisis económica del 2001, nacen en la Argentina los fideicomisos. Éstos surgen a partir de la necesidad de ampliar el capital de trabajo buscando un financiamiento económico distinto al que ofrecen por ejemplo: los bancos, por la desconfianza que se había generado con éstos luego del corralito; por su parte los empresarios agropecuarios vieron en esto una posibilidad de ampliar la escala de sus negocios con la introducción de inversiones de terceros.

Los fideicomisos empiezan a tener mayor uso porque al haber escasez de créditos y las altas tasas de interés que determinaban los bancos no "cerraban" a la hora de invertir.

La ley 24.441 del Código Civil y Comercial en su artículo 1666 establece que: es un contrato en donde una parte, el **fiduciante** (puede ser más de un fiduciante) transfiere bienes propios a otra persona a un **fiduciario** que puede ser una persona física o jurídica para que los administre en beneficio propio o de una tercera persona jurídica llamada **beneficiario**, cumplido el plazo, el **fiduciario** transfiere el bien al **fideicomisario**, que puede ser el fiduciante, beneficiario o un tercero pero no el fiduciario (art. 1672).

El artículo 7 dispone la prohibición al fiduciario de adquirir para sí los bienes fideicomitidos y el artículo 14 resalta que los bienes se tratan como patrimonio separado (del fiduciante por separado del fiduciario). El plazo de duración del fideicomiso no puede exceder los 30 años (excepto que el beneficiario sea una persona incapaz). Existen distintos tipos de fideicomiso:

- Fideicomiso en garantía: cuando el fiduciante otorga al fiduciario bienes en función de deuda propia o ajena, para que lo producido con este bien, satisfaga el crédito garantizado del beneficiario (regulado por el art. 1680).
- Fideicomiso financiero: Regulado por el art. 1690 consiste en que el fiduciario es una entidad bancaria y el beneficiario son los titulares de los títulos valores.
- Fideicomiso de administración
- Inmobiliario: una empresa de construcción (fiduciaria) desarrolla emprendimientos inmobiliarios con fondos de terceros (de los fiduciantes).
- De Fondo de Pensión

Antecedentes

En Argentina nos encontramos con fideicomisos de ambos tipos, algunos ejemplos son:

- GestionAR: es una empresa familiar que se dedica a la compra de terneros para la recría, se venden luego para terminación a un establecimiento dedicado.
- Vaca Muerta: el estado otorgó tierras y dejó exento de impuestos, tasas y contribuciones nacionales a empresas a cambio de que se impulse este manejo y reduzca el costo de gas.
- Los fideicomisos de construcción al costo son del tipo inmobiliario.
- Los pool de siembra se consideran antecesores ya que el manejo es muy similar solo que no existe una diferenciación entre las partes constituyentes del contrato.

Historia - Situación del (Producto) en Argentina

La historia de la vitivinicultura en Argentina se remonta a la época de la colonización, ya que ésta actividad estaba muy ligada a la vida del colono español, ya en el siglo XVI los conquistadores españoles introdujeron la *vitis vinifera* en América.

Primeramente fue introducida en Cusco, para luego llevarla a Chile en 1551 según registros y finalmente introducida en Argentina a través de Santiago del Estero donde seis años después se propagaría hacia el centro, oeste y noroeste de la república Argentina.

No existen fechas exactas acerca de las primeras implantaciones de vid en las provincias de Mendoza y San Juan.

Puede afirmarse que a fines del siglo XIX con la llegada de inmigrantes italianos y franceses la vitivinicultura en nuestro país prosperó en variedad y calidad.

A partir de 1853, algunos hechos beneficiosos, como la pacificación y la organización constitucional del país, la creación de la primera escuela de agricultura del país. Estos aspectos fomentaron la profesionalización de los métodos, la preparación del personal y las bases para la mejora en esta actividad.

Con esta introducción, la variedad Malbec fue la que más rápido se adaptó a los terruños que ofrecía nuestro país por esa razón se perfiló como la cepa de uva insignia. Su adaptación se dio naturalmente ya que esta variedad viajó en los mismos barcos que otras variedades francesas, de la mano de Michel Aimé Pouget (1821-1875) un agrónomo que trajo a Mendoza en 1853 con la idea de establecer una Quinta modelo y una escuela de Agricultura en esta región, por recomendación de Domingo Faustino Sarmiento.

La idea era la introducción de nuevas cepas para mejorar la vitivinicultura nacional, mejorando los viñedos y en consecuencia la calidad de los vinos. Y Mendoza fue el destino porque hasta ahí llegaba el ferrocarril, por detrás siguiéndole estaba San Juan, además estas regiones resultaban ideales para la vid y el olivo ya que el suelo arenoso y clima desértico con pocas lluvias y mucho sol predispone la madurez de las uvas.

La república argentina cuenta con una superficie total de 2.766.889 km² ,con distintos relieves lo que nos da una idea de los distintos aprovechamientos del territorio.

La vitivinicultura se ubica con mayor presencia en los valles y a su vez variaciones ecológicas que posibilitan clasificar las distintas regiones vitícolas.

En la actualidad la superficie de vid implantada creció aproximadamente un 10% más con respecto al año 2000 y a su vez hubo un decrecimiento del 2,5% en variedades rosadas y blancas (también aptas para la elaboración de vino y/o mosto).

Existen en el país unas 164 variedades , de las cuales 113 son aptas para elaboración de vinos y/mostos ,41 para consumo en fresco y 7 aptas para pasas.



Gráfico 1. Mapa de Valles vitivinícolas. Wines of Argentina

Podemos observar 3 principales valles vitivinícolas en el territorio, ya conocidos. La tendencia actual indicaría que muchas personas estarían dispuestos a producir vinos en zonas donde hay pocos o ningún antecedente. El gran vino protagonista en el mercado argentino y a su vez el mayor a nivel exportación es el Malbec, un tinto con características muy propias y sabor interesante para los comensales.

Según el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INVI) el Malbec, vino más consumido en el país históricamente, aumentó un 33 % su producción durante el 2018, comparado con el año anterior, además sigue siendo la cepa más comercializada y el vino más exportado del país sumando el 37.8% del total, luego le siguen el Cabernet Sauvignon con el 13,4% , el Torrontés Riojano con el 6,7% , el Syrah con 4,4 % y Bonarda con el 3,9%.

A su vez ,la actividad vitivinícola argentina es propiciada por COVIAR, Corporación Vitivinícola Argentina que es un organismo público-privado ideado para gestionar y articular las decisiones necesarias para transformar y potenciar el sector vitivinícola en el país.



Gráfico 2 . COVIAR

Sus recientes trabajos y aportes a la cadena son :

- Tratar los avances del Programa "Vino Argentino Bebida Nacional"
- Eximición de impuestos a los espumantes
- El Programa de Erradicación de *Lobesia Botrana* , en colaboración con SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) y el ISCAMEN (Instituto de Sanidad y Calidad Agropecuaria de Mendoza) y gestiones directas y ofreciendo asesoría a productores para combatir esta plaga
- Reducciones de las contribuciones patronales lo cual involucra y beneficia a cerca de 20.000 empresas

"Fideicomiso inmobiliario- vitivinícola en Buenos Aires" Juan Nahuel Alvarez

- Comunicación genérica del vino en Argentina ,lo que busca es la creación de valor y de generación de un discurso positivo
- Fiestas de la cosecha, Semana del Malbec, Semana del Vino ,entre otras

Para el año 2019, las exportaciones argentinas crecieron un 7,3% en volumen hasta superar los 270 millones de litros. El precio medio bajó hasta el 10% hasta los uS\$ 2,81/litro tras 5 años seguidos por encima de 3 dólares.

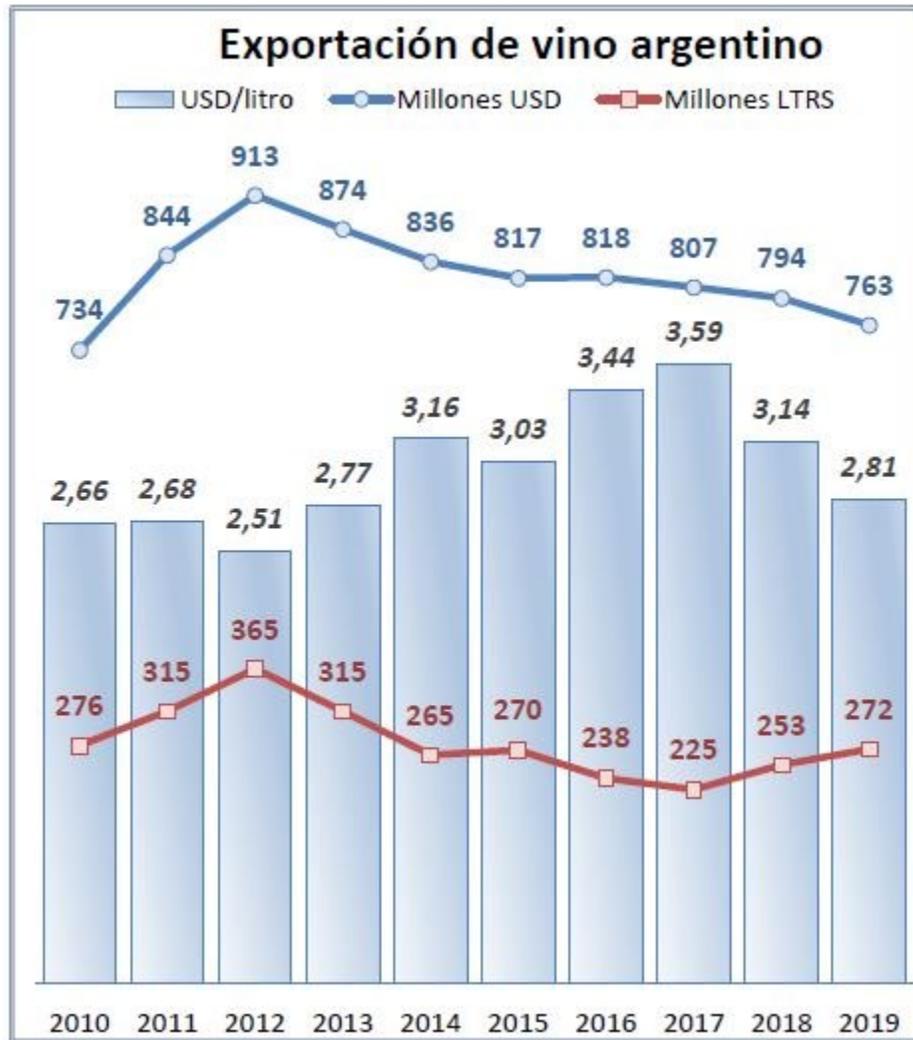


Gráfico 3. Observatorio Español del mercado del vino

Según datos publicados por la aduana argentina y analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino.

Objetivo General

Plantear y analizar la factibilidad legal, técnica, económica y técnica de un plan de negocio de fideicomiso inmobiliario vitivinícola.

Proponer un cultivo característico de una economía regional (vid de Mendoza) a una zona alternativa como complemento (turístico/paisajístico) de desarrollo urbanístico mediante fideicomiso.

Objetivos específicos

- a. Evaluar al Fideicomiso Agropecuario como una herramienta financiera y de inversión.
- b. Indagar en las características generales y particulares del negocio del vino.
- c. Aplicar indicadores técnicos para corroborar la factibilidad implementación de fideicomiso Inmobiliario-vitivinícola en Buenos Aires.
- d. Aplicar herramientas económicas y financiera (MB, VAN, TR, C/B para corroborar la factibilidad de implementación de fideicomiso Inmobiliario-vitivinícola en Buenos Aires.
- e. Determinar las ventajas legales de figura Jurídica de fideicomiso en el Sector propuesto.
- f. Generar información que aporte a la toma de decisión del cliente, en lo que respecta, ingresar al fideicomiso propuesto.

Si bien por lo general el horizonte temporal comúnmente usado para proyectos de inversión es de diez años, debe aclararse que en este caso, el hecho de haber fijado un horizonte más largo no se hizo de manera arbitraria. Por el contrario, esta decisión fue premeditada y se basó en las características y en el ciclo productivo de la vid como cultivo. En este sentido, el período seleccionado se considera suficiente para que el negocio se afiance en el sector y pueda cumplir con los objetivos propuestos de rentabilidad para los socios inversores.

Justificación

Las actividades agropecuarias han sufrido cambios a lo largo del tiempo. Uno de los más fundamentales es el notable aumento de productividad, es decir del incremento de la capacidad de producción de la tierra por una mayor aplicación de trabajo y tecnología.

La planificación estratégica del turismo constituye un proceso destinado a lograr el desarrollo turístico sustentable de un destino. Dicho proceso permite aumentar la competitividad del destino respecto de diversas ofertas existentes a nivel provincial, nacional e internacional y establece un marco de acciones específicas que contribuyen a la diversificación y cualificación de la oferta. La finalidad de la planificación turística es aumentar los niveles de empleo y riqueza para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos del destino receptor.

"Fideicomiso inmobiliario- vitivinícola en Buenos Aires" Juan Nahuel Alvarez

Cada año en Coronel Suarez desde 2009, se realiza la feria Vino y Arte, uno de los eventos de vino más importantes de la Provincia de Buenos Aires que tiene mayor convocatoria de bodegas. A través de esta feria se hace conocer Suárez, que es un punto turístico de interés, por Sierra de la Ventana y por otros atractivos.

Ante esta situación se advierte la posibilidad de proponer al Turismo como una alternativa para dar a conocer una zona tan interesante como lo es la pampa húmeda, tanto para argentinos que viven en las ciudades como para extranjeros. Hay un alto nivel de turistas que ingresan al país, esto es claramente observable hoy en día, por lo tanto hay un alto potencial de personas que podrían ser atraídas hacia el Turismo Rural. También resultaría otra alternativa para argentinos que veranean en playas, que se han tornado masivas y buscan otras opciones.

Es entonces cuando el Turismo Rural da lugar a esta nueva forma de esparcimiento:

“El término Turismo Rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. Ante la situación en que se encuentra el sector rural, alejado de las ciudades, surge esta nueva oportunidad de negocio, la del fideicomiso agro inmobiliario, que es de un gran aporte sociológico y cultural, y además es una fuente de ingresos, por la generación de servicios e insumos que demandará.

También es un aporte al ordenamiento territorial, que es un instrumento de gestión que permite definir áreas del territorio que se destinarán a distintos usos, en concordancia con los diferentes intereses y necesidades de la sociedad.

Abordaje Comercial

Mercado Interno y Externo

Según el Instituto Nacional de Vitivinicultura (20121), para el año 2020, el consumo de vino para mercado interno tuvo una subida de 6,5% con respecto al año 2019, Situación positiva que se observa a partir de la fuerte caída de 2018 debido a la aparición de las cervezas artesanales al mercado. El consumo de vino per cápita nacional pasó de 19,7 L a 21 L de un año al otro . Esta tendencia (2018- 2020) se espera que se mantenga y posiblemente aumente en años venideros.

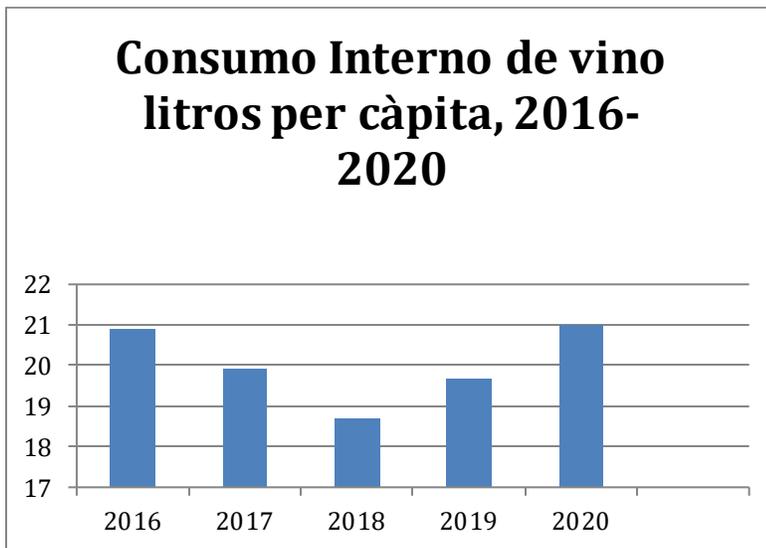


Gráfico 4. Fuente. Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (2021)

Este Aumento del consumo interno significó un aumento de 57 millones más de litros con respecto al año anterior. De los 880.000.000 litros pasaron a 937.000.000 litros .

Éstas corresponden a buenas noticias para el sector ya que se va inclinando a mejorar el consumo interno con respecto a la bajada en 2018, que fue consecuencia de que hubo un boom en el consumo de cerveza ,sobre todo artesanal que llevó a preferirla por sobre el vino.

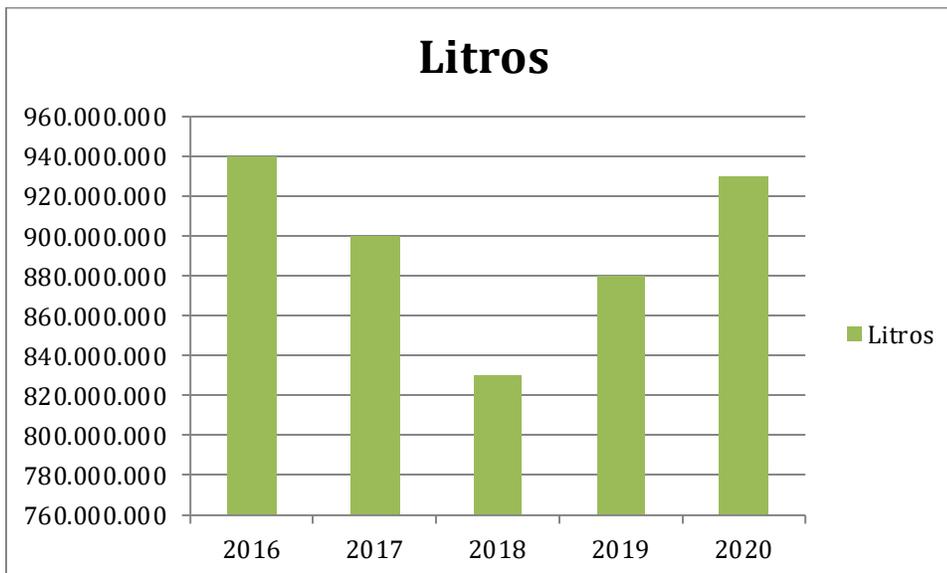


Gráfico 5 . Producción de vino en período 2016-2020 (en millones de litros).
Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (2021)

En cuanto a mercado externo el aumento del mercado interno también fue acompañado de un incremento en el volumen exportado y Argentina fue el país que más creció en este rubro según estudio del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Con un 52% en volumen exportado en el período Enero/Junio comparando 2019-2020.

Desde la entidad piden a los productores de vino que desarrollen la plataforma online en pos de abrirse a nuevos mercados y lograr competitividad en éstos.

2.2 Preferencias del Consumidor

Si nos referimos a modalidad de consumo, según el Instituto Nacional de Vitivinicultura encontramos que:

- Envases botellones aumentaron un 35%, con 49 millones de litros, con respecto a 2019
- Latas , nueva categoría que demandó 1,4 millones de litros
- Bag in box aumento de 99%
- Damajuanas aumento de 14,6 %

Como dato a tener en cuenta es que el nicho de vino en lata muestra un incremento abismal con respecto a los demás y se explica que es debido a que ingresan al consumo del vino, jóvenes que tienen más asociada esta modalidad que es la que más logra generar esa identidad joven, por su semejanza con la cerveza en lata y algunos aperitivos.

2.3 Producción de vino en Argentina

Superficie plantada por provincias y elaboración de vinos:

- Mendoza : 151.490 ha
- San Juan: 45.337 ha
- La rioja: 7.680 ha
- Salta: 3.347 ha
- Catamarca: 2.805 ha
- Neuquén: 1766 ha
- Rio negro : 1.623 ha
- La Pampa 279 ha
- Córdoba 278 ha
- Buenos aires 149 ha
- Tucumán 122 ha
- San Luis 108 ha
- Chubut 75 ha
- Entre Ríos 56 ha
- Jujuy 26 ha

- Misiones 18 ha
- S del estero 11 ha
- Santa fe : 0,1 ha

Sumando un total de 215.169 ha en total en la República Argentina. Mendoza (70.4%) y San Juan (21,1%) concentran la mayor parte de producción de uva apta para vinos y mosto. Luego le siguen La Rioja y Salta con el 3.6% y el 1.3% respectivamente; el resto se encuentra distribuido en demás regiones y hace poco en zonas del litoral y la región pampeana con una participación crecimiento .

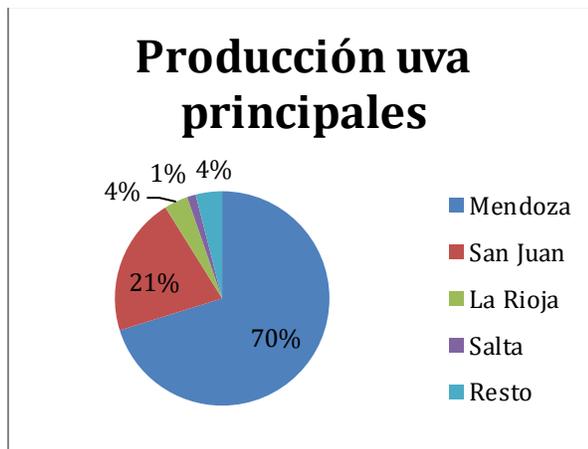


Gráfico 6 . Producción de uva principales provincias (%) .Fuente. Elaboración propia en base a datos de Instituto Nacional de Vitivinicultura (2019)

Con respecto a la zona pampeana , que es la sobre la que basaremos el trabajo encontramos que en la actualidad existen algunos vinos hechos en la provincia de Buenos Aires como por ejemplo bodegas Saldungaray (20 ha) y Cerro colorado (3ha) en el partido de Tornquist ;Al Este(25 ha)en la localidad de Villarino,Cordón Blanco en Tandil,Ital Malal en Saavedra, Costa y Pampa en General Pueyrredón,Finca Las Antípodas en el partido de Junín, Myl Colores en Coronel Pringles y Vinos Uribelarrea (4 ha)(Cañuelas).Existe un potencial y un margen de expansión en la zona para la explotación vitivinícola.

2.4 Cadena de comercialización del vino en Argentina

Cómo se compone la cadena de comercialización

- La producción primaria se caracteriza por la presencia de pequeños productores (menos de 10 ha) y productores con más de 50 ha. se ha ido expandiendo y concentrando en ésta última que es más eficiente y las plantaciones son más modernas y dedicadas a vino de calidad, mientras que las pequeñas producciones cuentan con maquinaria obsoleta, variedades genéricas y viñedos muy viejos, entre otras cosas.
- Luego viene la etapa de producción Industrial compuesta por el mercado de traslado y las bodegas elaboradoras ,en la primera se elabora el vino por

cuenta de terceros y vende a granel y hay escaso seguimiento de calidad; mientras que las bodegas elaboradoras si hacen seguimiento de calidad y van invirtiendo en la diferenciación del producto.

- Etapa de fraccionamiento, distribución y comercialización: tenemos los grandes fraccionadores y el bodeguero fraccionador con menor y mayor manejo de volumen respectivamente.

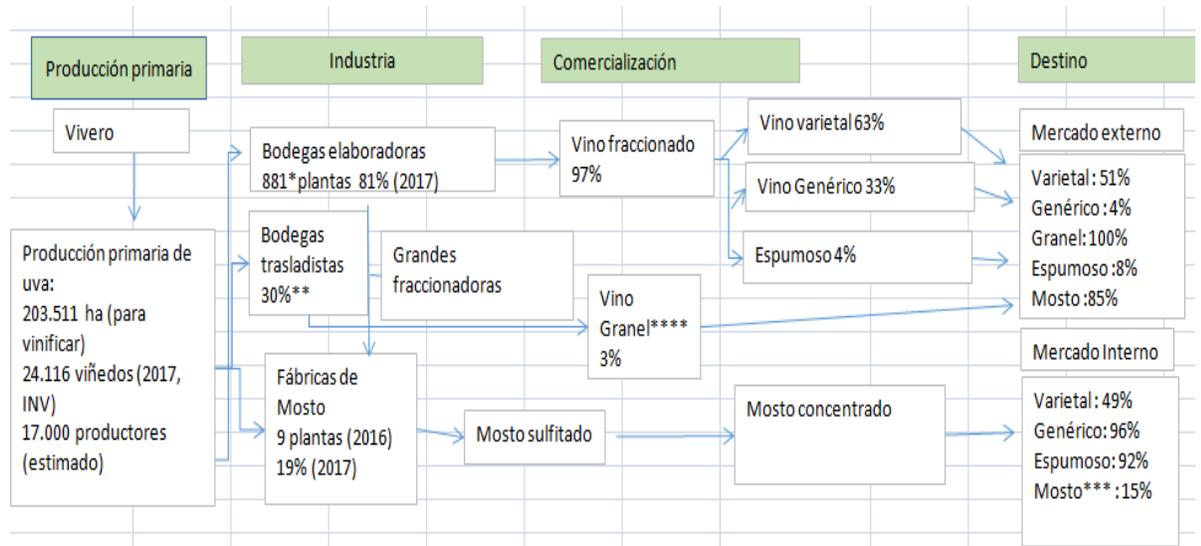


Grafico 7. Elaboración propia en base a datos de Subsecretaria de programación económica (2017)

2.5 Plan de Negocio. Estrategia Comercial del Fideicomiso

Desarrollaremos un producto para el consumo en el mercado Interno. La calidad será muy buena y se espera lograr un precio competitivo que lleve a que los consumidores de vino , ya sea jóvenes o experimentados se vuelquen a nuestro producto.

Etiqueta

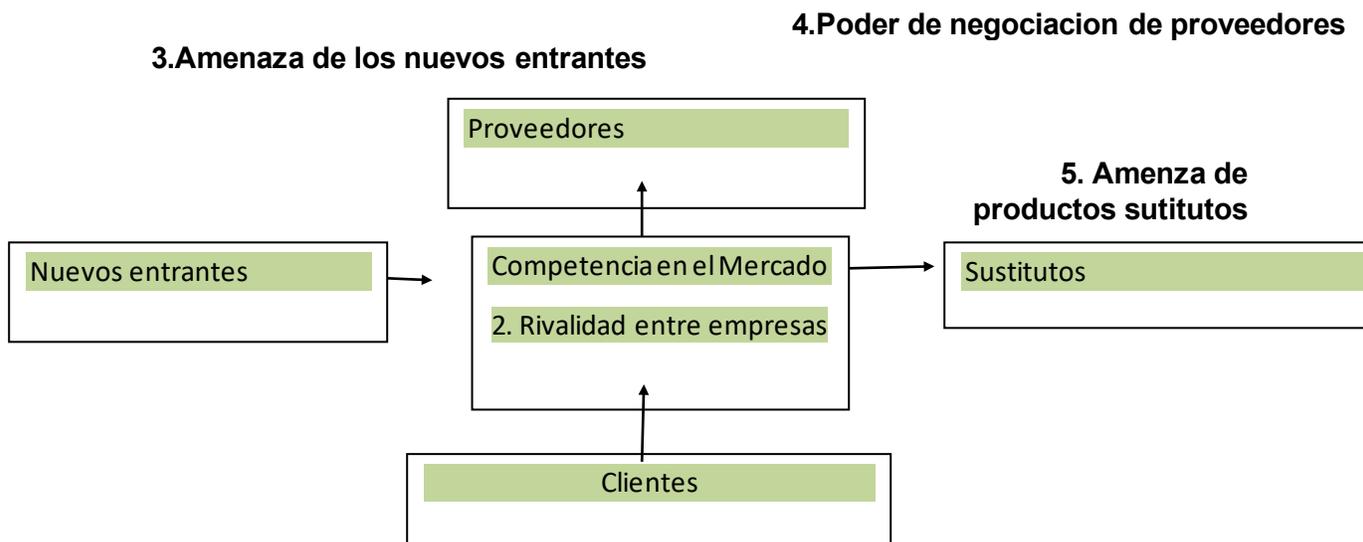


Gráfico 8 - Etiqueta del producto. Fuente. Elaboración propia
 El nombre de la bodega es: " Don Isidoro" en honor a Manuel Isidoro Suarez, coronel del ejército argentino que luchó en guerras de independencia hispanoamericana ; mientras que el vino se denomina Sauce corto, debido a un arroyo cercano a la localidad que luego fue emplazado el balneario actual, en la localidad de Coronel Suarez.

Producto y Canales de Venta

El producto que se comercializara será vino en botella de 750 ml tradicional, la variedad será Malbec que es la más reconocida y consumida. La primer vendimia , que se hará al siguiente año de la implantación del viñedo será ofrecida en una inauguración del predio , posteriormente se irá comercializando a través de negocios locales y por plataformas de Internet que logran el consumo masivo.

Esquema de Porter. Análisis del mercado del vino



1. Poder de negociación de los clientes

- Poder de negociación de los clientes-> Cuenta con muchos consumidores y la demanda va en incremento como se observó en el gráfico 1 según el Instituto Nacional de Vitivinicultura (2020).
- Rivalidad entre las empresas->En la actualidad existen fideicomisos inmobiliarios, pero nuestro plan provee un paquete de bienes y servicios que nos diferencia a la vez que nos pone en ventaja frente a la competencia.
- Amenaza de los nuevos entrantes-> Debido a que las plantaciones ingresan a producción a los 5 años y requiere de una importante infraestructura consideramos que no es fácil de ingresar.
- Poder de negociación de los proveedores->Nuestros proveedores son empresas de construcción, contratistas y fábricas de insumos relacionados con la producción de vino. Tenemos las herramientas para ofrecer al cliente la solución a su búsqueda de un lugar soñado.
- Amenaza de productos sustitutos-> Existe una gran variedad de productos sustitutos; en lo que respecta a las bebidas alcohólicas encontramos a la cerveza, fernet, el champagne, whisky, etc y en bebidas sin alcohol encontramos a las gaseosas, aguas saborizadas, entre otras.

Análisis FODA Inmobiliaria:

- Fortalezas: Es un servicio novedoso, con pocos competidores, ofrece la novedad de hacer partícipe al cliente de la elaboración de sus propios vinos. Tenemos el negocio vitivinícola que se complementa con el inmobiliario, dejando la posibilidad de apertura hacia otros horizontes de negocios como por ejemplo la producción de aceite de oliva.
- Oportunidades: Las personas buscan lugares para estar fuera de la ciudad y esto fue acentuado con la pandemia 2020
- Debilidades: Las plantas entran en producción a los 5 años, es un negocio lento. Por las condiciones sólo podemos producir variedad Malbec; al ser un negocio que es novedoso en ofrecer este plan, habrá incertidumbre por parte de los potenciales clientes, aun no contamos con experiencia, mercado específico.
- Amenazas: Otros fideicomisos inmobiliarios, contingencias ambientales podrían ocurrir y dañar los cultivos.

Abordaje técnico

1. Determinación de la localización óptima del proyecto

Se realizará en la localidad de Coronel Suarez, ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, a 450 km de la ciudad.

El predio está ubicado a unos 10 km del centro de la localidad.

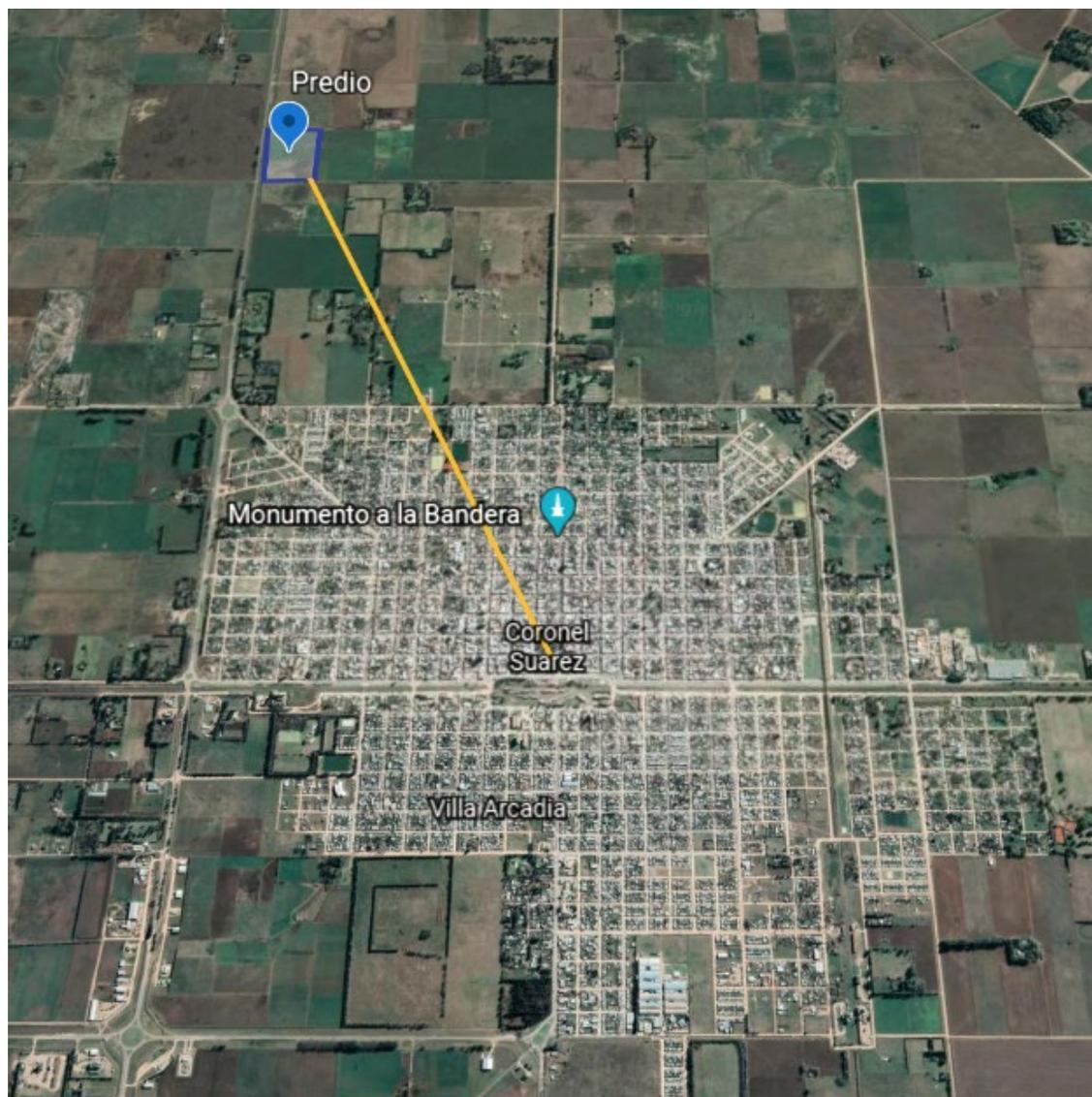


Gráfico 9 . Mapa de Coronel Suarez . Fuente. Google Earth 2021

Existe la presencia de mano de obra; es muy cerca de la ciudad, existen beneficios fiscales por parte del municipio para fomentar el turismo en la zona como por ejemplo líneas de crédito.

En Coronel Suárez, los veranos son calientes y mayormente despejados y los inviernos son fríos, ventosos y parcialmente nublados. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 2 °C a 30 °C y rara vez baja a menos de -4 °C o sube a más de 35 °C.

La precipitación media anual es de 802 mm , con precipitaciones de estacionalidad marcada , registrando el mes de Marzo como el de mayor ocurrencia.

El período de ocurrencia de heladas se da en los meses de Julio- Agosto .Los vientos predominan del Norte y Sureste.

Los suelos presentes en la zona son del tipo argiudoles y hapludoles, los argiudoles se caracterizan por su textura relativamente pesada (franco-arcillosa), y la presencia de un horizonte de acumulación de arcilla a partir de los 15-20 cm de profundidad. Estos suelos tienen valores medios de 3,8% para materia orgánica, 13 ppm de fósforo extractable y pH=6,6. Los Hapludoles ocupan principalmente la parte centro-oeste del partido de Saavedra, y el este del partido de Puán. Son de textura similar a los argiudoles, aunque con menor contenido de arcilla (francos).¹

Entre las uvas para vid que se emplean en bodegas Saldungaray y Al Este , bodegas pioneras en la región pampeana están : malbec, pinot noir, merlot, tempranillo, cabernet sauvignon y franc, chardonnay y sauvignon blanc (éstas dos últimas son variedades para vino blanco).

En conclusión, es viable agronómicamente para llevar a cabo el plan en nuestra zona.

Para todas cepas, los rendimientos que manejan las vides se encuentran entre 6 - 10 tn/ha pero los expertos coinciden en que si se logra cantidad se renuncia a la cantidad y muchas veces depende de las condiciones que fue atravesando el cultivo en ese año (época y mm de precipitaciones, heliofania, etc)

2. Determinación del tamaño óptimo del proyecto

La parcela a delimitar consta de 35 ha, donde se repartirán 50 lotes de aproximadamente 4000m² y se destinarán 15 ha restantes al cultivo de vid propiamente dicho. Para determinar esto tuvimos en cuenta que el plan cuenta con dos actividades principales, la parte inmobiliaria y la parte agrícola- productiva por lo que esos números reparten equitativamente cada actividad y proporciona un manejo eficiente de los recursos. En estudio acerca de precios de inmuebles en la zona determinamos que U\$s 50.000 que pedimos por la compra de cada lote es asequible en el mercado y eso sin tener en cuenta que el bien inmueble se irá valorizando aún más con el paso del tiempo y que estamos en una zona muy cercana a la ciudad principal. Teniendo en cuenta que el precio de la parcela de las 35 ha es de U\$s 1.100.000, si llevamos a cabo la venta de los lotes tendríamos aproximadamente más del doble de la inversión por la compra y esto sería sin tener en cuenta la producción de vino más adelante.

El planteo de la implantación generalmente se hace por etapas (no se implantan las 15 ha directamente) pero el rendimiento aproximado en los primeros años del

cultivo , el tercer año aproximadamente sería de 4000-4500 kg uva/ha y teniendo en cuenta que de esa uva producida se aprovecha cerca de la mitad para vinificar obtenemos que en las 15 ha destinadas produciríamos 30 mil litros de vino que se traduce en 40 mil botellas de 750 ml , aunque esa es la estimación en buenas condiciones y si implantáramos las 15 ha.

3.Ingeniería del proyecto (proceso productivo)

Una vez llevada a cabo la venta de los lotes, procedemos a la compra de la parcela y se realiza la delimitación de la misma y de cada lote, al mismo tiempo que ingresa la mano de obra deberemos construir una garita de seguridad y contratar un personal de vigilancia.

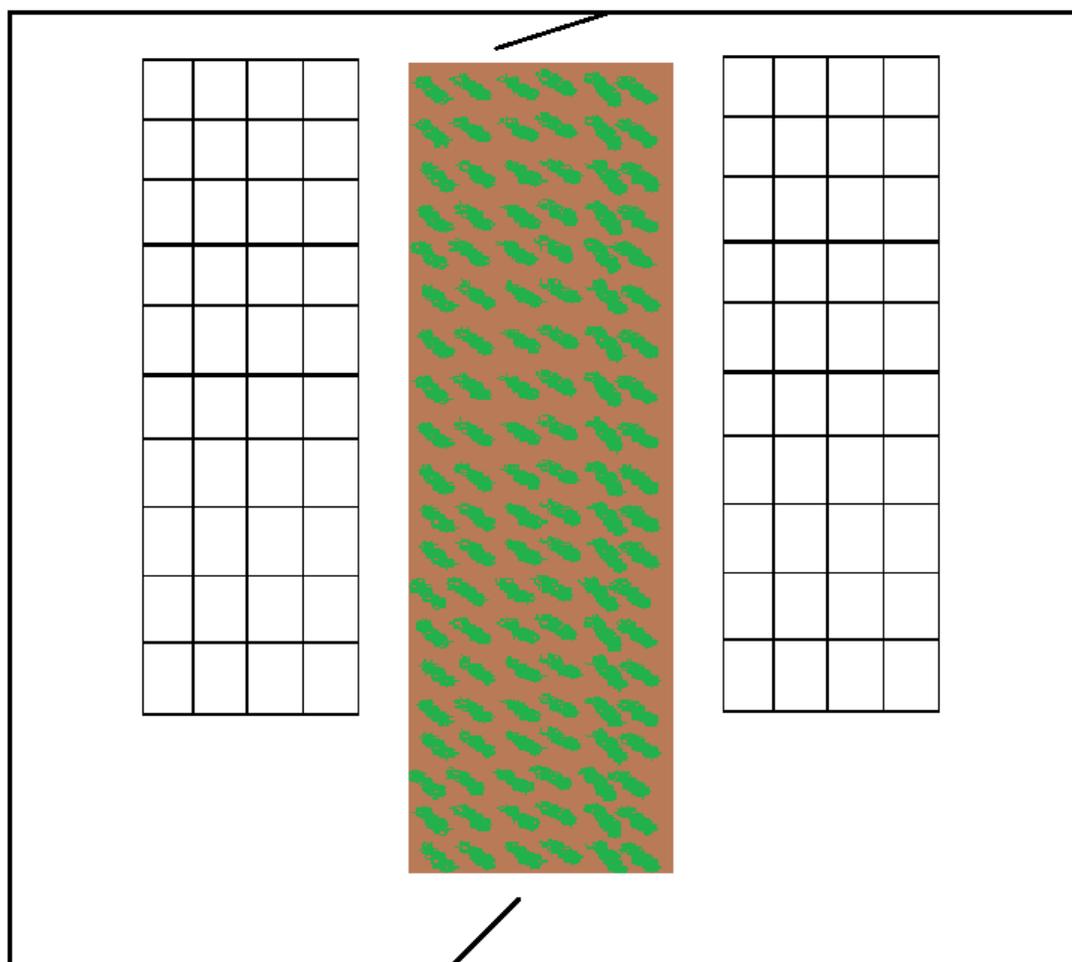


Gráfico 10 .Plano del predio - Elaboración propia

Se procede a la preparación de los caminos y a realizar la implantación de las plantas de vid, se utilizará el método en espaldera, sistema moderno implementado en las principales zonas productivas del mundo, por permitir la adopción de la

cosecha mecanizada, reducir riesgos ocasionados por patógenos asegurando la calidad.

El sistema de producción será agroecológico , para las variedades Malbec por su alta promoción y consumo interno en el país.

El asesoramiento técnico será por la empresa Juan Nahuel Alvarez SRL, equipo técnico que se encargará del desarrollo y manejo productivo de la quinta vitivinícola.

Asimismo, el emprendimiento se vinculará con instituciones públicas y privadas como lo son el INTA, COVIAR y Wines of Argentina.

Análisis Financiero

Los criterios para evaluar rentabilidad y viabilidad del proyecto surgen de calcular los siguientes indicadores:

- Relación Costo beneficio
- Periodo de recuperación de la inversión
- Tasa Interna de retorno (TIR)
- Valor actual neto (VAN)

Estructura del estudio

Para medir la rentabilidad económica y los requerimientos financieros se analizarán los flujos de fondos provenientes de las etapas principales en las que se agruparán las actividades que se ejecutan en este proyecto:

- Inversión inicial
- Venta de lotes
- Gastos de explotación
- Administración el predio (gastos de consorcio, de producción de vid y cosecha)

Se trabaja con flujos reales, con precios 2021 y tasa de descuento real.

El periodo de evaluación corresponde a 15 años, iniciando con el momento cero con la adquisición de la propiedad, para continuar con la venta de lotes e instalación en infraestructura en la zona de viviendas e implantación de viñedo en la parte de campo. Se determina y valúan los costos y beneficios de la construcción y explotación. Luego se construirá el Flujo de Fondos del Proyecto finalizando con el análisis de los indicadores de rentabilidad.

Al final del periodo se incluirá el valor del activo que le quedará al fideicomiso como resultado de este proyecto.

Inversión inicial

Adquisición del terreno desmontado: 60000 u\$d

Honorarios de escribano, pago de impuestos, certificados y comisión inmobiliaria (10-12%) : 6000 u\$d

Inversión en infraestructura

Para las amortizaciones en lo que respecta inmueble, red de agua, red de gas y red de luz no se amortizan.

Costos y beneficios del proyecto

En primera instancia se relevan los costos y beneficios atribuibles a la inversión, construcción y explotación. Se analizan los presupuestos proyectados de la construcción del fideicomiso a cargo de profesionales en agronomía, los ingresos de ventas se estiman a precios de mercado inmobiliario y vitivinícola, y los rendimientos por hectáreas según la edad de los viñedos.

Inversión inicial para el loteo Terrenos de 2000mt2	
División de terreno (agrimensor)	2000
Movimiento de suelos para apertura de calles	1600
Red Eléctrica	9300
Iluminación (Luminarias e instalación)	10000
Red de agua	2900
Red de agua (pozo, re de cañerías; cisternas;	4000
Red de Gas	6500
Portón Entrada	260
Casas para empleados (plantación, cosecha y poda)	18000
Garita de seguridad	520
Amenities (Quincho y Churraqueras)	10000
Compra de arboles para plantación	300
Parquizado (1ha de espacios comunes)	10000
Pileta 7X3 y colocación	3500
Alambrado perimetral calibre 16 de 10 mt	21200

Tabla Inversión inicial - Elaboración propia

Inversión en producción de vid (u\$s)	
Galpón	10000

Alambrado perimetral viñedo	10066
Sistema de riego	99500
Bomba Grunfos	4000
Perforación de pozo	30000
Bomba sumergible incluye tablero	10000
Equipo riego por goteo e instalacion	55500
Sistema de conducción	
Estacones/anclas	5354
Poste cabeceros espalderos	4692
Medios postes /inferior	26054
Alambre 17/15 (rollo/ha)	17257
Alambre medio (rollo/ha)	6830
Alambre nº 5 (kilos/ha)	2880
Griple	1035
Mano de obra enmaderación	16380
Plantación	
Plantas (plantas /ha)	2950
Mano de obra plantación (ha*10HH*5D*J)	16380
Protectores p/planta +caña	400
Contratación profesional	
Técnico especialista de Mendoza	10000
Ingeniero agrónomo de la producción	8000

Tabla Inversión vid- Elaboracion propia

Amortización de Activos (u\$s)	
Luminarias	833
Cierre perimetral	1060
Porton de entrada	13
Garita de seguridad	26
Amenities	200
Piscina	70
Casas de empleados	120
Galpón	200
Alambrado perimetral viñedo (400 mt*ha)	1081
Sistema de riego	9950
Plantación	894
Camioneta Pick Up	2000
Tractor viñatero	1800
Autolevador para tractor	291

Acoplados	194
Pulverizador Fumigador 12 V De Arrastre 65 Lts	54
Múltiple Viñatero	85
Desmalezadora	121
Tanque regador 15 mil lt	24
Cinzel	48,3
Tanque combustible De 45 Lts Con Medidor De Nivel	10
Materiales varios (palas, zapas, tijeras, etc)	121

Tabla amortizaciones - Elaboración propia

VAN	\$ 434.890,69
TIR	56%

Tabla resultados TIR Y VAN

Relación Costo/Beneficio

FLUJO DE CAJA			
PERIODO	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
0	409781,65	0	0
1		400000	236328,69
2		800000	137432,74
3		1200000	19197,39
4		0	19197,39
5		0	19197,39

VAN INGRESOS	\$ 1.751.246,50
VAN EGRESOS	\$ 334.436,80
VAN EGRESOS + INVERSIÓN	\$ 744.218,45
COSTO- BENEFICIO	\$ 2,35

como el número es mayor a 1 , entonces acepta

Tabla Relación Costo/Beneficio - Elaboración propia

Se determinó que el proyecto es viable a través de contemplación de costos , gastos, inversión y retorno de la inversión. En dos años de realización y llevando vendidos 60 lotes se alcanza el periodo de repago; el análisis de costo/beneficio también apunta a que el proyecto tiene total validez. El análisis del VAN (Valor Actual Neto), una herramienta de criterio de inversión, indica que es positivo , o sea es viable; El TIR (Tasa Interna de Retorno) otra herramienta de decisión demuestra que el proyecto de inversión será aceptado y refleja un bajo nivel de riesgo.

Conclusiones y aportes al tema

Por que conviene realizar un fideicomiso en Argentina (para los socios)

- Porque es una alternativa a invertir de forma segura.
- Porque en épocas pasadas los bancos tuvieron inconvenientes y la gente no recupero de forma total o parcial el dinero que invirtió.
- Porque el contrato está ideado para evitar salir perdiendo dinero y amparado por ley

Por que conviene realizar un fideicomiso en Argentina (para el fiduciario,yo)

- Porque existe un número de personas dispuestas a invertir en un fideicomiso que le ofrezca la comodidad de tener un viñedo en sus casas
- Porque conformaría gran experiencia en los agronegocios y permitiría seguir creciendo profesionalmente
- Porque actualmente existen fideicomisos inmobiliarios parecidos pero éste proyecto es muy interesante en cuanto a que permite seguir con la administración del negocio una vez finalizado el contrato

Si tenemos en cuenta estos datos provenientes del plan económico financiero desarrollado, queda demostrado que hay suficientes razones como para aceptar que el negocio es rentable.

Si además observamos la evolución de la cuenta de resultados del proyecto, se puede apreciar una tendencia alcista sostenida de los beneficios a partir del cierre del segundo ejercicio, que claramente permite ser optimistas respecto del futuro del proyecto.

Según los ratios financieros la empresa gozará tanto de un buen equilibrio financiero como económico. Es importante señalar que en ningún momento del horizonte de planeación, a excepción de los primeros tres años, la empresa se encontrará en situación de desequilibrio.

En estudio acerca de precios de inmuebles en la zona determinamos que U\$s 20.000 por la compra de cada lote es asequible en el mercado y eso sin tener en cuenta que el bien inmueble se irá valorizando aún más con el paso del tiempo y la cercanía a la ciudad principal.

Teniendo en cuenta que el precio de la parcela de las 35 ha es de U\$s 1.100.000, si llevamos a cabo la venta de los lotes tendríamos aproximadamente más del doble de la inversión por la compra y esto sería sin tener en cuenta la producción de vino más adelante.

Finalmente, podemos anticipar que el proyecto que se propone en este documento es perfectamente viable y, como será demostrado en la sección financiera, es también rentable y por lo tanto una alternativa de inversión a considerar para inversionistas extranjeros.

Bibliografía

<http://www.soler.com.ar/especiales/fid005.html> Osvaldo H. Soler y Asociados .
Diciembre 2019

<https://www.infobae.com/tendencias/2019/04/17/el-malbec-hoy-puede-convertirse-el-vino-insignia-de-la-argentina-en-una-categoria-global/>. Nota diario Infobae. Diciembre 2019

<https://www.diariodemocracia.com/vida/sociedad/185539-vino-provincia-buenos-aires-todo-simbolo-identidad/>. Diario Democracia. Diciembre 2019

<https://coviar.ar/vision-estrategica-de-la-vitivinicultura-argentina/>. Corporación vitivinícola Argentina. Enero 2020

<https://www.lanuevaradiosuarez.com.ar/ciudad/la-10-feria-del-vino-y-arte-en-la-sociedad-rural-fue-todo-un-exito-12472.html> Nota La Nueva Radio de Suarez Octubre 2021

https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/19047/CONICET_Digital_Nro.21803.pdf?sequence=1&isAllowed=y Planificación turística sustentable en el departamento de Lavalle, Mendoza, Argentina. Lic. Cecilia De Simón Octubre 2021

<https://racimo.usal.edu.ar/3250/1/500023033>
El turismo rural como elemento de comunicaci%C3%B3n.pdf Tesis monográfica “El Turismo Rural como Elemento de Comunicación” Milagros Balbiani Octubre 2021

https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-indicadores_plurianuales.pdf INTA Octubre 2021

<https://www.zonaprop.com.ar/noticias/mercado-inmobiliario/escritura-de-una-propiedad-cuales-son-los-pasos-a-seguir/> Zona Prop Inmobiliaria Octubre 2021

https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/epi_12_20.pdf INDEC Octubre 2021

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-consumo-de-vino-tuvo-en-2020-la-mayor-suba-en-cinco-anos> Argentina Gobierno Octubre 2021

<http://www.senasa.gob.ar/senasa-comunica/infografias/vinos-pampeanos-produccion-alternativa-que-nos-representa-en-el-pais-y-en-el-mundo> SENASA Diciembre 2020

<https://www.agritotal.com/nota/38924-vinos-pampeanos-la-provincia-sigue-apostando-a-la-actividad/> Agritotal Diciembre 2019

<https://sites.google.com/site/e392pampa/circuitos-productivos/circuitos-productivos-por-region/el-circuito-vitivinicola> Pampa ... Espacio . Tiempo y Economía Diciembre 2019

http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Cadenas%20de%20Valor%20de%20Alimentos%20y%20Bebidas/informes/Ficha_Cadena_vitivinicola.pdf Alimentos Argentinos Agosto 2021

https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4588/alvarezgei-implantacionviniedos.pdf
Alvarez Gei , AGS Proyecto de Implantación de viñedos Trabajo de Investigación (Tesis de grado Lic. En Administración) Universidad Nacional de Cuyo (2011)

Lara Mateos, MNLM Análisis de rentabilidad Privada de un proyecto Vitícola en Pedernal (provincia de San Juan) (Tesis de grado Lic. En Economía) Universidad Nacional de Cuyo (2012)

<https://www.fondovitivinicola.com.ar/el-desafio-de-hablarles-a-los-jovenes/>
Fondo Vitivinícola. Agosto 2021

<https://www.coronelsuarez.gob.ar/se-aprobo-la-ley-de-reactivacion-del-turismo-que-beneficios-establece-para-los-viajeros/> Coronel Suarez. Agosto 2021

https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-9__ analisis _de _suelos.pdf INTA.
Abril 2021