

---

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN DE VINO: EL CASO  
CHILENO EN PAÍSES EMERGENTES**

**CRISTOBAL PROBOSTE ALLENDE  
INGENIERO AGRÓNOMO**

**RESUMEN**

La industria del vino ha ido en aumento en cuanto a volumen y valor del vino exportado. Chile como país exportador de vino ha logrado situarse entre los principales países exportadores del mundo, siendo el cuarto a nivel mundial y el primero entre los países del nuevo mundo. En esta investigación se analizaron las ventajas competitivas, asociadas a la estructura de los costos arancelarios y los costos por litro de vino (Costo de compra de uva, costo de producción y comercialización y el costo seco). Además se realizó un análisis de la cadena de valor, en el cual se analizaron las actividades en la producción primaria, la industria de vinificación y la comercialización. Posteriormente se generaron recomendaciones de posicionamiento del sector vitivinícola chileno. Al analizar las ventajas competitivas se comparó el modelo exportador vitivinícola de Chile, con el de Argentina y Australia, ya que estos pertenecen a los países del nuevo mundo y están el mismo hemisferio y poseen casi los mismos mercados de exportación. En el primer análisis Chile resulto ser el país más competitivo por tener menores costos arancelarios y costos por litro de vino que Argentina y Australia. Lo que le da Chile una ventaja competitiva en las exportaciones. En el análisis de la cadena de valor de la producción primaria Chile, Argentina y Australia presentan ventajas en sus variedades insignia por las características propias y el volumen de producción, solo que Chile no es la variedad que más produce a diferencia de sus competidores que la mayor variedad producida es la insignia. En la industria de vinificación los vinos producidos se comercializan de dos formas fraccionadas y a granel, obteniendo más valor el primero, Chile y Argentina más del 50% son vinos fraccionados y en Australia más del 50% es a granel. En cuanto a tecnología e integración de viñedos los tres países presentan las mismas condiciones, las cuales influyen en la calidad del vino producido, pero se diferencian en cuanto a productividad de la mano de obra y los sistemas de conducción empleados. En la comercialización de vino Chile tiene volúmenes de venta similares entre sus principales importadores, mientras que Argentina y Australia concentran más

---

volúmenes ventas en los dos principales países importadores. Al generar la recomendación de posicionamiento, se basó según las deficiencias y las ventajas observadas en el análisis de competitividad y en la cadena de valor, proporcionando recomendaciones para potenciar las ventajas y disminuir las deficiencias en las exportaciones vitivinícolas de Chile.

## ABSTRACT

The wine industry has been increasing both volume and value of its exported wine. Chile, as a wine exporting country, has managed to become one of the world's leading exporters, the fourth largest in the world and the first within the new world. In this research the competitive advantages associated to the structure of tariff costs and the costs per liter of wine were analyzed (Purchase costs of grapes, production costs and commercialization and dry costs). In addition, a value chain analysis was carried out, in which the primary production activities, the wine industry and commercialization were analyzed. Subsequently, recommendations were made for the positioning of the Chilean wine sector. While analyzing the competitive advantages, Chile's export model was compared to Argentina's and Australia's, since these belong to the new world countries and are in the same hemisphere and have almost the same export markets. In the first analysis Chile proved to be the most competitive country due to lower tariff costs and lower costs per liter of wine than Argentina and Australia. This gives Chile a competitive exporting advantage. In the analysis of the value chain of primary production, all three countries present advantages in their flagship varieties due to their own characteristics and volume of production. However, Argentina and Australia produce significantly more of their flagship variety than the other varieties they produce. In the winemaking industry, the wines produced are sold in two forms, fractional and bulk, with the first being worth more. In Chile and Argentina more than 50% of the production is fractionated wines, whereas in Australia more than 50% is produced in bulk. In terms of technology and integration of vineyards, the three countries have similar conditions, which influence the quality of the wine produced. However, they differ in workforce productivity and the managing systems used. As for the marketing of wine, Chile has similar sales volumes among its main importers, while Argentina and Australia concentrate more sales volume in their two main importing countries. The market positioning recommendation of this thesis was based on the deficiencies and advantages observed in the analysis of competitiveness and in the value chain, suggesting ways to enhance the advantages and reduce the deficiencies in Chilean wine exports.