



“CONCENTRACIÓN INDUSTRIAL E INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO CHILENO DE VINOS ENVASADOS”

**CLAUDIO JIMÉNEZ URQUIETA
MARCELO MARTÍNEZ ROJAS
INGENIERO COMERCIAL**

RESUMEN

El atractivo mercado exportador, así como las ventajosas condiciones agroclimáticas que tiene Chile para el desarrollo de la industria vitivinícola ha traído consigo un masivo aumento de viñas. Entre 1991 y 2005 la producción de vides para vinificación aumentó de 238 a 376 millones de litros, generando una gran diversidad de competidores tanto en la calidad de los vinos como en el tamaño de las plantaciones, teniendo como consecuencia la proliferación de marcas propias.

La concentración de una industria no es tan simple como contar las empresas que están compitiendo, sino que ponderar un conjunto de variables como la participación de mercado, diferenciación del producto, la tecnología y la estabilidad en el tiempo de las empresas que forman la industria, en definitiva: el poder de mercado de las diferentes empresas; como una de las manifestaciones más potentes de las ventajas competitivas.

Este estudio muestra como la industria chilena del vino esta experimentando un comportamiento que va de moderadamente concentrada a altamente concentrada. Con tres empresas que acaparan mas del 70% del mercado dejando el resto a un numero de viñas superior a 150. A su vez la inestabilidad no parece ser significativa dado que el índice de inestabilidad (I) entre un año y otro de 2001 a 2005 es cercano a cero. En consideración con el aumento de las empresas que forman parte de la industria vitivinícola chilena nos encontramos con una intensidad estable en la competencia.

Un factor relevante en la evolución de esta industria es la comercialización y

los canales que esta ocupa, teniendo en los supermercados la vía principal de llegada al consumidor con un 48% del volumen vendido. Agregado a esto un importante aumento del valor de las ventas en los locales de consumo a partir de 2004.

En síntesis, los productores más pequeños optan por la diferenciación mientras que los gigantes afianzan su poder en las economías de escala; llevando a la industria a una concentración cada vez mas alta, lo que hace peligrar las características de competencia monopolística exhibidas por el mercado en el último tiempo.

Palabras clave: Concentración, poder de mercado, tecnología, volumen, diferenciación