



## **COMPETITIVIDAD, COMPORTAMIENTO Y EVOLUCION DEL VINO CHILENO EN LOS MERCADOS DE DESTINO**

**FERNANDO ANDRES ESCOBAR ROJAS  
INGENIERO AGRÓNOMO**

### **RESUMEN**

Este estudio tiene como objetivo general estudiar los cambios en la competitividad, comportamiento y evolución que ha tenido el vino chileno en los mercados de destino. Los objetivos específicos son:

- Estudiar la evolución de las exportaciones chilenas de vinos, para el periodo que se extiende desde el año 1995 al año 2005.
- Analizar la competitividad del vino chileno, respecto de los vinos de países competidores, en los diferentes mercados de destino.

Para este efecto, en primer lugar se recopiló información sobre la evolución de las exportaciones chilenas de vinos, en base a documentos y estadísticas pertenecientes a la Asociación de Productores de Vinos Finos de Exportación (Chilevid A.G.). Para el análisis de la competitividad se recogió información de la revista electrónica norteamericana *Winespectator*, de donde se obtuvo la nomina de vinos chilenos y de países competidores, en los mercados de Estados Unidos, Alemania, Canadá y Reino Unido. El estudio se centró en vinos clasificados por *Winespectator*, como muy buenos ("Very Good") y sobresalientes ("Outstanding). Posteriormente se investigó el precio al detalle para cada marca de vino obtenida, en cada uno de los mercados de interés, empleando para el efecto el buscador especializado de comercio electrónico *Wine-Search*. Una vez completado esta parte del estudio, fue

posible deducir cuan competitivos son los vinos chilenos respecto de sus competidores, en cada uno de los mercados de destino.

El estudio permitió obtener las siguientes conclusiones: (i) la producción y exportación de vino chileno ha aumentado en el periodo de estudio, pasando de 446 y 126 MMLt en 1995, a 892 y 420 MMLt, en 2005, respectivamente; (ii) el precio FOB del vino chileno mostró un comportamiento cíclico durante el período estudiado, y una tendencia positiva, aumentando a razón de US\$ 0,02 por litro al año; (iii) el valor exportado ha aumentado proporcionalmente más que el volumen, lo que indica un incremento en el precio FOB para el periodo 1995-2005; (iv) los principales mercados en la exportación de vino chileno, corresponden a Europa y América del Norte quienes abarcan más del 80% de las exportaciones totales, y (v) los vinos chilenos se venden en los principales mercados de destino a precios inferiores que vinos de similar calidad provenientes de los países competidores, lo que permite concluir que la industria vitivinícola nacional es altamente competitiva.

## ABSTRACT

This study aims at determining the competitiveness of the Chilean wine in the international markets. Specifically, the following objectives were pursued:

- To study the evolution of the Chilean wine exports during the period 1995 through 2005.
- To analyze the competitiveness of the Chilean wine in the export markets.

To this effect a database was compiled on Chilean wine exports. To analyze the competitiveness, the wines rated as “Very good” and “Outstanding” by the electronic journal *Winespectator* were identified, both from Chile as well as from other competing countries. Subsequently, the retail price for these wines was investigated in the United States, Germany, Canada and the United Kingdom. With this information it was possible to establish the competitiveness of the Chilean wines in the main export markets.

The study allowed to reach to the following conclusions: (i) Chilean wine production and exports have increased during the period under study, from 446 and 126 million litres in 1995, to 892 and 420 million litres in 2005, respectively; (ii) the FOB price showed a cyclic behaviour during the period under study, and a positive trend, increasing US\$0.02 per litre per annum; (iii) the value of exports have increased at a higher rate than volume during the period studied, resulting in a higher FOB price; (iv) the most important markets for the Chilean wine are Europe and North America, that concentrate more than 80% of total exports; (v) Chilean wines of the same quality than those of competing countries are sold at inferior retail prices in the export markets, which supports the conclusion that the national wine industry is highly competitive.