



Análisis descriptivo de los atributos del vino embotellado y su incidencia en el precio cobrado al consumidor en el mercado nacional

Memoria para optar al título de Ingeniería
Comercial

Alumnos: Cristian Navarrete García-Daniel Rivas Rivas.

Profesor guía: Rodrigo Romo Muñoz

17/03/2015



Chillán, 18 de marzo de 2015.

Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS ATRIBUTOS DEL VINO EMBOTELLADO Y SU INCIDENCIA EN EL PRECIO COBRADO AL CONSUMIDOR EN EL MERCADO NACIONAL", de los alumnos Cristian Marcelo Navarrete García y Daniel Alejandro Rivas Rivas.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6,8 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,


Rodrigo Romo Muñoz
Profesor Guía


Nataly Guíñez Cabrera
Profesor Informante


Omar Acuña M.
Director de Escuela

CC. - Director de Escuela Ingeniería Comercial
- Alumnos(as)
- Archivo



Índice de gráficos	3
Índice de tablas.....	4
Resumen.	5
Palabras Claves.	6
Capítulo I Introducción y Justificación	7
1.2 Objetivo General:	14
1.3 Objetivos Específicos:	14
Capítulo II Antecedentes del sector vitivinícola en el ámbito mundial y nacional.....	15
2.1 Producción:	16
2.1.1 Producción mundial de vino:.....	16
2.1.2 Producción nacional de vino:.....	20
2.2. Consumo de Vino:	25
2.2.1 Consumo Mundial de Vino:.....	25
2.2.2. Consumo nacional de Vino:	29
2.3. Exportación:	31
2.3.1 Exportación a nivel mundial:	31
2.3.2. Exportación nacional de vino:.....	34
2.4. Importación:	39
2.4.1. Importaciones de vino a nivel mundial:	39
2.4.2. Importaciones de vino a nivel nacional:	43
Capítulo III Metodología	45
3.1 Recolección de datos:	46
3.2 Análisis de datos:.....	46
Capítulo IV Resultados.....	47
4.1 Resultados base de datos:	48
Capítulo V Conclusiones	59
5.1 Conclusiones	60
Referencias Bibliográficas.....	64



Índice de gráficos

Gráfico 1: Producción mundial	16
Gráfico 2: Producción por continente.....	17
Gráfico 3: Evolución de la producción nacional.	20
Gráfico 4: Participación por Valle en la producción nacional.	25
Gráfico 5: Evolución del consumo mundial (Millones de Hectolitros).	26
Gráfico 6: Consumo de países tradicionales (Millones de hectolitros).	27
Gráfico 7: Consumo de países emergentes (Millones de hectolitros).....	28
Gráfico 8: Consumo per cápita de países tradicionales (Litros).....	28
Gráfico 9: Consumo per cápita países emergentes (litros).	29
Gráfico 10: Consumo de vino en Chile, Mhl.	30
Gráfico 11: Consumo per cápita de Chile (Litros).....	31
Gráfico 12: Exportaciones mundiales, 2001- 2012 millones de lts.	34
Gráfico 13: Evolución de exportaciones nacionales.....	34
Gráfico 14: Porcentaje de Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2011. ..	38
Gráfico 15: Porcentaje de Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2012. ..	39
Gráfico 16: Evolución de las importaciones mundiales, Mhl.	40
Gráfico 17: Evolución de importaciones por continentes, Mhl.	41
Gráfico 18: Importaciones países viejo mundo, Mhl.....	42
Gráfico 19: Importaciones países emergentes, Mhl.	43
Gráfico 20: Evolución de las importaciones chilenas, Litros.	44
Gráfico 21: Tipos de Vinos, Tinto y Blanco.....	48
Gráfico 22: Cepas Vino Tinto.	49
Gráfico 23: Cepas Vino Blanco.	50
Gráfico 24: Valles Vino Tinto.....	51
Gráfico 25: Valles Vino Blanco.....	51
Gráfico 26: Mención de Calidad, Vino Tinto.	52
Gráfico 27: Mención de Calidad, Vino Blanco.	53
Gráfico 28: Puntuación Vinos Tintos.....	54
Gráfico 29: Puntuación Vinos Blancos.....	55
Gráfico 30: Percepción Vino Tinto.	56
Gráfico 31: Percepción Vinos Tintos.....	56
Gráfico 32: Percepción Vinos Blancos.....	57



Gráfico 33: Percepción Vinos Blancos..... 58

Índice de tablas

Tabla 1: Producción de países tradicionales, Mhl.	18
Tabla 2: Producción de países emergentes, Mhl.	18
Tabla 3: Variación de los principales países productores.	19
Tabla 4: Participación de Valles vitivinícolas de Chile.....	24
Tabla 5: Evolución de exportaciones mundiales (2011-2012).	33
Tabla 6: Ranking de principales exportadores nacionales, 2011.....	35
Tabla 7: Ranking de principales exportadores nacionales, 2012.....	36
Tabla 8: Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2011.....	37
Tabla 9: Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2012.....	37



Resumen.

El vino es un producto muy apetecido a nivel mundial, existe una gran cantidad de mercados en todo el mundo a los cuales se puede llegar con este producto. Sin embargo, también existen una variada cantidad de países productores tanto tradicionales (Francia, Italia, España) como emergentes (Chile, Argentina, Australia) lo cual hace que este mercado sea muy competitivo e interesante de investigar.

Chile es un país emergente en el mercado del vino, aunque en la actualidad es reconocido en distintas partes del mundo por algunos factores como son: La reputación de sus vinos, la calidad y sus bajos precios en comparación a otros mercados tradicionales; factores que se han desarrollado gracias a las excelentes condiciones climáticas y ambientales que posee el país para la producción, debido a esto es que se encuentra posicionado entre los 10 primeros productores y comercializadores del mundo.

Que Chile sea un país emergente en la industria del vino tiene relación con la escasa creación de estudios que examinen el mercado nacional. Es por esto que se pretende realizar esta investigación que tiene como objetivo describir los principales atributos del vino embotellado y la incidencia que tienen estos atributos en el precio cobrado al consumidor final, a través de la mayor cantidad de variables posible.

Para desarrollar este estudio se confeccionó una base de datos de la conocida revista nacional, Club de Amantes del Vino (CAV), donde el trabajo consistió en la recolección de 1.179 tipos de vinos entre tintos y blancos, identificando la variedad (cepa), el origen (zona norte, centro o sur del país), la mención de calidad (nacional e internacional), el ranking (puntuación de los expertos), además del precio de mercado y algunos atributos organolépticos (frescor, cuerpo, dulzura o astringencia).

La metodología utilizada es de carácter descriptivo, se calculó precios mínimos y máximos, precios promedios y desviaciones estándar. Con el fin observar la relación que existe entre cada variable y el precio de mercado, establecer que variables son las que predominan en el mercado chileno.

Algunos de los resultados obtenidos son, que del total de vinos identificados, 948 pertenecen a cepas tintas (80%) y 231 son cepas blancas (20%), las cepas mas



producidas en Chile son, Cabernet Sauvignon (20%), los Ensamblajes Tintos (17%), Carmenere (16%), el Sauvignon Blanc (10%) y el Chardonnay (6%). La zona más productora es la zona central, la que comprende desde el valle de Aconcagua hasta el valle de Maule (93%). Con respecto a la mención de calidad, se encontró que la mayoría de los vinos de la muestra utiliza una mención de calidad nacional (reserva 37% y gran reserva 33%), en lo que respecta a la internacional, los vinos Premium tiene un 16%, los súper Premium un 9% y los icono un 6%. Con respecto al ranking los vinos con puntajes entre 89 y 92 puntos predominan con un 62%, seguido por vinos con puntaje entre 85 y 88 con un 31%. Finalmente se observa que el promedio de los vinos tintos es de \$13.373 (con una desviación estándar de \$17.715), por su parte los vinos blancos obtuvieron un precio promedio de \$8.779 (con una desviación estándar de 3.820).

Lo que se observa con esta investigación es que existen diferencias estadísticamente muy significativas en la mayoría de los factores de los vinos tinto, como por ejemplo, en las cepas, el origen de los vinos, las menciones de calidad internacional, en los vinos con puntaje superior a los 89 puntos y en las percepciones.

Palabras Claves.

Vino Embotellado, Atributos del Vino, Precio Promedio, Desviación Estándar.



Capítulo I

Introducción y Justificación



El vino es un producto conocido mundialmente, el cual ha sufrido importantes transformaciones en producción y consumo a través de su historia. A nivel mundial, la producción de vino ha disminuido en un 6% con respecto a los últimos años (2008/2012), siendo Europa el continente con la mayor producción, seguido en segundo lugar por América y el tercer lugar se reparte entre Asia y Oceanía. A pesar de esta disminución, en América la producción ha aumentado en un 3% en los últimos años (2008/2012), siendo Chile el país que más ha incrementado, con un 45%. Con respecto al consumo cabe señalar que a nivel mundial este ha descendido en un 3%, siendo los países tradicionales (Francia, Italia y España) los que más han disminuido, llegando a un promedio de un 24% entre estos tres países. A pesar de esto, los países emergentes han aumentado el consumo, donde por ejemplo Estados Unidos incrementó un 37%, el Reino Unido en un 29%, Australia aumentó en un 38% y Chile en un 19%.

En la literatura de marketing, Spawton (1991) identifica cuatro categorías diferentes de consumidores de vino: I) los conocedores, II) los potenciales bebedores, III) los consumidores de vino y IV) los nuevos consumidores de vino. Sea cual sea la categoría de consumidor, los principales factores que influyen en la decisión de compra son, la experiencia previa que se tenga sobre ese vino y el conocimiento del propio producto, ya sea de la región de producción, la marca, la etiqueta, la ocasión en la que se consumirá y el precio de este (Alfranca y Burriel, 2010). Sin embargo, es conocido que la calidad de un vino no se puede comprobar hasta que se consume, por ende existe un riesgo para el consumidor en la hora de realizar una compra. Este riesgo es menor para las botellas de bajo costo y también para las botellas de alto costo, esto ya que el riesgo aumenta a medida que aumenta la percepción de inversión económica, es decir el precio de la botella. Para los vinos baratos, el riesgo para los consumidores es bajo, debido a que los consumidores tienen poco que perder por el costo que le involucra esta botella. Por su parte, los que compran vinos caros, suelen conocer muy bien los diferentes atributos que resultan relevantes al momento de comprar y consumir el producto. El riesgo se hace más alto cuando el vino que se compra es de precio medio, esto porque el consumidor debe seleccionar y conocer diferentes atributos del producto, como por ejemplo un gran número de variedades de vinos, año de cosecha, cepa, diferentes bodegas, entre otros, que son en su mayoría desconocidos para el consumidor.



En la literatura, también se encuentran disponibles numerosos estudios que intentan determinar los atributos que resultan más importantes para el consumidor. Un primer grupo de trabajo utiliza metodologías de encuestas a consumidores o focus group. A través de la aplicación de encuestas o dinámicas con grupos de consumidores, los investigadores tratan de recoger esta información de los distintos atributos, donde la mayoría de estos estudios se realizan en España (Gil y Sánchez, 1998; Angulo, Gil, García y Sánchez, 2000; Morilla y Martínez, 2000) y Ortuzar y Alfranca, 2010) y Francia (Combris et al, 2000 y Ashenfelter, 2008). Existe un segundo grupo de trabajo que busca conocer la valoración de mercado de los diferentes atributos del vino utilizando como enfoque metodológico los precios hedónicos. Esta metodología supone que el precio de mercado se forma a partir de la interacción entre oferentes y demandantes del producto. En el caso de la industria chilena de vino, se observa que se aproxima a una competencia perfecta, en donde existen muchas viñas pequeñas que se han dedicado a la producción de vino. Además en este mercado, oferentes y demandantes actúan como formadores de precio.

La metodología de precios hedónicos parte de la base de que el precio de un producto no es más que la suma de atributos implícitos. En este sentido, un precio de mercado recoge de forma adecuada los distintos atributos que están presentes en un producto. Los primeros trabajos realizados con esta metodología corresponden a Waugh (1928) y a Rosen (1974). A partir de ahí se han realizado numerosos estudios aplicando la metodología de precios hedónicos. El vino, sin duda, es el producto que se ha analizado más ampliamente por el método de precios hedónicos en la industria agroalimentaria, con más de 25 estudios, tales como Oczkowski, 1993; Gil y Sánchez, 1997, Angulo et. Al., 2000; Combris et. Al., 2000; Schamel y Anderson, 2003; Melo, Buzeta y Marshall, 2005; Lecoq y Visser, 2006; Schamel, 2006; Troncoso y Aguirre, 2006; Rodríguez y Castillo, 2009; Benfratello, et al., 2009; y Ortuzar y Alfranca, 2010; Boatto, et al., 2011; Panzone, 2011. Esto es en gran parte porque el vino es un producto altamente diferenciado, donde los atributos influyen significativamente en el precio final.

Como se mencionó anteriormente un importante número de autores han aplicado la metodología hedónica para analizar la importancia de ciertos atributos en el precio de un vino, esto a partir de la base teórica propuesta por Rosen (1974), que dice que el precio de un bien se puede descomponer en un conjunto de atributos del bien. En el caso



del vino, el precio de mercado depende de variados atributos, entre los cuales se destacan la denominación de origen, cepa, edad, reputación y la calidad (Buzeta et al., 2005). El primer autor en realizar un estudio utilizando la metodología hedónica en un vino es Oczkowski (1993), posteriormente lo siguen distintos autores como Nerlove (1995), Combris, Lecocq y Visser (1997), Gil y Sánchez (1997 y 1998), Landon y Smith (1998) y Angulo, Gil, Gracia y Sánchez (2000), entre otros.

Según la literatura, España es el país que posee la mayor cantidad de estudios relacionados con la determinación de los atributos del vino. En estos estudios se han utilizado diferentes fuentes de información, como por ejemplo la de Gil y Sánchez (1998), los cuales obtuvieron sus datos de la literatura, con esto llegaron a una muestra de 2.048 observaciones. Angulo, Gil, García y Sánchez (2000) obtuvieron su información del Libro Guía de Vinos Gourmets 1998, el cual les proporcionó 222 muestras de vinos tintos de calidad, Morilla y Martínez (2000), consiguieron sus datos de la Guía Peñín de los vinos de España 1999 y 2000, la que les otorgó una muestra de 2.000 vinos representativos de la producción nacional y finalmente se encuentra Ortuzar y Alfranca (2010) los que utilizaron paneles de consumidores para la obtención de datos, adquiriendo una muestra de los precios de los vinos de 340 supermercados a nivel nacional. Sin embargo estos autores no sólo han utilizado fuentes de información heterogénea para sus investigaciones, sino que además la metodología que han utilizada también es diferente. Ellos han utilizado metodologías como la de estimación por método de mínimos cuadrados, el modelo logit multinomial, el modelo log-lineal y la estadística descriptiva de las variables cuantitativas, respectivamente.

Lo que nos muestran estos estudios es que sus fuentes de información y sus respectivas metodologías entregan resultados heterogéneos, pero que de cierta manera coinciden en cuáles son los atributos que más afectan en el precio de este mercado. Los factores que influyen negativamente en el precio son principalmente el año de la cosecha y la variedad de la uva, y los que influyen positivamente en el precio son la denominación de origen y la calificación de un experto.

Otro de los países del viejo mundo es Francia, en donde a diferencia de lo observado en los estudios realizados en España, posee solamente dos estudios relacionados con la determinación de los atributos que inciden de mayor manera en el precio. Uno de los estudios es el realizado por Combris et al (2000), quienes utilizaron



como fuente de información la revista francesa llamada 50 Millones de Consumidores realizada por el instituto nacional del consumo (INC), edición 1992 y 1993, donde la edición del año 1992 se obtuvo una muestra de 193 observaciones y en la edición del año 1993 una muestra de 613 observaciones. Además se reconoce un segundo estudio realizado por Ashenfelter (2008) que utilizó como base de datos la información de 10 cosechas o vendimias de 6 empresas productoras, quienes les entregaron una muestra de 60 vinos de distinta calidad. Las metodologías utilizadas fueron la de mínimos cuadrados ordinarios y un análisis descriptivo, respectivamente. Los resultados del primer estudio fue que el atributo que más influye positivamente son las características que se muestran en la botella, además del ranking y el año de la vendimia. En el caso de Ashenfelter (2008) la conclusión mostró que la cosecha y un productor conocido son los atributos que afectan positivamente en el precio y la cantidad de la cosecha en un determinado año es un factor que determina el precio de forma negativa.

En el caso de estudios realizados en el nuevo mundo, que lo constituyen países como Australia, Chile y Estados Unidos, también se han realizado pero en menor cantidad estudios sobre los atributos que inciden de mayor manera en el precio del vino. En Australia, al igual que en otros países del nuevo mundo son pocos los estudios de precios hedónicos que se han realizado, sin embargo y aun siendo un país emergente en la industria del vino, el primer trabajo de precios hedónicos fue realizado en este país. El autor de esta investigación fue Oczkowski (1994), quien utilizando como fuente de información una conocida guía de consumidores de vinos, en sus ediciones 1992 y 1993, obtuvo una muestra de 1.604 tipos de vinos para realizar su estudio. Sumado a este autor se encuentran Schamel y Anderson (2003), quienes también hicieron una investigación sobre los vinos de Australia a través del método de precios hedónicos. Para realizar el estudio utilizaron como base de datos a James Halliday (1992-2000) y la revista de vinos populares de Australia Winestate (1992-1999), de las cuales obtuvieron una muestra de 6.866 vinos.

Claramente se observa que las fuentes de información que utilizaron estos autores así como el número de observaciones utilizadas en los diferentes estudios son distintas, sin embargo la metodología que utilizaron es la misma, la de log-lineal. Los resultados obtenidos por Oczkowski (1994), son que los factores que más influyen de forma positiva en el precio es la calificación de calidad, potencial de guarda y cosecha de la uva (año); y



de forma negativa la variedad de la uva, región de la uva y tamaño de productor. En cambio para Schamel y Anderson (2003), los resultados fueron que la puntuación de los jueces y la reputación de la región son factores positivos a la hora de determinar el precio y la variedad de uva afecta manera negativa. Lo que nos muestran estos resultados es que en el mercado australiano los factores que más determinan el precio del vino son similares en ambos estudios, esto independiente de la muestra de datos utilizada.

Con respecto a los estudios realizados en Estados Unidos, podemos señalar que hasta ahora sólo se han desarrollado dos estudios. El primer estudio es el de Troncoso y Aguirre (2006), en donde la muestra se obtuvo de la base de datos de la revista especializada Wine Spectator, la cual contiene evaluaciones de 110 mil vinos de todos los países vitivinícolas del mundo. En este estudio se consideró un total de 2.063 observaciones de vinos tintos y blancos, que fueron vendimiados entre los años 1979 y 2002. Este estudio además consideraba atributos o variables como la calidad, cepa, año de vendimia, valle de origen y el precio detallista recomendado. La variable dependiente que usaron fue el precio al detalle de referencia recomendado por Wine Spectator en dólares por botella y las variables independientes fueron la calidad y envejecimiento, que fueron tratadas como variables continuas, y la cepa, el valle de origen y la asociatividad se trataron como variables binarias. Como resultado de este estudio se obtiene que las cepas y valles de origen son mucho más influyentes en el precio del vino que las notas de calidad y el envejecimiento. Otra observación es que todas las cepas tintas tienen impactos positivos en los precios, no así las cepas blancas que tienen impactos positivos y negativos.

Chile no es la excepción a la regla, ya que al igual que en la mayoría de los países del nuevo mundo, los estudios de precios hedónicos que se han realizado son escasos. Una vez investigada la literatura del país se encuentran los estudios hechos por Buzeta (2005), quien utiliza como fuente de información a los supermercados de Santiago de Chile y los vinos que estos poseían en sus góndolas en el año 2003, obteniendo una muestra de 576 vinos chilenos y la metodología que utilizaron para realizar su investigación fue la forma funcional no Lineal (log- lineal), dando como resultados que los atributos que afectan positivamente los precios del vino son la viña, la cepa, edad, denominación de origen, el grado alcohólico y si son orgánicos o si poseen medallas, y de manera negativa el envase y el volumen.



El otro estudio elaborado en Chile es el de Mora, Magner y Marchant (2010), quienes para realizar su trabajo utilizaron como fuente de información una encuesta realizada entre los meses de Octubre y Diciembre del año 2007 a los consumidores de vino de la comuna de la Florida (365.563 habitantes), de donde obtuvieron una muestra de 420 encuestas. La metodología que se utilizó en esta investigación fue mediante el método de Ward (a través del análisis de varianzas (ANDEVA) para variables continuas y tablas de contingencia utilizando el estadístico chi cuadrado en el caso de variables discretas) dando como resultado que los factores que tienen un impacto positivo en el precio son el tipo de vino (joven, crianza o reserva), denominación de origen, precio y ocasión.

Esto deja como evidencia que en este mercado los factores que predominan en forma positiva para determinar el precio de los consumidores son la edad y la denominación de origen y de forma negativa el envase y el volumen.

Finalmente se puede mencionar que una vez analizada la literatura existente en los distintos mercados tradicionales y emergentes, se puede decir que independientemente de las fuentes de información utilizada, la cantidad de muestras obtenidas y de la metodología ocupada, solo la denominación de origen y la calificación de calidad son factores que se repiten, lo que nos dice que existe una gran heterogeneidad en los distintos mercados.

Por lo tanto lo que se pretende con este trabajo es realizar un aporte a los consumidores, productores y toda persona que le interese el mundo del vino en Chile, mejorando y aportando a los estudios existentes en nuestro país, a través de una descripción de los atributos que realmente inciden en el precio final cobrado al consumidor. Además se pretende realizar una comparación donde se observe si los atributos que determinan el precio en los mercados a nivel mundial afectan de la misma forma al mercado nacional.



1.2 Objetivo General:

Determinar de forma descriptiva los atributos que inciden en el precio final cobrado al consumidor del vino embotellado en el mercado nacional.

1.3 Objetivos Específicos:

- ✓ Especificar los atributos más relevantes del vino que se encuentran disponibles para la venta al consumidor final a nivel nacional.
- ✓ Analizar la importancia que tienen los diferentes atributos en el precio final del vino chileno embotellado.
- ✓ Identificar cuáles son los atributos que generan un aumento o disminución del precio final a nivel del consumidor de vino embotellado a nivel nacional.



Capítulo II

Antecedentes del sector vitivinícola en el ámbito mundial y nacional

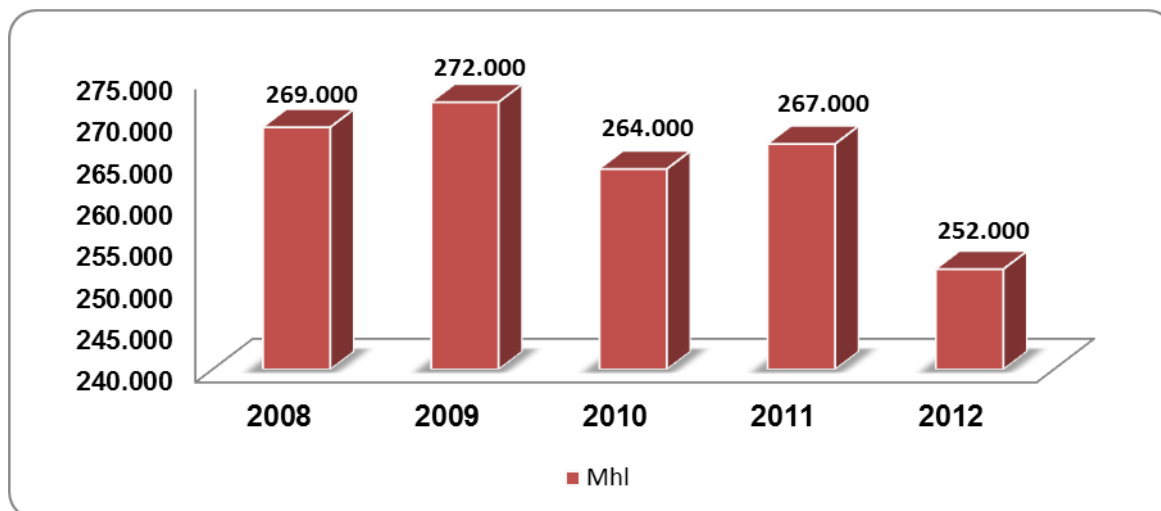


2.1 Producción:

2.1.1 Producción mundial de vino:

El vino es un producto conocido mundialmente, el cual ha sufrido importantes transformaciones a través de su historia, ya sea en el ámbito de la producción y el consumo. A nivel mundial, Europa es el continente con la mayor producción de vino, seguido en segundo lugar por América y el tercer lugar lo comparte Asia y Oceanía. Sin embargo, la producción de vino en el mundo ha disminuido un 6% con respecto a los últimos años. A pesar de esta disminución, en América la producción de vino aumentó en un 3% en los últimos años, siendo Chile el país que más ha aumentado su producción con un 45%. Como se observa en el gráfico 1, la producción mundial de vino ha ido disminuyendo en los últimos cinco años, esto se puede ver reflejado en el año 2012, donde la producción alcanzó los 141 Mhl, situándose un 10% más abajo en el año 2008 (OIV, 2012).

Gráfico 1: Producción mundial



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

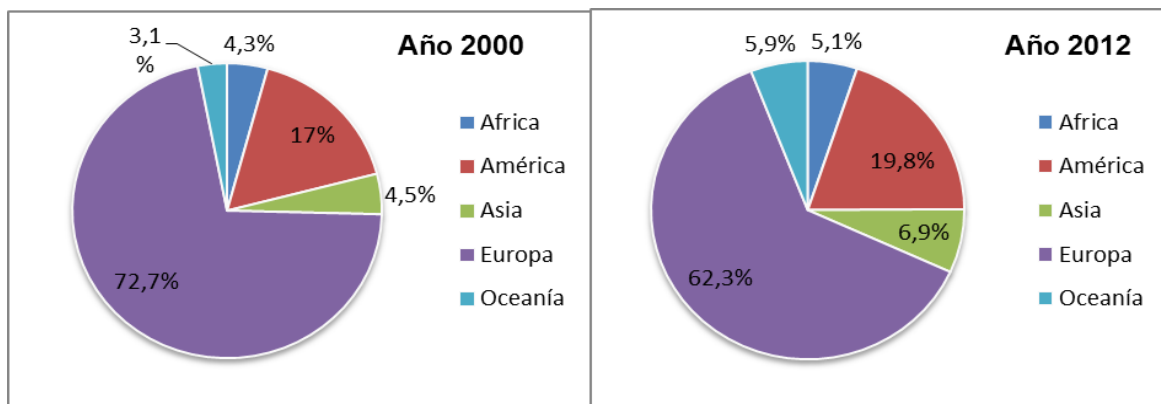
Como se mencionó anteriormente la producción mundial ha disminuido en un 6%, donde el continente Europeo es el único que registra una disminución en la producción de vino, el cual disminuyó en un 10%. América registra un aumento en la producción de un 3%, Asia también registra un aumento de un 2% y los continentes de África y Oceanía



tuvieron un aumento de un 1% y 3% respectivamente (OIV, 2012). Dentro de los países que componen estos continentes, se puede señalar que son cuatro los países que han incrementado su producción de vino (Chile 45%, Australia 2%, Portugal 8% y China 18%). Con esto podemos ver que los países del nuevo mundo (Chile, Australia, Portugal, entre otros) están cada año tomando una mayor participación en la industria del vino a nivel mundial. Por su parte, los países del viejo mundo (Francia, España e Italia) están disminuyendo sus producciones debido a los cambios meteorológicos y a la reducción de los viñedos (OIV, 2012).

Como se observa en el gráfico 2 y de acuerdo a lo mencionado anteriormente, se puede ver que el continente europeo es el único que ha disminuido su producción, pasando de un 73% en el año 2000 a un 62% en el año 2012. Además América y Oceanía son los continentes que más ha aumentado su producción con un 3% aproximadamente.

Gráfico 2: Producción por continente



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Ya conocida la situación a nivel de continentes, ahora es necesario observar cómo ha ido variando la producción de vino a nivel mundial en cada uno de los países. En cuanto a los países del viejo mundo destacan Francia, Italia y España como los principales productores de vino. Además de estos países se integra Portugal, el cual pertenece a los países emergentes en cuanto a producción de vino. A continuación se presenta una tabla 1 donde se resumen los principales productores de Europa.



Tabla 1: Producción de países tradicionales, Mhl.

País/año	2008	2009	2010	2011	2012
Francia	42.654	46.269	44.322	50.757	41.422
Italia	46.970	47.314	48.525	42.772	40.060
España	35.913	36.093	35.353	33.397	30.392
Portugal	5.689	5.868	7.133	5.610	6.141

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012.

De la Tabla 1 se desprende que existe una disminución de la producción de vino de los principales países productores, por ejemplo Francia tiene una disminución de un 3% dentro de los 5 años, Italia y España tienen un 15% de disminución también comparando los 5 años y Portugal (que pertenece a los países emergentes) tiene un aumento en su producción de vino en un 8%. Además cabe destacar que el porcentaje de participación de estos cuatro productores de vino europeos, promedian (2008-2012) un 49% de participación total de producción de vino en el mundo.

Con respecto a los países emergentes como se observa en la tabla 2, son cuatro los países que más se destacan (sin incluir a Portugal, mencionado anteriormente), Estados Unidos, Chile, Argentina y South África.

Tabla 2: Producción de países emergentes, Mhl.

País/año	2008	2009	2010	2011	2012
USA	19.340	21.695	20.887	19.187	20.510
Chile	8.683	10.093	8.844	10.464	12.554
Argentina	14.676	12.135	16.250	15.473	11.778
Sudáfrica	10.165	9.986	9.327	9.324	10.037

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

De esta tabla se puede desprender que Chile es el país que más ha aumentado (45%) la producción de vino de los países emergentes, seguido por Estados Unidos con



un 6%. Argentina y Sudáfrica registran una disminución de un 20% y un 1% respectivamente. Además, el porcentaje de participación (2008-2012) de estos cuatro países es de un 20% del total de los países productores de vino en el mundo.

A continuación se presenta la tabla 3 con los principales países productores de vino a nivel mundial con sus respectivas variaciones desde el año 2008 hasta el año 2012.

Tabla 3: Variación de los principales países productores.

País	Mhl	% Variación 2008-2012
Alemania	9.012	-10%
Argentina	11.778	-20%
Australia	12.660	2%
Brasil	2.917	-21%
Chile	12.544	45%
China	14.880	18%
España	30.392	-15%
USA	20.510	-1%
Francia	41.422	-3%
Italia	40.060	-15%
Portugal	6.141	8%
Rusia	6.400	-10%
Sudáfrica	10.037	-1%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Como se puede observar, son cuatro los países que han incrementado sus producciones, donde el país que ha tenido un mayor aumento en sus producciones de vino es Chile, con un 45%, seguido por China con un incremento del 18%, Portugal con un 8% y Australia con un 2%. En cuanto a los países del viejo mundo (Francia, España e Italia) y que a su vez son los países con la mayor producción de vino en el mundo, se

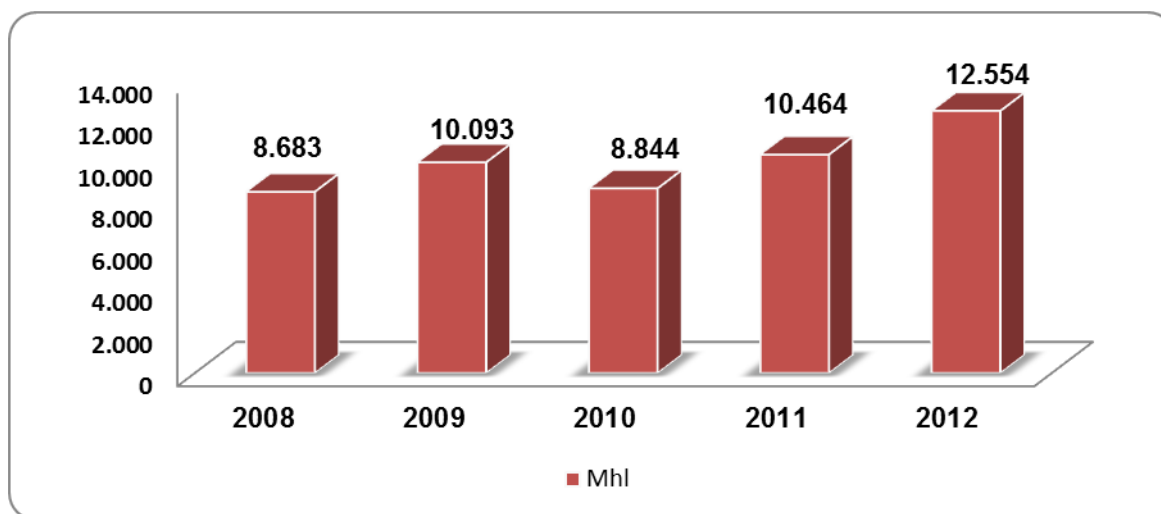


observa que todos han tenido una disminución en la producción, la cual llega a un 3%, 15% y 15% respectivamente.

2.1.2 Producción nacional de vino:

En cuanto a la producción nacional de vino, Chile es un país que ha ido progresando en la producción de vino, esto se puede ver reflejado en el lugar que ocupa a nivel mundial (séptimo) en cuanto a la producción. Haciendo una comparación desde el año 2008 hasta el año 2012, como se puede observar en el gráfico 3, existe un notorio incremento en la producción de vino, el cual pasó de producir 8.683 Mhl en el año 2008 a producir 12.554 Mhl en el año 2012 (OIV, 2012). Con esto se puede ver que hubo un aumento de un 45% aproximadamente en la producción de vino nacional. Además considerando la producción de estos 5 años, nos da un promedio de producción total de 10.128 Mhl.

Gráfico 3: Evolución de la producción nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

A partir de los datos del gráfico 3, se puede extraer que la producción de vino en Chile se ha incrementado en los últimos cinco años, alcanzando un 45% más que el año 2008. Además hay que destacar que la producción de vino en Chile se ha incrementado, desde el año 2000 al año 2012, en un 88%. En el año 2010 se puede ver que existió una disminución de 1.249 Mhl en la producción de vino. Esta disminución estuvo dada por el terremoto que sufrió nuestro país, donde específicamente afectó a la zona centro sur del



país. A causa de este terremoto, las pérdidas del producto se debieron a las caídas de las barricas o estanque en los cuales se añeja el vino y que al mismo tiempo almacena este producto. Tal y como se mencionó anteriormente, la producción del año 2012 fue de 12.554 Mhl, la cual está compuesta por la producción de vino para consumo, viníferas (11.876 Mhl) y de mesa (678 Mhl). Cabe destacar que esta producción no incluye la producción de mostos concentrados ni chicha. Además la producción de vino pisquero (vino para destilación) alcanzó un total de 105.958 (miles de litros) en el año 2012. El total de la producción de vino nacional en el año 2012, equivale a un 5% de la producción total realizada a nivel mundial en el mismo año, lo que hace que Chile sea el país con mayor porcentaje de participación a nivel Sudamericano.

En Chile son varias las regiones en las cuales se produce vino, a continuación se muestra los valles que existen a lo largo de Chile, junto con una descripción de cada uno de estos.

Chile cuenta con uno de los terrenos más finos del mundo para la producción de vino, ofreciendo una gran cantidad de diferentes suelos y climas para la producción de una amplia variedad de vino. Más específicamente son 14 regiones vinícolas desde el valle de Elqui (norte del país) hasta el valle del Biobío (sur del país). A continuación se presentan los principales valles vitivinícolas de Chile con sus principales características.

- Valle del Elqui (508 hectáreas): Es uno de los valles más lindos de Chile. Aquí las condiciones climáticas para el cultivo de la uva son muy buenas, ya que es un valle bien ventilado y seco, cuenta con un sistema de riego integrado y suelos ricos en nutrientes y capaces de almacenar agua. En este valle se asientan las destilerías que producen el Pisco Chileno, el cual es un destilado de la uva moscatel.
- Valle de Limarí (1.667 hectáreas): Este valle fue descubierto en los años noventa. Posee condiciones similares a las del Valle del Elqui. Abarca casi 1.700 hectáreas, de las cuales el 50% aproximadamente están sembradas con Cabernet Sauvignon. Esta es una de las regiones vitícolas más emergentes de Chile, donde actualmente existen muchos proyectos para seguir desarrollando su producción vinícola.
- Valle de Choapa (136 hectáreas): Este valle se ubica en el punto más angosto de Chile, un lugar donde no hay diferencias entre la cordillera de los Andes y la



cordillera de la Costa. Este pequeño valle consta de dos sectores: Illapel y Salamanca. En este valle se produce la uva Syrah y la Cabernet Sauvignon de alta calidad.

- Valle de Aconcagua (1.098 hectáreas): El Valle de Aconcagua ofrece condiciones climatológicas ideales para el cultivo de la vid, con días calurosos y noches frescas y húmedas. La producción de vino comenzó alrededor del año 1870, donde se cultivan diversas variedades como la Cabernet Sauvignon, la Merlot, la Cabernet Franc y la Syrah. A pesar de que su superficie cultivada apenas sobrepasa el 10%, el Syrah es considerado el vino emblemático del Valle de Aconcagua.
- Valle de Casablanca (4.142 hectáreas): Este valle se extiende entre los Andes y la cordillera de la costa, lo que hace que sus condiciones sean ideales para la maduración lenta de sus uvas, permitiendo conservar el sabor y aroma intenso de las cepas blancas. En este valle la principal producción son cultivos destinados a la cepa Chardonnay, la cual equivale al 75% de la producción total del valle. Además se cultivan otras variedades como la Sauvignon Blanc, la Pinot Noir, la Merlot y la Riesling (en Chile se encuentra de manera muy escasa). El total de la superficie plantada es cercana a las 4.000 hectáreas. Hoy en día, junto a la producción de vinos de exportación de alta calidad coexisten los primeros proyectos chilenos para la producción de vinos orgánicos.
- Valle de San Antonio, Leyda (327 hectáreas): En esta nueva región vitivinícola, los esfuerzos son retribuidos con vinos blancos finos, con acidez y gran frescor mineral y con vinos tintos especiados, que llaman cada vez más la atención.
- Valle del Maipo (10.800 hectáreas): Esta región vitícola es la más conocida de Chile. En este valle se elaboran los vinos de exportación más exitosos. Gracias a las condiciones climáticas, son las cepas tintas las que maduran de mejor forma. Es por esto que de las 10.000 hectáreas cultivadas aproximadamente, el 80% están destinadas para el cultivo de las cepas tintas, como el Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenere, Syrah, Cabernet Franc y Malbec. En las hectáreas restantes (2.000), se cultivan cepas blancas como la Chardonnay, Sauvignon Blanc y el Semillón.
- Valle de Rapel (10.889 hectáreas): Aquí se encuentran dos de las regiones vitícolas chilenas más prestigiosas y reconocidas a nivel internacional. Una de ellas es el Valle Cachapoal ubicado al sur de Rancagua y el otro es el Valle de Colchagua. La existencia de diversos microclimas, permite que se den las



condiciones necesarias para el cultivo de diferentes cepas. Gracias a estas características, casi todas las cepas crecen perfectamente, como la Chardonnay, Sauvignon Blanc, Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah, Carmenere o Malbec. De estas cepas, la Merlot y la Carmenere son las que han alcanzado un mayor reconocimiento, a pesar de ser las menos productivas y cultivadas de la región.

- Valle de Colchagua (23.368 hectáreas): Colchagua, la parte más sureña del Valle de Rapel, es una de las regiones vitivinícolas más conocidas de Chile. Ha recibido generosos aplausos por sus vinos Cabernet, Carmenère, Syrah y Malbec, que regularmente sobresalen en los rankings mundiales de vinos destacados. La mayoría de las bodegas se agrupa en el centro del valle, aunque ya hay nuevas plantaciones que empiezan a encaramarse por las laderas de los cerros y a explorar la frontera oeste de la zona, cercana al mar.
- Valle de Curicó (19.091 hectáreas): Esta es una de las zonas vitícolas más meridionales de Chile. En esta zona se encuentra el cultivo de cepas blancas más grandes de Chile. Este valle cultiva cerca de 18.000 h., donde predomina la Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc, Merlot y Chardonnay. En esta región se encuentra la segunda bodega más grande del país, la Viña San Pedro. El Valle de Curicó fue escenario de una de las modernizaciones tecnológicas más grandes de la industria vitícola de Chile.
- Valle del Maule (31.483 hectáreas): Esta es una de las dos regiones que reclama el título de Cuna del Vino Chileno. En este frío valle se cultivan todas las grandes variedades blancas y tintas. El Carmenere es considerado como el vino típico de la región, donde incluso existe un evento propio dedicado a esta variedad, la noche del Carmenere.
- Valle del Itata (10.504 hectáreas): Es de las zonas vinícolas tradicionales de Chile. Esta región ha producido vinos de mesa simples, sin embargo en los últimos años, también se ha comenzado a producir vinos de alta calidad. La superficie que se cultiva es de aproximadamente 10.000 h. destinados a cepas rústicas, como la uva país y la moscatel. Cabe destacar además que en los últimos años se han dedicado cerca de 1.000 h. para el cultivo de Chardonnay y el Cabernet Sauvignon.
- Valle del Bío Bío (3.524 hectáreas): En este valle, al igual que el Valle del Itata, se cultivan las cepas rústicas como la uva País y la Moscatel para la producción de vinos de mesa. Las condiciones climáticas del Bío Bío favorecen el cultivo de



cepas nobles, ya que estas necesitan un periodo de maduración más largo. Las principales cepas son la Sauvignon Blanc, Pinot Noir, Riesling y Chardonnay.

- Valle de Malleco (17 hectáreas): El valle de Malleco es la apelación más austral de Chile, aunque ya se han plantado algunos viñedos experimentales aún más al sur, en Osorno. La zona ha probado ser excepcional para el Chardonnay y los ensayos con Pinot Noir parecen prometedores. Sin embargo, una alta pluviometría y temporadas de crecimiento más breves convierten a este valle en un lugar más riesgoso para la mayoría de las otras variedades.

A continuación se presenta la tabla 4 la que cuenta con los valles vitivinícolas de Chile y con sus porcentajes de participación con respecto al total de hectáreas que cada valle produce. Cabe señalar que el total de hectáreas vinícolas de Chile son 117.554.

Tabla 4: Participación de Valles vitivinícolas de Chile.

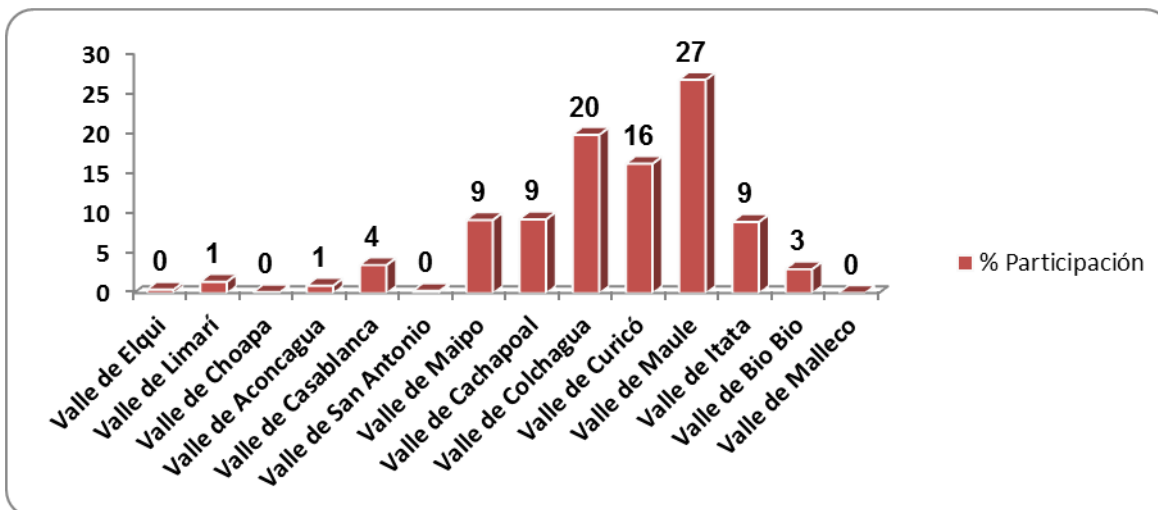
Valles	Número de Hectáreas	% Participación
Valle de Elqui	508	0
Valle de Limarí	1.667	1
Valle de Choapa	136	0
Valle de Aconcagua	1.098	1
Valle de Casablanca	4.142	4
Valle de San Antonio	327	0
Valle de Maipo	10.800	9
Valle de Cachapoal	10.889	9
Valle de Colchagua	23.368	20
Valle de Curicó	19.091	16
Valle de Maule	31.483	27
Valle de Itata	10.504	9
Valle de Biobío	3.524	3
Valle de Malleco	17	0
Total	117.554	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012



Además se muestra el gráfico 4, el que cuenta con el porcentaje de participación de cada valle de Chile.

Gráfico 4: Participación por Valle en la producción nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

A modo de resumen podemos decir que Chile en los últimos años ha tenido un importante incremento en la producción de vino. Esto además se ha visto favorecido por las condiciones climáticas que posee nuestro país, las cuales hacen posible la producción de vino a lo largo de todo Chile. Otro aspecto a destacar es que Chile cada año toma una mayor participación en la industria del vino a nivel mundial, siendo reconocido por los grandes productores del mundo como Francia, Italia y España.

2.2. Consumo de Vino:

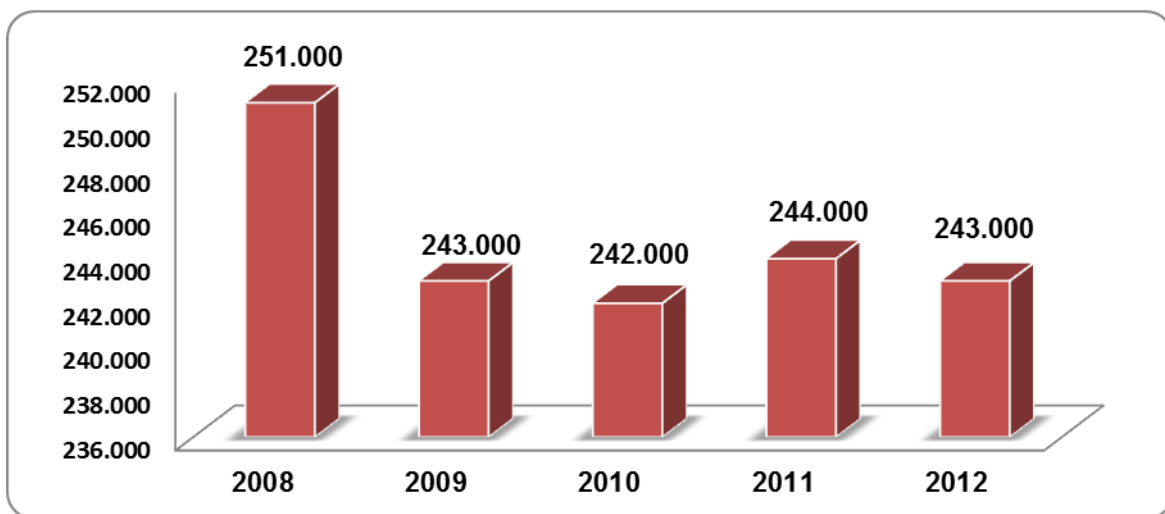
2.2.1 Consumo Mundial de Vino:

El consumo mundial de vino ha sufrido constantes variaciones desde la crisis económica del 2008, donde las economías de los principales países consumidores de vino no han podido recuperarse completamente (ViveAgro, 2010). Sumado a esto está el cambio en los hábitos de consumo y la baja producción que han manifestado en los últimos años los principales productores de vino, lo cual ha generado una gran caída en la adquisición por parte de estos países (tradicionales), disminuyendo en cerca de 1 millón de hectolitros (Mhl), en el último año y que en cifras representa una caída del 2% del consumo mundial en 5 años, Organización de la Viña y el Vino (OIV, 2012). Reflejo de estos factores



y como se muestra en el gráfico 5, es que el consumo pasó de unos considerables 251.000 miles de hectolitros (mhl) en el año 2008 hasta los 243.000 mhl consumidos en el año 2012, lo que equivale a un 3 % menos del total de este producto, (OIV, 2012). Sin embargo, también se puede mencionar que existen países denominados del nuevo mundo los cuales han contribuido a que el consumo mundial de vino no continúe en descenso, aportando con un gran porcentaje de la cuota de mercado 27% (OIV, 2012). Incluso uno de estos países (EEUU) está a punto de dominar el consumo de vino a nivel mundial.

Gráfico 5: Evolución del consumo mundial (Millones de Hectolitros).

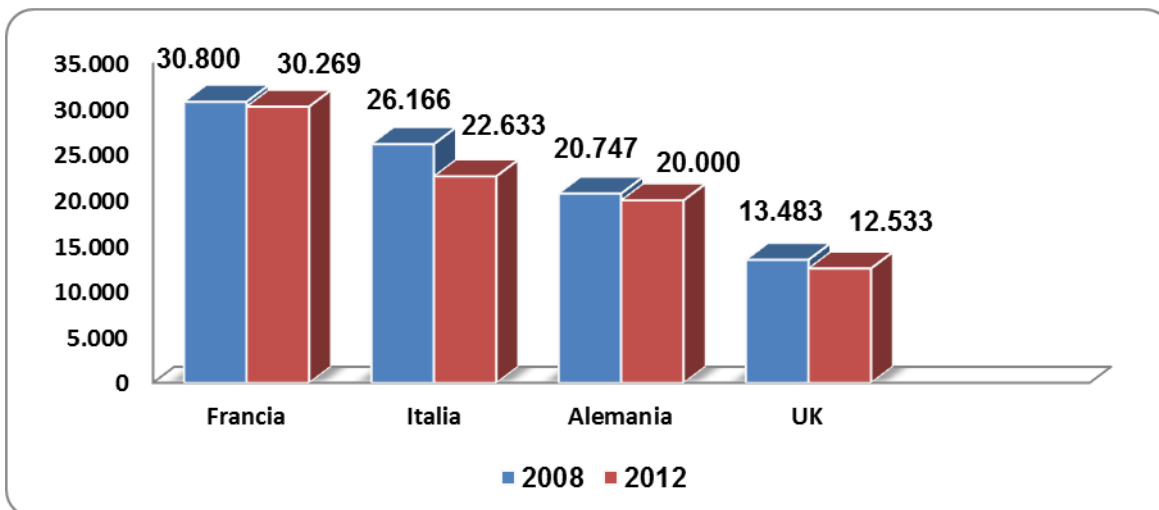


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Como queda demostrado en las cifras del gráfico 6, Sin lugar a dudas el continente que más consume vino históricamente y en la actualidad es Europa y dentro de este continente los países que tradicionalmente consumen más vino son, Francia, Italia, España, Alemania y UK, alcanzando cerca del 40% del consumo total del mundo. Pero debido a los factores mencionados anteriormente, y además sumado a que en la actualidad se prefieren vinos de mayor calidad antes que cantidad, los totales consumidos han disminuido considerablemente entre el año 2008 y 2012.



Gráfico 6: Consumo de países tradicionales (Millones de hectolitros).

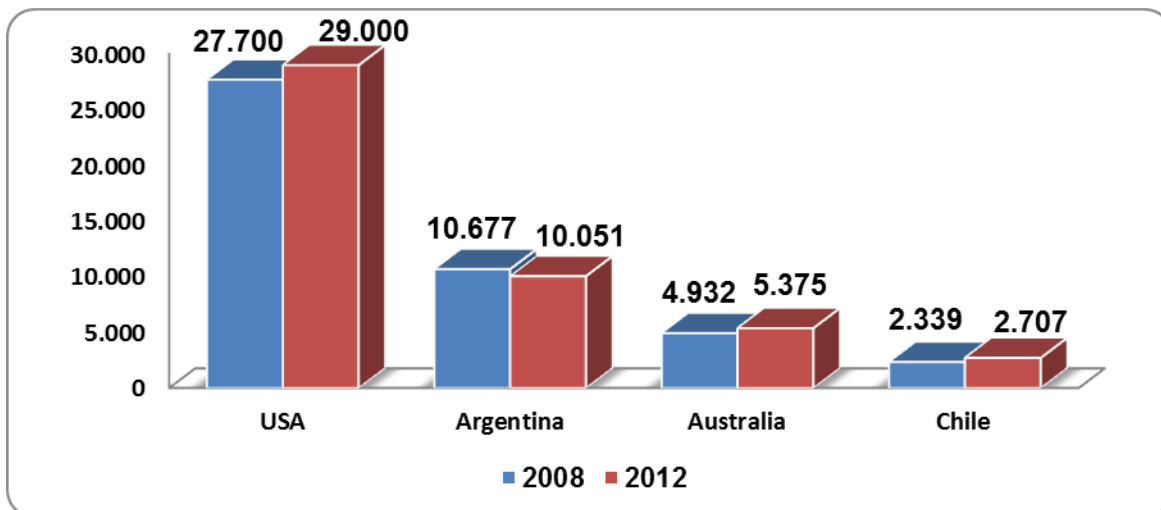


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Sin embargo, como se muestra en el gráfico 7, existen una serie de países denominados “nuevo mundo” los cuales consumen una importante cantidad de vino, específicamente el 27% del total mundial al año 2012, un importante 3 % más de lo que consumían hace 5 años (OIV, 2012). Principalmente este cambio es impulsado por el crecimiento de sus mercados. Hablamos del mercado de Estados Unidos y China quienes en los últimos 5 años han aumentados su consumo en 2.536 Mhl. Factor que ha colaborado a que la demanda de vino mundial, se mantenga en niveles estables y sólo disminuya en una pequeña cantidad. Incluso se predice que en los próximos años EEUU pasara a liderar el consumo mundial, gracias a que los estadounidenses aprecian cada vez más el vino y su población es mucho mayor. Los países del denominado nuevo mundo son EEUU, China, Argentina, Australia y Canadá entre otros. Quienes muestran los niveles de consumo que se exponen a continuación.



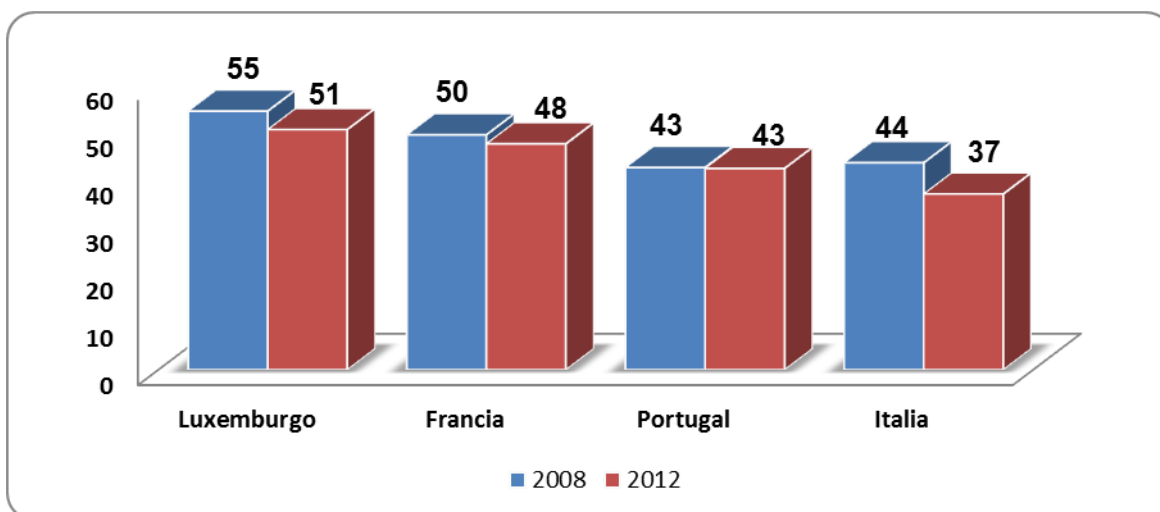
Gráfico 7: Consumo de países emergentes (Millones de hectolitros).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Ahora bien si hablamos del consumo per cápita, como se ve en el gráfico 8 los países que dominan la adquisición de este tipo de producto y su respectivo porcentaje de consumo en los últimos 5 años son. Luxemburgo (-7%), Francia (-4%), Portugal (0%) e Italia (-15%), en la Unión Europea, (OIV, 2012). Los que siguen con la tendencia de disminuir la adquisición y por ende el consumo a nivel mundial.

Gráfico 8: Consumo per cápita de países tradicionales (Litros).

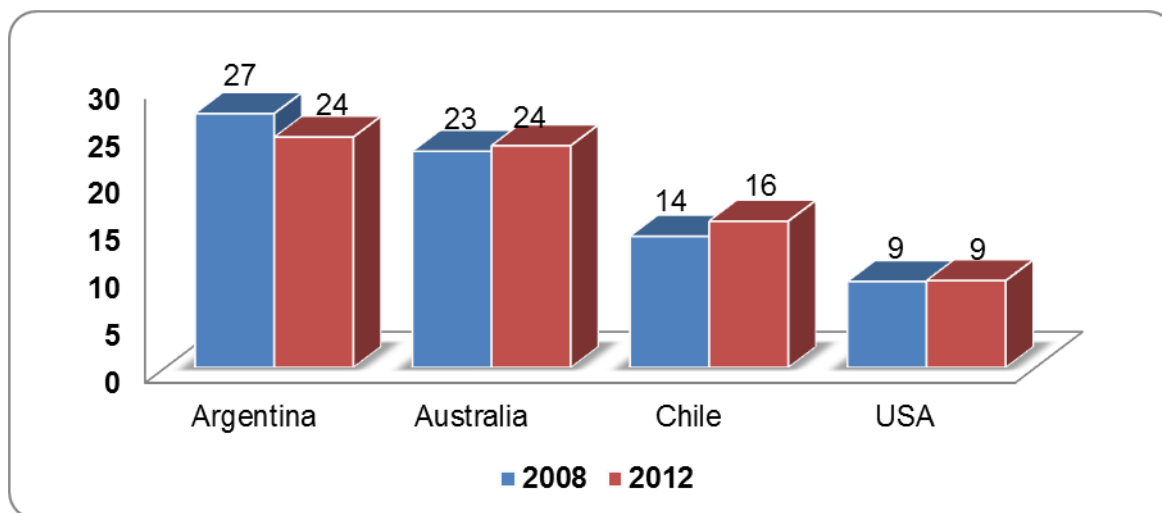




Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Aunque también se debe mencionar que estos países (UE), si son comparados con los del nuevo mundo, como lo muestra el gráfico 9, aún mantienen una enorme brecha en lo que se refiere a consumo per cápita de vino. Lo que se explica principalmente por la cantidad de habitantes que poseen estas naciones, las del nuevo mundo, como lo son EEUU y China. Los principales consumidores per cápita de los países del nuevo mundo y sus respectivas evoluciones de consumo en los últimos 5 años son, Argentina (-9%), Australia (3%), Chile (12%) y USA (1%), quienes siguen con una tendencia de crecimiento.

Gráfico 9: Consumo per cápita países emergentes (litros).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

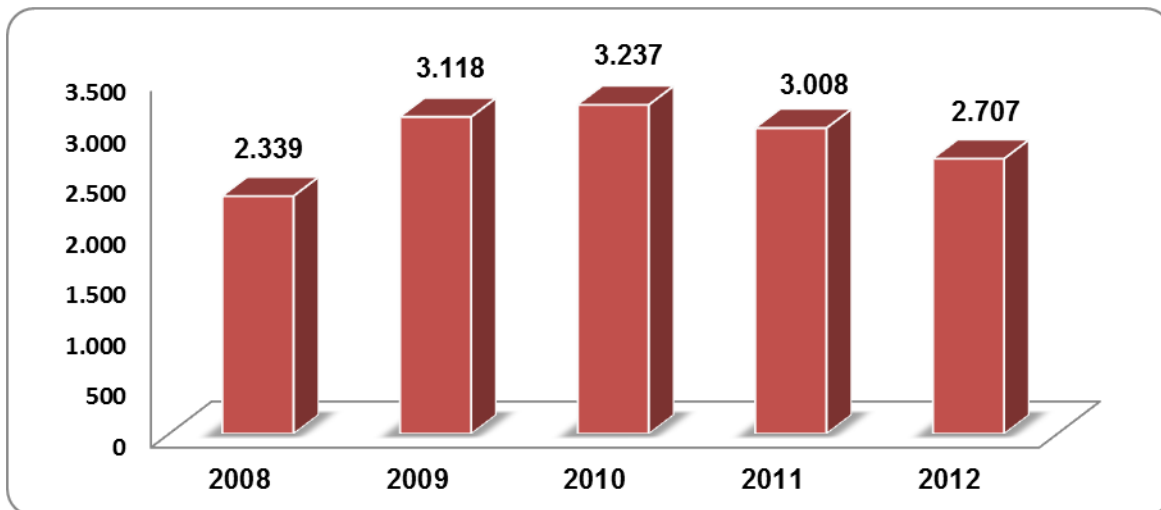
2.2.2. Consumo nacional de Vino:

Como lo muestra el gráfico 10 el consumo de Vino en Chile en el año 2012 fue de 2.707 Mhl. Manteniéndose como el tercer mayor mercado de vino en Latinoamérica. Lo cual nos muestra un aumento del consumo de vino en los últimos 5 años que asciende hasta un 16%. Sin embargo, las cifras muestran también que en relación al 2011 el consumo disminuyó en un 10%, lo cual se debe principalmente a factores como nuevas leyes para el consumo de alcohol en el país y aumento de precios en los de los vinos de



menor calidad. Factores a los que los consumidores no se han acostumbrado y que tienen un impacto negativo en la adquisición de este producto.

Gráfico 10: Consumo de vino en Chile, Mhl.

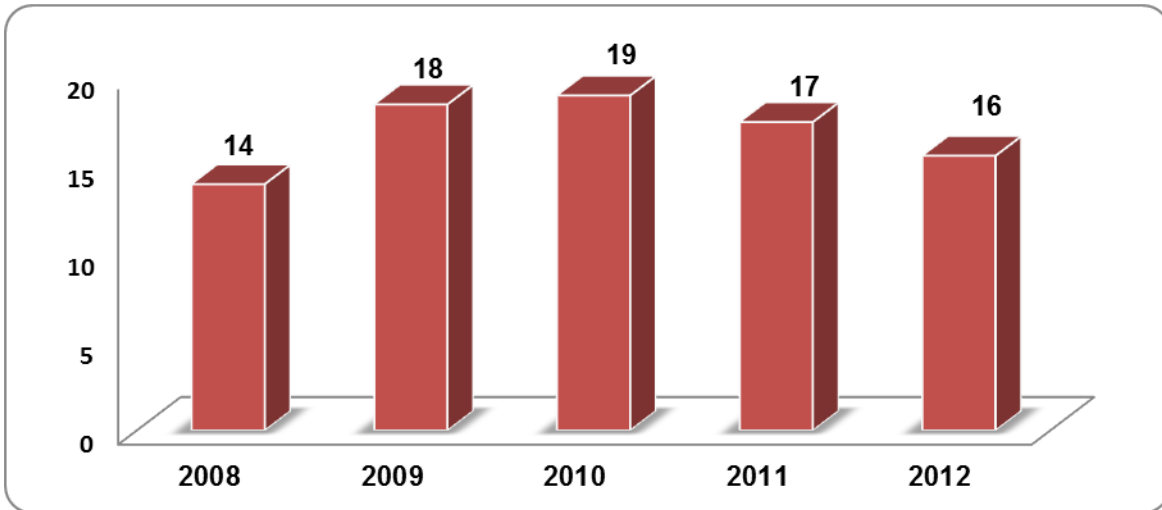


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Como se observa en el gráfico 11 en relación al consumo per cápita del país y haciendo un análisis de los últimos años, el consumo de los chilenos ha variado considerablemente, pasando de 14 litros en el año 2008, alcanzando casi los 19 litros en el 2010 y disminuyendo a 16 litros en el año 2012, lo que refleja una variación del 12% en los últimos 5 años y una disminución del 11% entre el 2011-2012 (OIV, 2012). Esta baja en el consumo per cápita de los últimos 2 años se da porque el mercado del vino masivo y de bajo precio ha ido retrocediendo, dando paso a que el mercado prefiera vinos de un nivel más Premium, es decir de mayor costo. Lo que queda reflejado en las cifras de Nielsen, donde señala que el 51% del consumo en Chile corresponde a botella, un 46% a vino en caja y un 3% a envases plásticos y latas. Además con los nuevos impuestos que el gobierno pretende implantar a las bebidas alcohólicas (2,3 UTM por hectolitro de vino, que se traduciría en \$920 de tributo por cada litro, 737 pesos más de lo que actualmente se paga en tributo por cada litro de vino SOFOFA, 2013), se prevé una baja mayor en el consumo per cápita del país.



Gráfico 11: Consumo per cápita de Chile (Litros).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

2.3. Exportación:

2.3.1 Exportación a nivel mundial:

Los intercambios mundiales de vino aumentaron en un 8% en el año 2012 en valor, pero disminuyeron en un 2% en volumen (World Vitiviniculture, 2012). Las exportaciones a nivel mundial hoy en día se comercializan a un mayor precio, además existe una disminución de los volúmenes de exportación disponibles, dando como resultado una reducción de vino a granel, particularmente para los productores europeos. En el mercado mundial, que es considerado como la suma de las exportaciones de todos los países, alcanzó 102 Mhl en el año 2012, según datos de la OIV. Este mercado mundial considera a más de 80 países.

En el año 2012 las exportaciones mundiales de vino representaron un 40% aproximadamente del consumo mundial, esto en comparación al 35% que representaba en el año 2006. Con esto se puede observar que existe una tendencia estable en los últimos años sobre el crecimiento constante de los intercambios internacionales, haciendo referencia a que las caídas del consumo en los países que son tradicionales productores de vino se están viendo compensados por el incremento en países cuyas necesidades de vino superan a su propia producción, por lo que se ven obligados a importar vino. Además



en los últimos años se ha observado un muy buen desarrollo de las exportaciones de vino provenientes de los países pertenecientes al “Nuevo Mundo”. Dentro de este nuevo mundo destacan países como Chile, Australia, Argentina, Nueva Zelanda, entre otros, los cuales están ganando una cuota de mercado progresivamente. Esta cuota de mercado viene dado por un impulso positivo en las ventas de vinos más económicos.

Como se muestra en la tabla 5 los mayores exportadores del mundo son países del viejo mundo, el cual está liderado por Francia, Italia y España. Estos principales exportadores representan casi el 90% del valor total y más del 92% del volumen total de vino. Los productores tradicionales crecieron a un ritmo promedio de un 7% en euros en el año 2012, en comparación al ritmo de crecimiento de los nuevos exportadores que alcanzó un 12%. Sin embargo, las ventas de los productores tradicionales disminuyeron en un 6% en cuanto a volumen, mientras que la venta de los nuevos productores aumentó en un 6%. A pesar de esto, los precios promedio de exportación crecieron más rápido en el viejo mundo (14%), que en el nuevo mundo (5%) (OIV, 2012).



Tabla 5: Evolución de exportaciones mundiales (2011-2012).

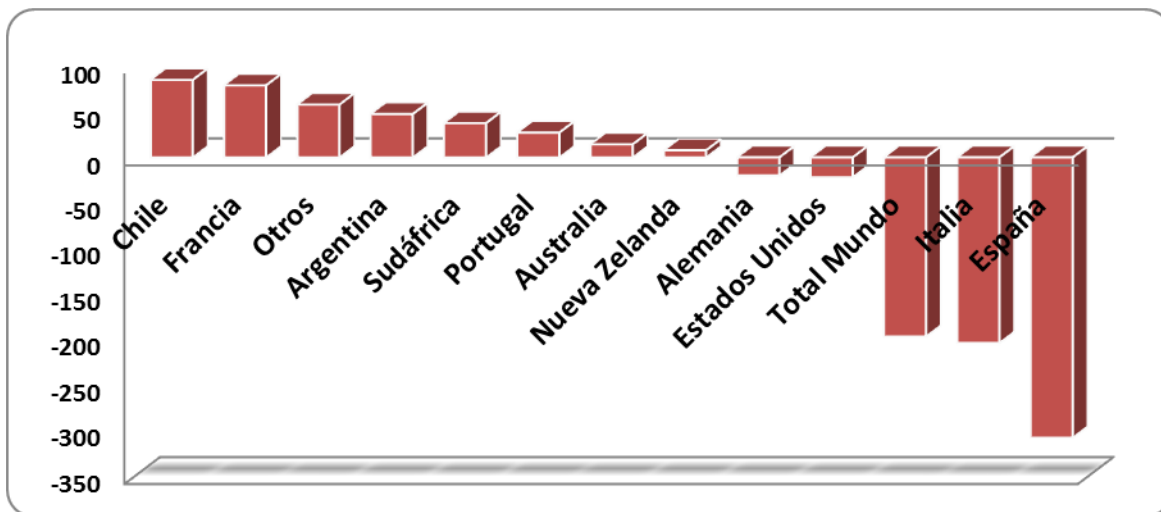
País	Millones de Litros.
Chile	85
Francia	79
Argentina	48
Sudáfrica	38
Portugal	27
Australia	14
Nueva Zelanda	8
Alemania	-20
Estados Unidos	-22
Italia	-204
España	-308
Otros	58
Total Mundo	-197

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Como se observa en el gráfico 12, la evolución de las exportaciones a nivel mundial ha disminuido en 197 millones de litros. Esto se puede ver reflejado por ejemplo en países como España e Italia (países del viejo mundo) que han tenido una baja considerable en sus respectivas exportaciones, notándose una disminución de 308 y 204 millones de litros respectivamente. Por el contrario, Francia (también perteneciente al viejo mundo) ha tenido una positiva evolución llegando a 79 millones de litros. Con respecto a los países del nuevo mundo, se puede observar claramente que todos han tenido una positiva evolución, por ejemplo Australia con un incremento de 14 millones de litros, Argentina con un incremento de 48 millones de litros, Sudáfrica con un incremento de 38 millones de litros, Nueva Zelanda con un incremento de 8 millones de litros y Chile con un incremento de 85 millones de litros, siendo este el país con la mayor evolución de la exportaciones a nivel mundial.



Gráfico 12: Exportaciones mundiales, 2001- 2012 millones de lts.

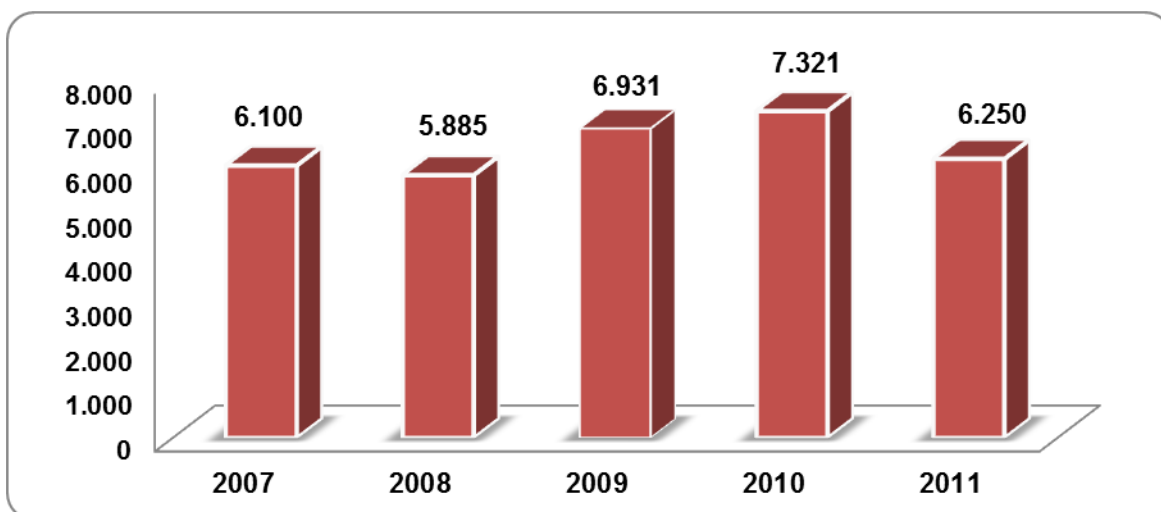


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

2.3.2. Exportación nacional de vino:

Las exportaciones de vino en Chile, como se observa en el gráfico 13, han tenido diversas variaciones en los últimos años. Esto se puede en el total de las exportaciones en miles de hectolitros desde el año 2007 hasta el año 2011.

Gráfico 13: Evolución de exportaciones nacionales.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012



Cabe destacar que la disminución que se observa en el año 2010 hacia el año 2011, fue producto del terremoto que afectó a la zona centro sur de nuestro país, donde las pérdidas del producto se debieron a las caídas de las barricas o estanque en los cuales se añeja el vino y que al mismo tiempo almacenan este producto. Es por este motivo que las exportaciones de vino chileno tuvieron una disminución notoria en relación al crecimiento sostenido en años anteriores. Las exportaciones de las cepas tintas y blancas durante el año 2011 y 2012 no tuvieron un gran porcentaje de crecimiento, inclusive la cepa tinta disminuyó un 3% y la cepa blanca tuvo un crecimiento superior al 1%. Sin embargo, a pesar de esta disminución, Chile se ha sabido sobreponer a estos inconvenientes, quedando reflejado en lo que pasa actualmente con las exportaciones nacionales.

Chile en la actualidad es el quinto mayor exportador de vinos a nivel mundial, siendo solamente superado por Francia, Italia y España, que ocupan el primer, segundo y tercer lugar respectivamente (OIV, 2014). Con esto se puede decir que Chile es el líder exportador entre los países que componen el nuevo mundo. En el año 2013 las exportaciones de vino chileno llegaron a US\$1.900 millones aproximadamente, lo que equivale a un crecimiento cercano al 2% en comparación al año 2012. Este aumento en las exportaciones del vino se debe a que se exportaron vinos de mayor calidad (finos, sobre los US\$30 la caja), representando un 52% de lo que exportó nuestro país.

A continuación se muestra una comparación en las tablas 6 y 7 de los años 2011 y 2012 con un ranking de las 10 empresas exportadoras de vino tinto de Chile.

Tabla 6: Ranking de principales exportadores nacionales, 2011.

Razón Social	Total FOB MM USD	% Mercado
Viña Concha y Toro S.A.	169	18
Viña San Pedro Tarapacá S.A.	58	6
Viña Cono Sur S.A.	54	6
Soc. Anónima Viña Santa Rita	41	4
Montes S.A	31	3
Viña Luis Felipe Edwards Ltda.	29	3
Viña Santa Carolina S.A.	24	3



Razón Social	Total FOB MM USD	% Mercado
Viña Santa Helena S.A.	24	2
Viña Ventisquero Ltda.	23	2
Viña Errázuriz S.A.	23	2
Total Ranking:	477	50
Total Periodo:	953	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Tabla 7: Ranking de principales exportadores nacionales, 2012.

Razón Social	Total FOB MM USD	% Mercado
Viña Concha y Toro S.A.	181	20
Viña San Pedro Tarapacá S.A.	58	6
Viña Cono Sur S.A.	52	6
Soc. Anónima Viña Santa Rita	33	4
Montes S.A	31	3
Viña Luis Felipe Edwards Ltda.	29	3
Viña Santa Helena S.A.	26	3
Viña Santa Carolina S.A.	26	3
Viña Ventisquero Ltda.	20	2
Viña Errázuriz S.A.	19	2
Total Ranking:	476	51
Total Periodo:	927	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

En relación a esta comparación, podemos notar que la empresa Concha y Toro es la que más se destaca, logrando un aumento de casi un 2%. Además se puede ver que las diez viñas exportadoras de vino tinto fueron las mismas para ambos años, donde el



único cambio de posición se da en que la Viña Santa Helena S.A. supera a la Viña Santa Carolina S.A. en el año 2012.

Como se muestra en la tabla en las tablas 8 y 9 en cuanto a las exportaciones de vino embotellado por mercado de destino y siguiendo con la comparación de los años 2011 y 2012, se sabe según la literatura que los mercados de destinos muestran comportamientos positivos.

Tabla 8: Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2011.

País	USD
Estados Unidos	127
Reino Unido	115
Brasil	79
China	59
Holanda	55
Canadá	52
Japón	49
Dinamarca	32
Alemania	31
México	27

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Tabla 9: Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2012.

País	USD
Estados Unidos	109
Reino Unido	108
Brasil	83
China	72
Japón	59
Holanda	49
Canadá	48

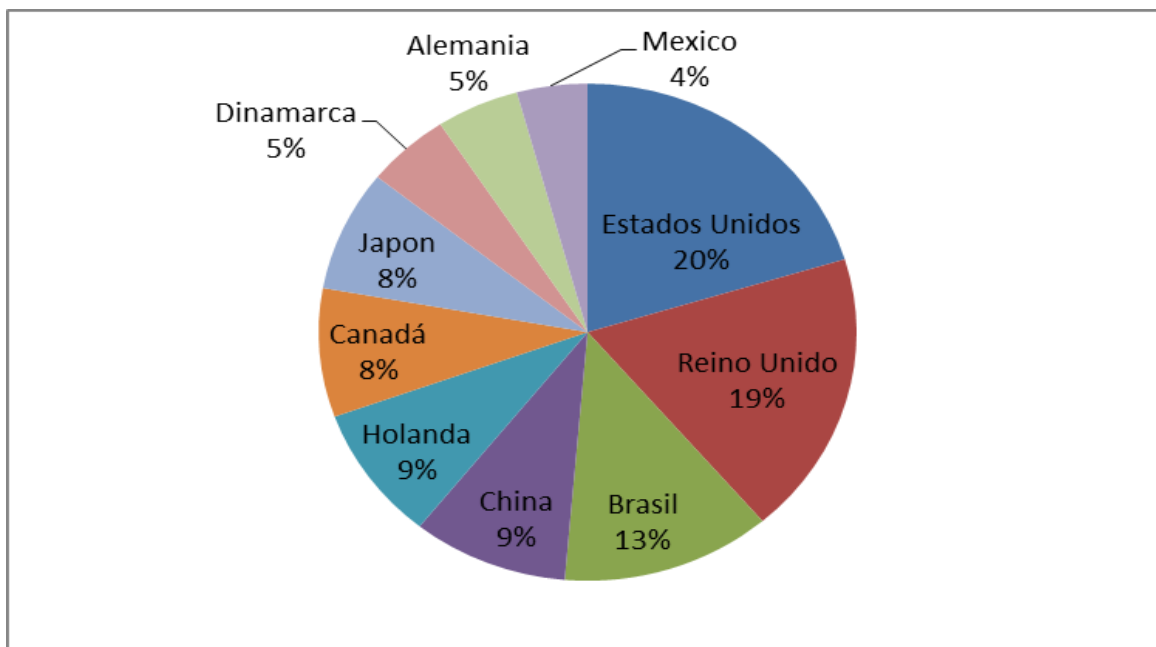


País	USD
México	27
Alemania	27
Corea del Sur	25

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Con esta comparación la que también se encuentra ilustrada en los gráficos 14 y 15, se puede ver que existe un cambio con respecto a los países del año 2012, ya que ingresa Corea del Sur y sale de este ranking Dinamarca. Además podemos decir que la industria del vino en Chile se estancó durante el año 2012, donde las exportaciones totalizaron 1.420 millones de dólares, llegando apenas a un 0,4% más con respecto al año 2011. También el año 2012 fue un año difícil, debido a los efectos de la crisis mundial. A pesar de esto, China y Japón crecieron en volumen y en valor, además Europa sigue siendo un importante importador de vino de nuestro país.

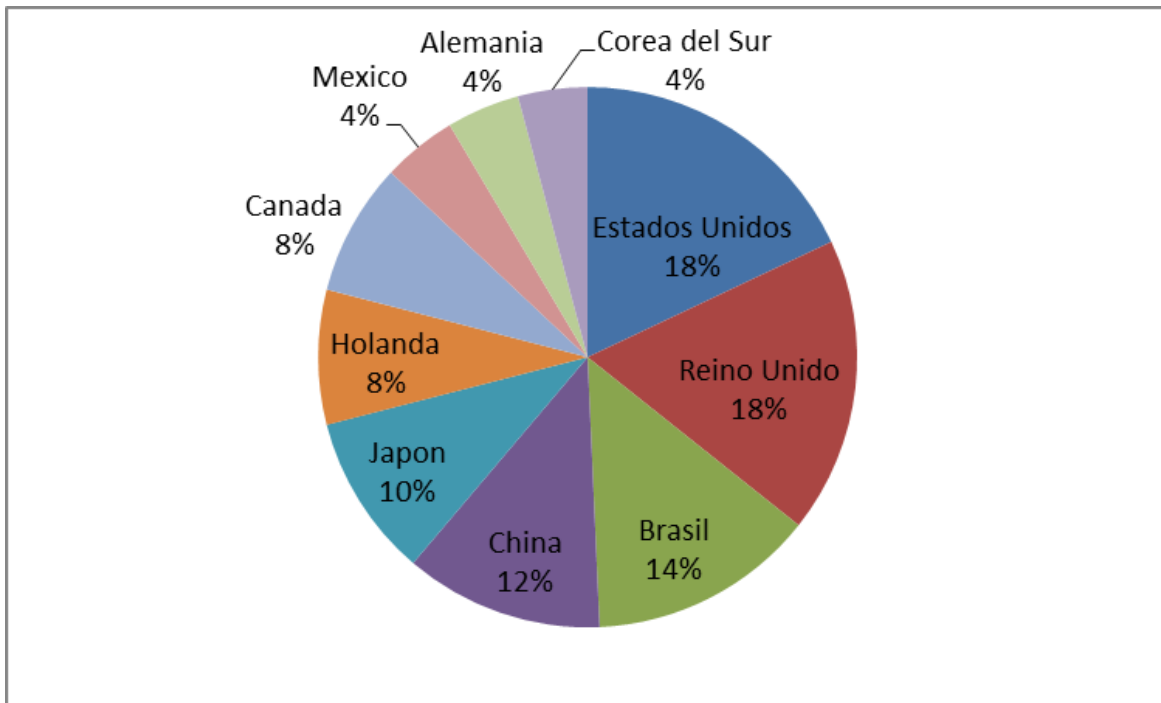
Gráfico 14: Porcentaje de Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012



Gráfico 15: Porcentaje de Exportaciones nacionales según mercado de destino, 2012.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

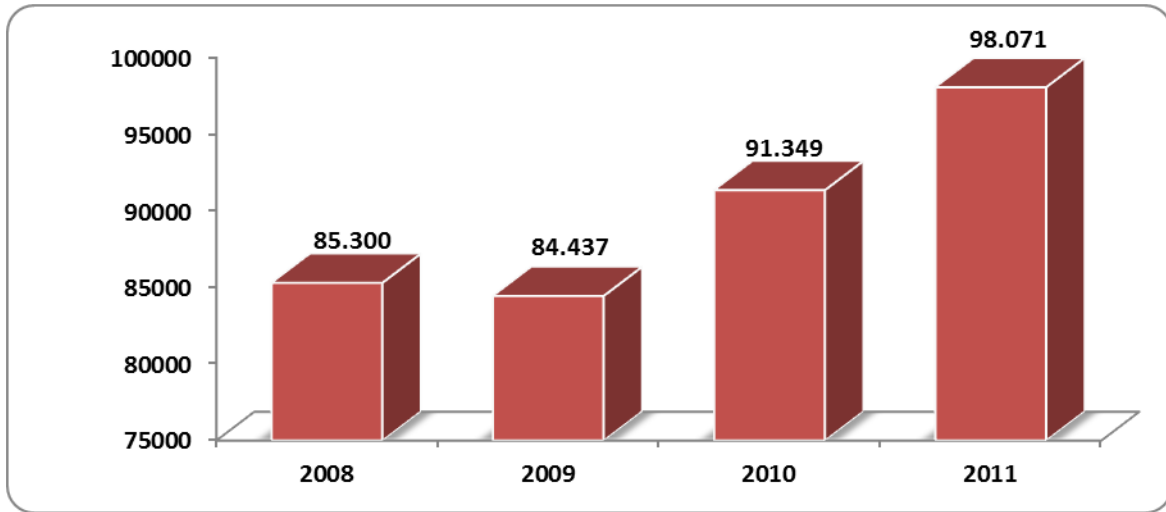
2.4. Importación:

2.4.1. Importaciones de vino a nivel mundial:

Como se muestra en el gráfico 16, el mercado mundial, considerado como la suma de las importaciones o exportaciones de todos los países (teniendo en cuenta que el conjunto de los países analizados representa el 93% de los intercambios comerciales mundiales) alcanzo en el año 2011, 98 millones de hectolitros (Mhl), es decir, un 7% más que en el año 2010 (OIV, 2013). Continuando con una tendencia al alza que se ha mostrado en los últimos 2 años y la que comenzó luego de superar una pequeña baja originada por la crisis económica del 2008-2009, la cual afecto a todo el comercio mundial. Este incremento de las importaciones a nivel mundial se debe a que en los últimos 2 años todos los continentes del mundo han subido sus niveles de compra de vino, generado por un resurgimiento de la economía mundial.



Gráfico 16: Evolución de las importaciones mundiales, Mhl.

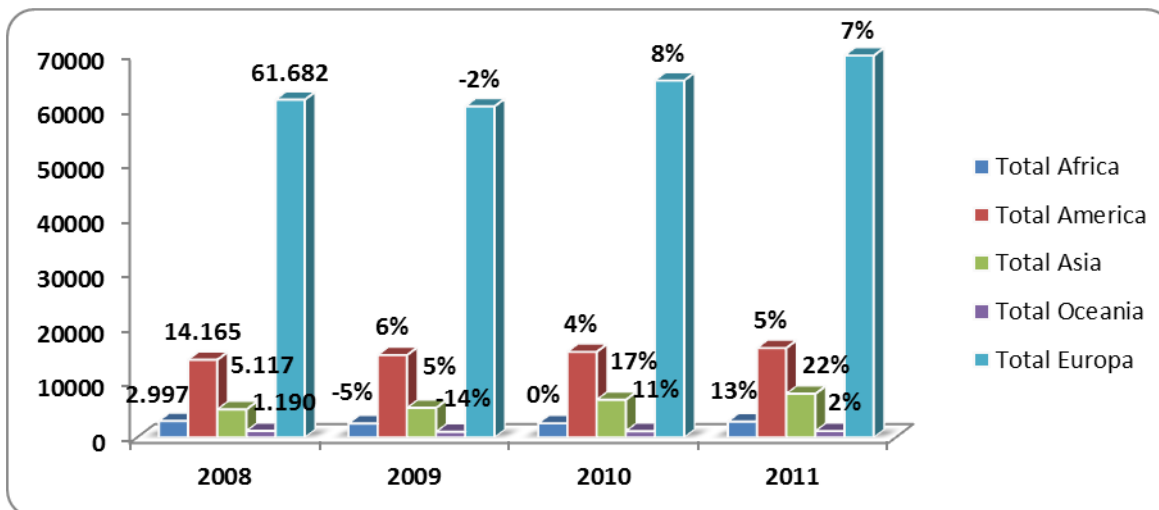


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

En cuanto a los continentes que tienen una mayor participación en las importaciones a nivel mundial como se observa en el gráfico 17, Europa es el continente que históricamente compra las mayores cantidades de vino. Este continente se lleva más del 70% de las exportaciones mundiales (paso en el último año a importar casi 70Mhl un 7% más que en el 2010), debido a su tradición vinífera y el alto poder adquisitivo que tienen sus habitantes. Luego lo sigue el continente americano con un 17% en el año 2011 de las importaciones totales del mundo (alcanzando los 16Mhl, 5 % más que en el 2010). Estos dos continentes son los más importantes compradores a nivel mundial. Después están los continentes de Asia, África y Oceanía, quienes entre los tres tienen poco más de 10% de la participación mundial (pasando a importar 9Mhl, lo cual equivale a un 31% más que el año 2010).



Gráfico 17: Evolución de importaciones por continentes, Mhl.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012 .

Como se mencionó anteriormente Europa es el continente que más aporta a la hora de importar vino, incluso dos países perteneciente a este territorio son los más grandes importadores del mundo. Los países que más contribuyen al comercio mundial en Europa son Alemania, que se mantuvo como el principal importador del mundo (con un aumento del 9% con respecto al 2010 alcanzando los 16 Mhl) y el Reino Unido, que es el segundo mayor importador hablando de volumen (importando 13 Mhl, 3% más en relación con el 2010), además existen otros países que han contribuido al considerable aumento del último año en este continente, entre estos se encuentran, Hungría (que pasó de 181 miles de hectolitros Mhl, en 2010 a 537 Mhl en 2011), Rumanía (908 Mhl en 2011, un 305 % que en 2010), España (703 Mhl en 2011, 74% más que en 2010) y Grecia (90% que en 2010).

En el caso del continente americano los países que más contribuyen a los aumentos generados en los últimos años son Estados Unidos que es el tercer mayor importador a nivel mundial, con 10 Mhl importados en 2011 (9 % más en comparación a 2010), además de Brasil y Canadá quienes aumentaron sus compras de vino en 10% y 2% en el último año respectivamente (alcanzando los 4Mhl entre ambos en 2011).

En el caso del continente asiático que es el tercer territorio que más aporta en compras de vino, tiene como principales países contribuidores a China quien registro un

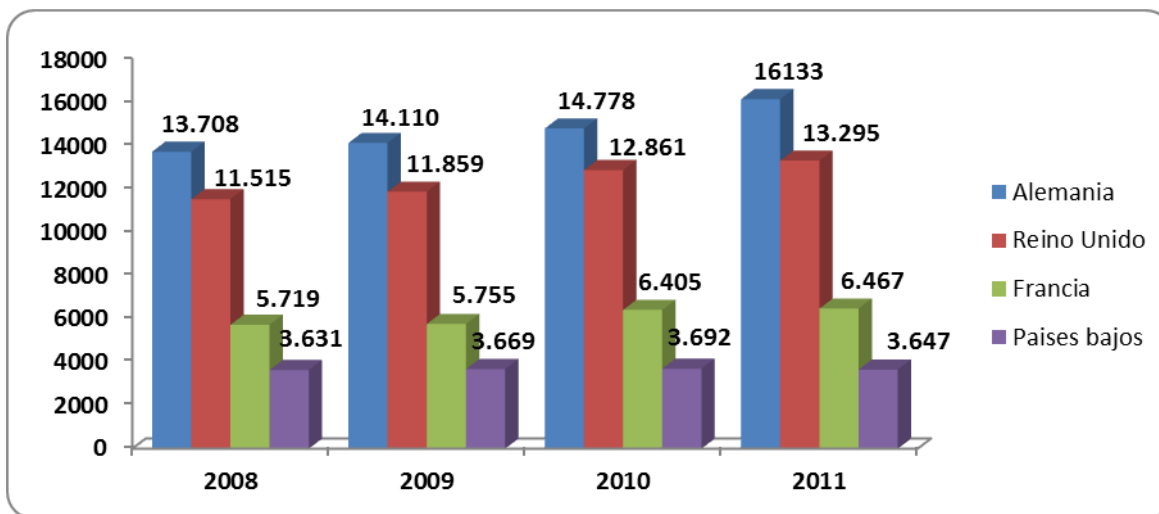


incremento del volumen de importación en el último año de un 28% (alcanzando casi los 4 Mhl). Este país ha aumentado sus importaciones de manera increíble ya que en solo tres años estas crecieron un 144%. Japón también aporta al volumen de compra de este continente, con un volumen de poco más de 2 Mhl y un aumento del 7% en el último año.

Finalmente se encuentra los continente africano y oceánico, quienes cuentan con países como Angola en el caso de África (importo casi 1Mhl en el 2011, un 9% más en comparación con el 2010) y de Australia, en el caso de Oceanía que registró un aumento del 11% con respecto a 2010 (752 Mhl en 2011), (OIV, 2013).

Ahora como se muestra en el gráfico 18, en el caso de los países que tradicionalmente consumen vino o denominados del viejo mundo, se puede observar que son cuatro países quienes representan la mayoría de compras a nivel mundial, ellos son Alemania, Reino Unido, Francia y Países Bajos representando el 40% de estas compras (40Mhl), en estos países se observa que tienen un comportamiento más estable y principalmente al alza en los últimos años (OIV, 2013).

Gráfico 18: Importaciones países viejo mundo, Mhl.

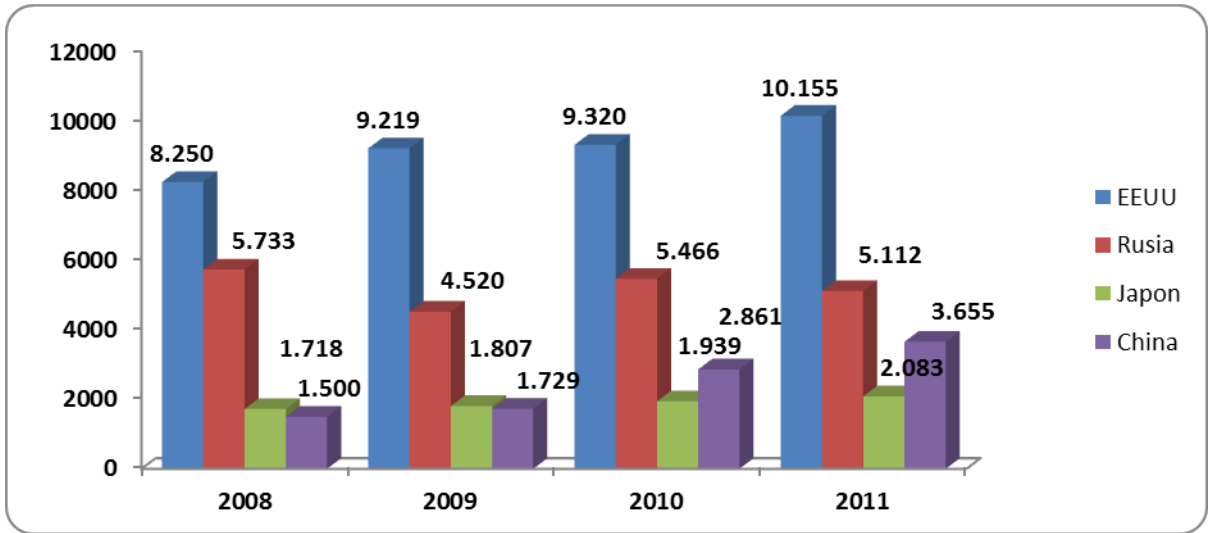


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

En el caso de los países emergentes o del nuevo mundo como lo muestra el gráfico 19, la compra o importaciones de vinos son más variables, entre estos cuatro países, Estados Unidos, Rusia, Japón, y China representan el 21% del total importado (21Mhl).



Gráfico 19: Importaciones países emergentes, Mhl.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

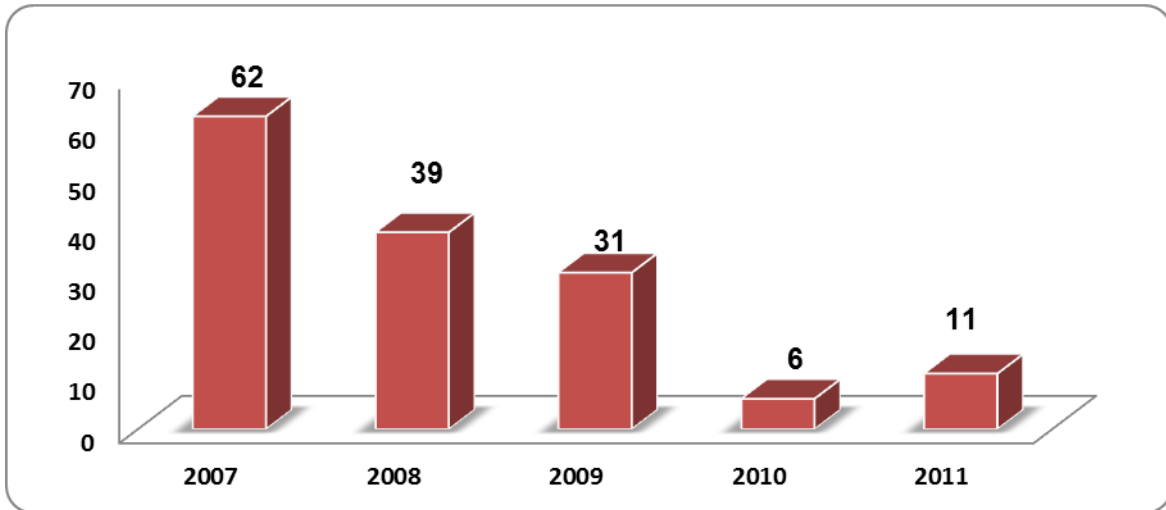
Finalmente de estos dos gráficos sobre los países del viejo mundo y nuevo mundo se desprende que entre estos 8 países, compran o importan más del 60% del total de vino exportado (OIV, 2013).

2.4.2. Importaciones de vino a nivel nacional:

En el caso de Chile como se ve en el gráfico 20, históricamente los niveles de importación son bajos, el año que más se importó vino al país fue el 97 y la cantidad fue de 133 Mhl, una cantidad sin relevancia a nivel mundial. Esto se da porque el país es un productor natural de este producto y desde la llegada de los españoles a nuestros territorios, se produce vino en el país. Además en Chile no se posee una cultura muy vitivinícola, ejemplo de esto es que la mayor parte de la producción nacional se exporta.



Gráfico 20: Evolución de las importaciones chilenas, Litros.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OIV, 2012

Sin embargo, Chile aun compra una pequeña cantidad de vino en el mercado mundial, principalmente el vino que importa Chile es vino orgánico, que es proveniente desde mercados como Francia, Estados Unidos y Argentina entre otros (Portal del campo, 2014). Y aunque es en pequeñas cantidades de igual forma los montos aumentaron en comparación al 2010 en un 83%. Además de éste vino orgánico, Chile le importa vino a Australia pero en pequeñas cantidades, se estiman que es un monto de aproximadamente unas 2000 cajas por año de un vino que es de calidad Premium, ya que este tiene valores que superan los \$ 15.000.



Capítulo III

Metodología



3.1 Recolección de datos:

Para poder realizar el análisis descriptivo de los vinos, fue necesario que un miembro del club de amantes del vino (CAV) nos facilitara una base de datos, la cual posteriormente los alumnos memoristas terminaron de construir obteniendo los datos de la página web de la CAV. Cabe destacar que la base de datos cuenta con 1.179 variedades de vinos (tintos y blancos).

3.2 Análisis de datos:

Una vez completada la base de datos se procedió a hacer cada uno de los análisis correspondientes, es decir se fueron determinando los dos tipos de vinos (tinto y blanco), además de separar cada uno de estos tipos de vinos de acuerdo a sus respectivas cepas, año de cosecha, mención de calidad, denominación de origen, graduación alcohólica y la percepción (frescor, cuerpo, dulzura y astringencia). Una vez terminado esto se procedió a determinar los distintos precios de mercado para cada tipo de vino, determinando el precio mayor y menor de cada vino, incluyendo además el precio promedio y la desviación estándar de este.



Capítulo IV

Resultados

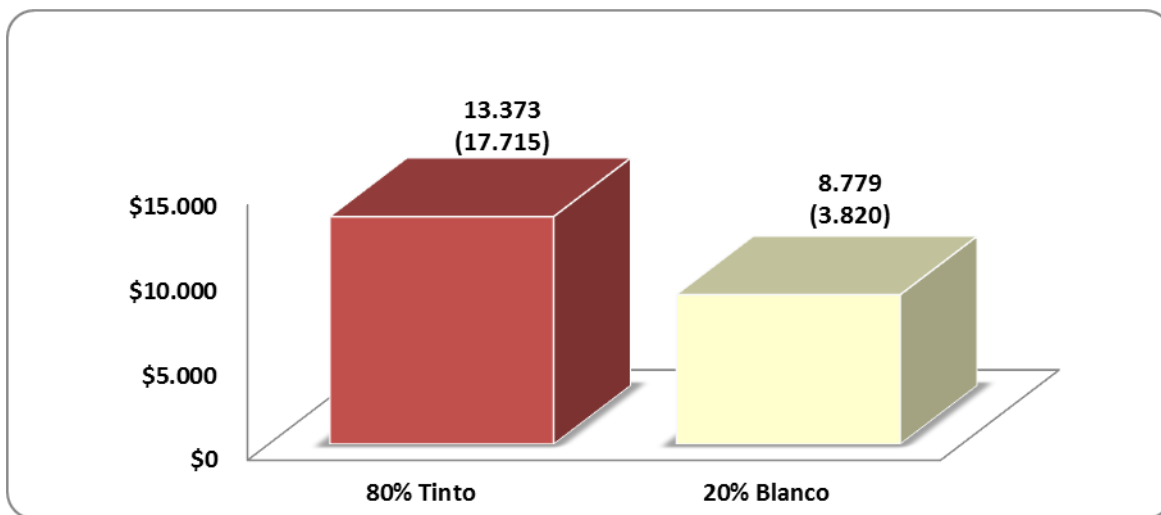


4.1 Resultados base de datos:

En este apartado se presentarán los resultados obtenidos según la base de datos que fue construida en parte por información recibida por un miembro del Club de Amantes del Vino (CAV), sumado a información obtenida por los alumnos memoristas a través de la página web www.lacav.cl. Esta base de datos tuvo un total de 1.179 tipos de vinos, indicando nombre, cepa, valle (norte, centro, sur), mención de calidad (reserva, gran reserva, premium, súper premium e icono), formato, puntaje y año, además de indicar el frescor, cuerpo, dulzura, astringencia y la graduación alcohólica.

Lo primero que se realizó fue calcular el precio promedio, la desviación estándar y el porcentaje de participación de vinos tinto y blanco. Como se puede observar en el gráfico 21, el vino tinto (80%) tiene una mayor participación de mercado que el vino blanco (20%). También se puede ver que existe una diferencia de \$4.594.- entre los precios promedios de cada uno de los vinos. Además se puede señalar que dentro de los tipos de vinos tintos existe una desviación estándar muy grande, viéndose reflejada en el resultado obtenido \$17.715.-. Con los tipos de vinos blancos no sucede lo mismo, es decir no existe una gran desviación estándar, la cual da como resultado \$3.820.-

Gráfico 21: Tipos de Vinos, Tinto y Blanco.



Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

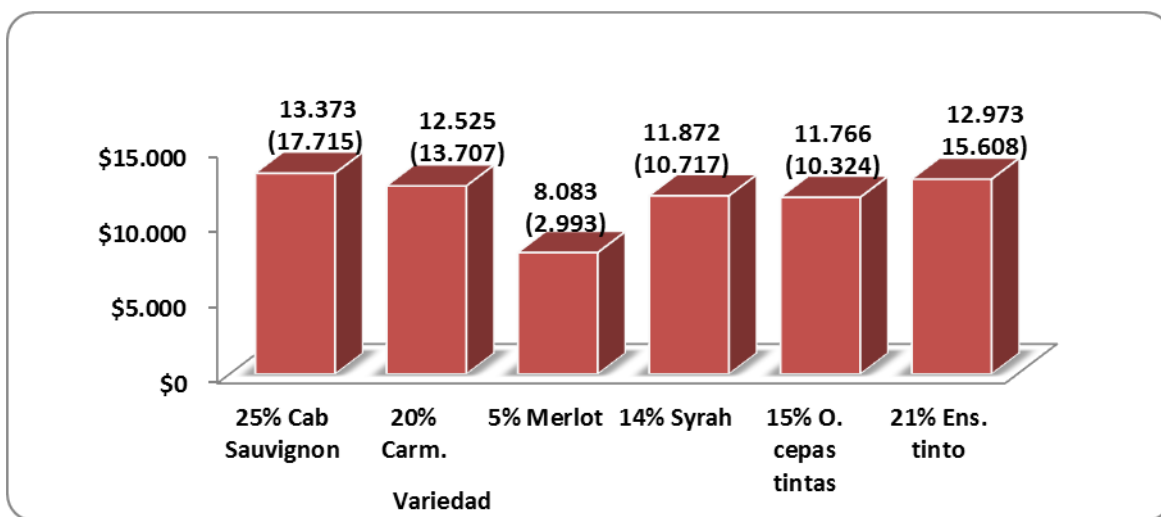
Una vez obtenidos los resultados anteriores, se procedió a evaluar cada tipo de vino por separado. Los tipos de vinos tintos fueron los primeros en evaluarse, calculando



las principales cepas que existen dentro de esta variedad junto a las demás cepas restantes. A continuación se puede observar un gráfico con más detalle sobre la evaluación realizada.

Como se puede apreciar en el gráfico 22, la cepa Cabernet Sauvignon es la que posee la mayor participación de mercado (25%), seguido de Ensamblaje Tinto (21%), Carmenere (20%), Otros tipos de vinos tintos (15%), Syrah (14%) y Merlot (5%). También se puede señalar que el Cabernet Sauvignon es la cepa que tiene el mayor precio promedio de los vinos tintos, con un valor promedio de \$13.373.-, seguido por los Ensamblajes Tintos (\$12.973.-) y el Carmenere (\$12.525.-). Además cabe destacar que en cinco de las seis cepas tintas analizadas poseen una gran desviación estándar, siendo la más alta la cepa Cabernet Sauvignon.

Gráfico 22: Cepas Vino Tinto.

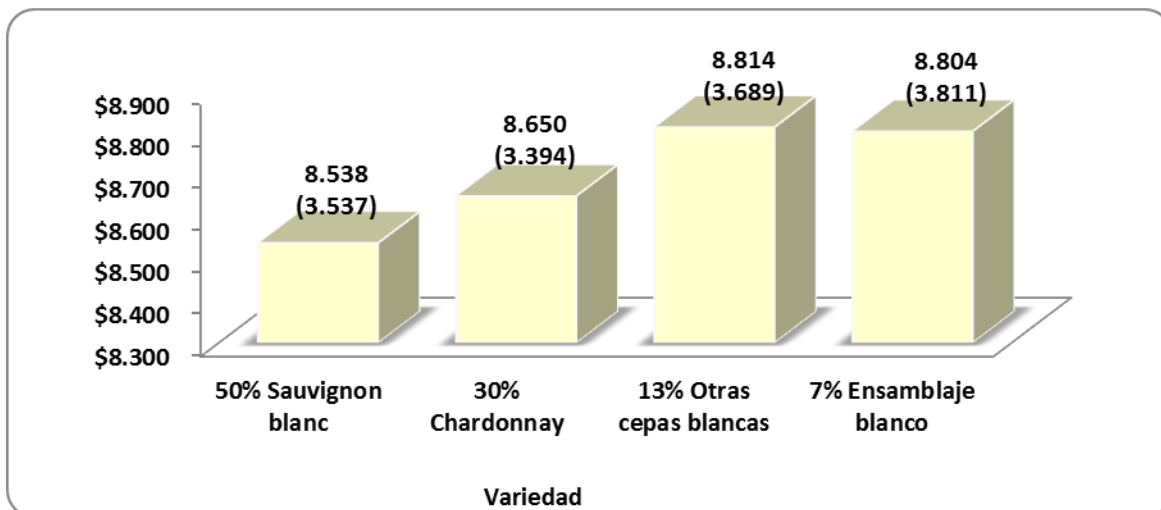


Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Con respecto a los tipos de vino blanco como se muestra en el gráfico 23, se analizaron las cepas Sauvignon Blanc, Chardonnay, Ensamblaje Blanco y otras cepas Blancas. De acuerdo al gráfico se observa que los precios promedios de las distintas cepas son muy semejantes, ya que todas fluctúan entre los \$8.000.- y los \$9.000.-. Esto a su vez permite que no exista una gran desviación estándar en las distintas cepas.



Gráfico 23: Cepas Vino Blanco.



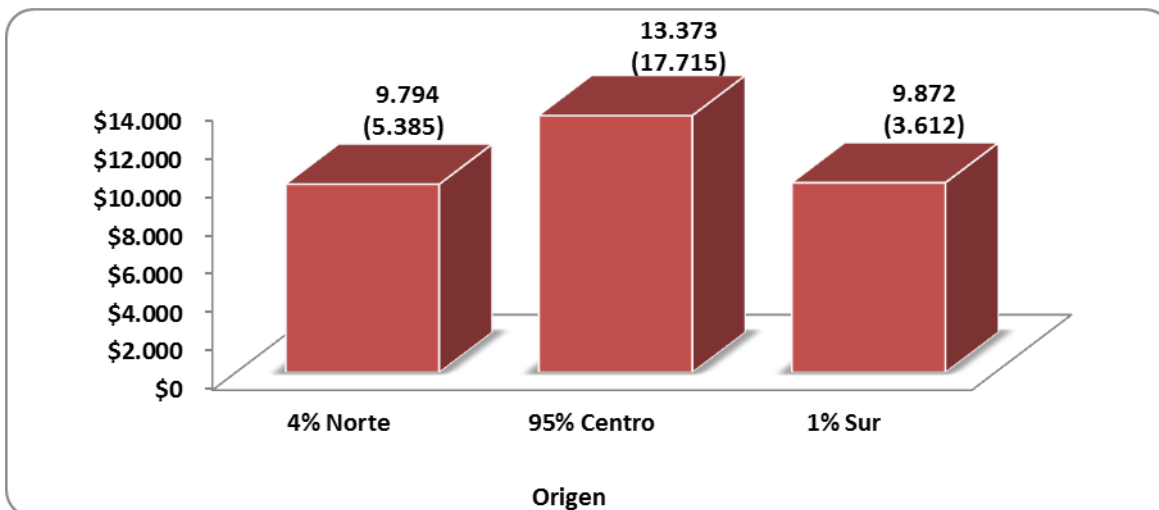
Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Continuando con lo que se viene analizando, ahora es el turno de los valles, analizando el valle Norte, Centro y Sur con las dos variedades de vino. La primera variedad en analizarse es el tipo de vino tinto.

De acuerdo a lo observado en el gráfico 24, podemos señalar que el valle Centro tiene el mayor valor promedio de vinos tintos, con un precio de \$13.373. Los dos valles restantes tienen un valor semejante, donde el valle Norte tiene un promedio de \$9.794.- y el valle Sur \$9.872.- También se puede hacer mención a que la mayor desviación estándar se registra en el valle central, con un valor de \$17.715.- esto debido a la gran diferencia entre los precios que existen al interior de este valle. Los dos valles restantes no tienen una gran desviación estándar, esto a pesar de sus respectivos resultados.



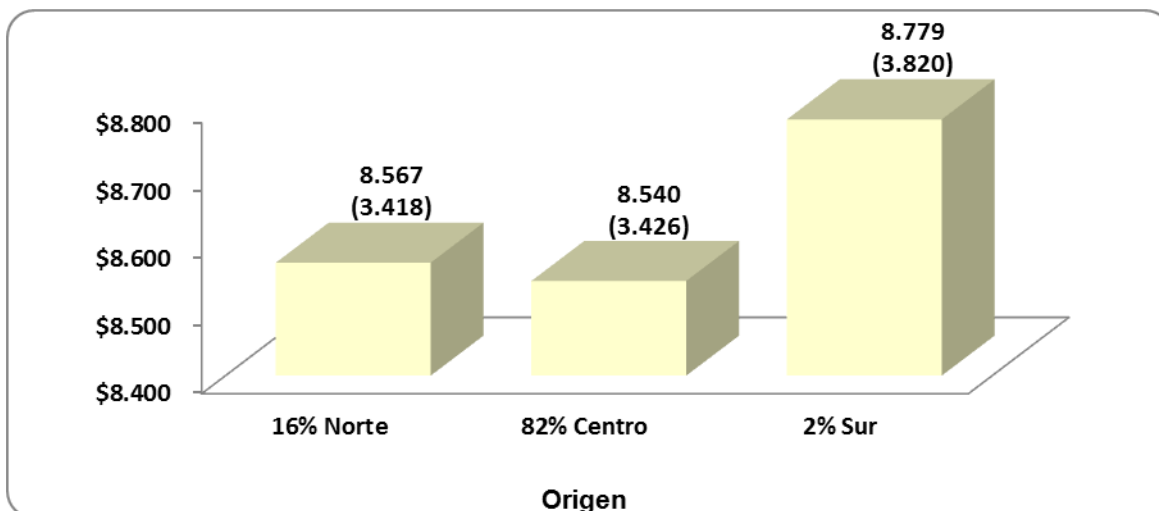
Gráfico 24: Valles Vino Tinto.



Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Con respecto a los tipos de vino blanco y los valles, se puede ver en el gráfico 25, que no existe una gran diferencia entre los precios promedios de los valles, por ejemplo el valle Norte \$8.567.- Centro \$8.540.- y Sur \$8.779.- Así también poseen semejantes desviaciones estándares, Norte \$3.418.- Centro \$3.426.- y Sur \$3.820.-

Gráfico 25: Valles Vino Blanco.



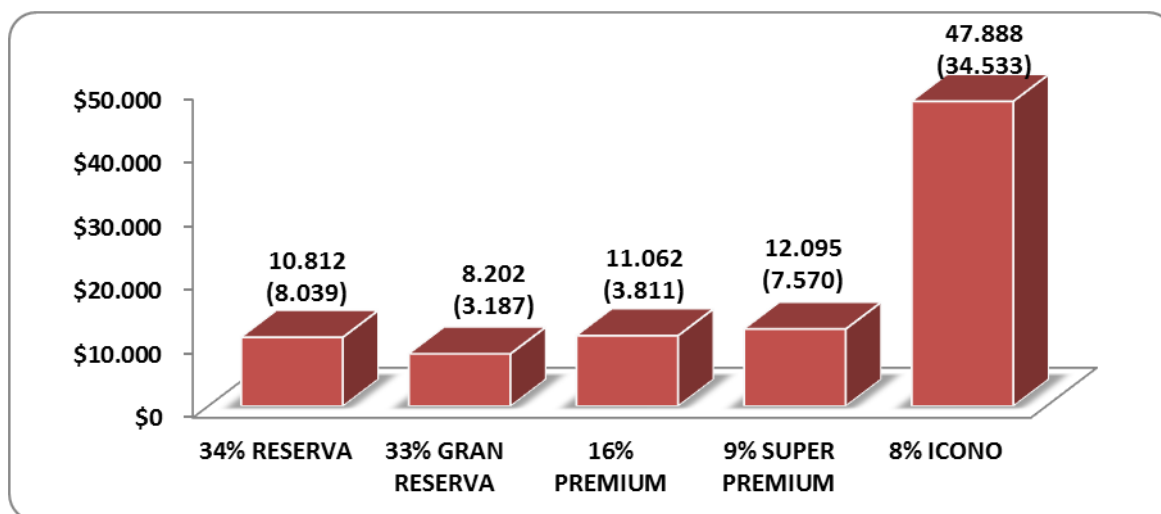
Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.



Posteriormente al análisis de los valles, se realizó el análisis correspondiente a la mención de calidad, es decir Reserva, Gran Reserva, Premium, Súper Premium e Icono. Este análisis siempre está separado por los dos tipos de vinos. Tal cual como se viene analizando anteriormente, partiremos con los vinos tintos.

Observando los resultados obtenidos de la base de datos, se puede ver en el gráfico 26, que el precio promedio más alto corresponde a la cepa Icono, con un valor de \$47.888.- esto también tiene relación debido a que la mención de calidad Icono es la mejor que existe en el mundo, por lo tanto el precio de una botella de vino tinto con mención de calidad Icono tiene un alto valor. El resto de las menciones de calidad están en un rango que va desde los \$8.202.- a los \$12.905.-. Con respecto a la desviación estándar, en la mención de calidad Reserva y Súper Premium existe una cierta desviación estándar de \$8.039.- y \$7.570.- respectivamente. En la mención de calidad Gran Reserva y Premium es poca la desviación estándar que existe, ya que da como resultado \$3.187.- y \$3.811.- respectivamente. Con respecto a la mención de calidad Icono, aquí se encuentra la mayor desviación estándar \$34.533.- Esto se ve reflejado en la diferencia de precios que existen dentro de esta mención de calidad.

Gráfico 26: Mención de Calidad, Vino Tinto.



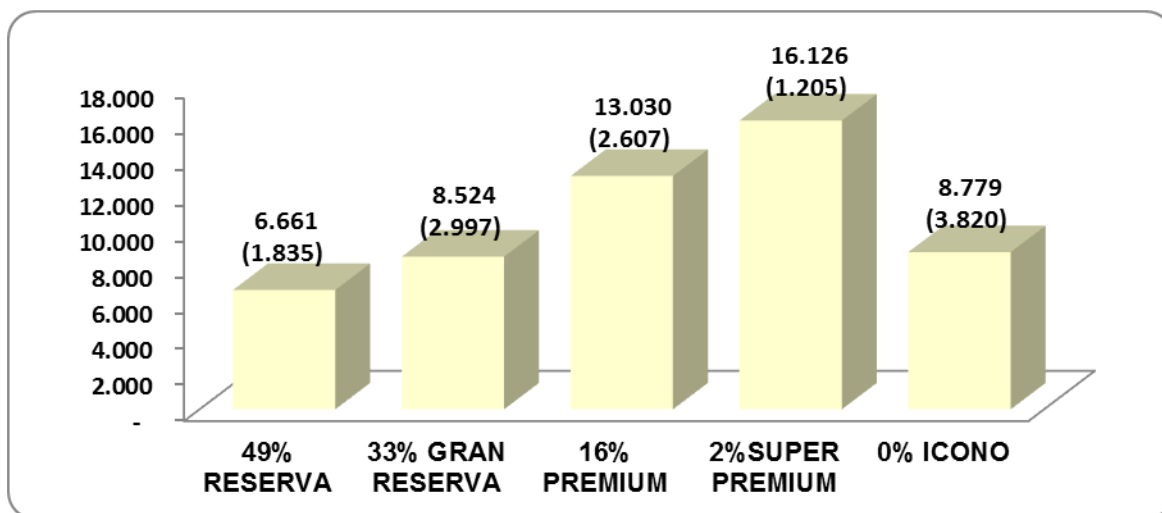
Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Como se puede observar en el gráfico 27, la mención de calidad Reserva es la que tiene una mayor participación de mercado entre los vinos blancos con un 49%. Esta mención



de calidad tiene un precio promedio de \$6.661.- siendo el precio más bajos entre las menciones de calidad. La desviación estándar casi no existe, ya que da como resultado \$1.835.-. En el caso de la mención de calidad Gran reserva el precio promedio es de \$8.524.- con una desviación estándar no muy significativa, dando como resultado \$2.997. En el caso de los vinos blancos Premium el precio promedio llega a los \$13.030.- con una desviación estándar de \$2.670.- Los vinos Súper Premium llegan a un precio promedio de \$16.126.- con una desviación estándar de \$1.205.-, siendo esta la más baja entre las menciones de calidad. Con respecto a los vinos blancos Icono, el precio promedio alcanza los \$8.779.-, con una desviación estándar de \$3.820.- Cabe destacar que la desviación estándar de los vinos blancos Iconos es la más alta entre los otros tipos de vinos blancos.

Gráfico 27: Mención de Calidad, Vino Blanco.



Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

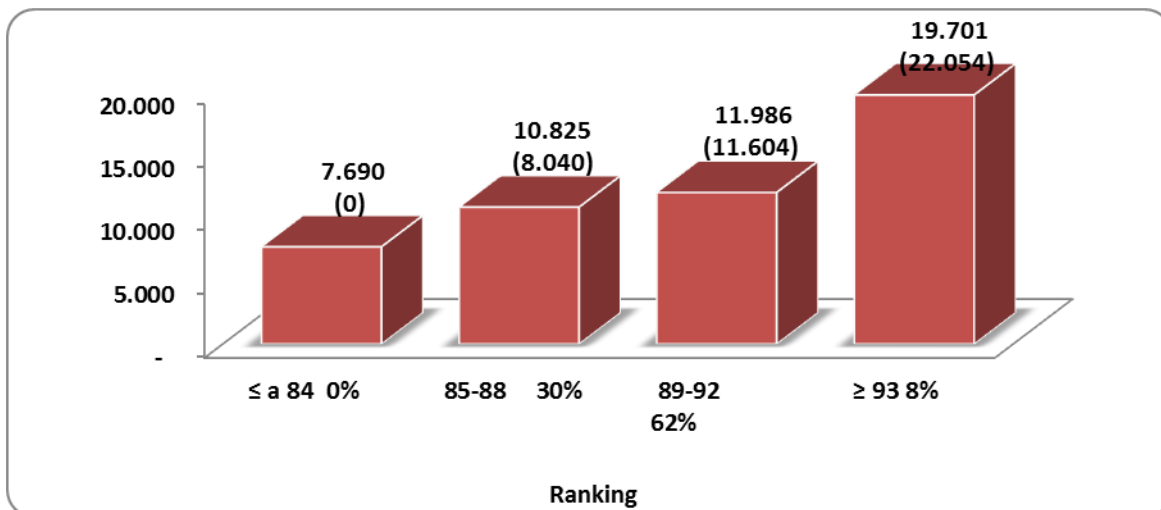
Las próximas variables analizadas son la puntuación de cada tipo de vino.

Con respecto a los vinos tintos se puede observar en el gráfico 28 que el precio promedio más alto se encontró en los vinos con puntuación sobre los 93 puntos, es decir los vinos que tienen una mención de calidad de Gran Reserva a Icono. A pesar de esto, los vinos tintos con puntuación de 85-88 y 89-92 se encuentran en un precio promedio semejante que va desde los \$8.300.- a los \$8.900.-. Con respecto a la desviación estándar se puede observar que en los vinos entre los 88-92 puntos y 93 puntos en



adelante, existe una alta desviación estándar, esto debido a la gran diferencia existente entre el precio mayor y menor con respecto al precio promedio.

Gráfico 28: Puntuación Vinos Tintos.

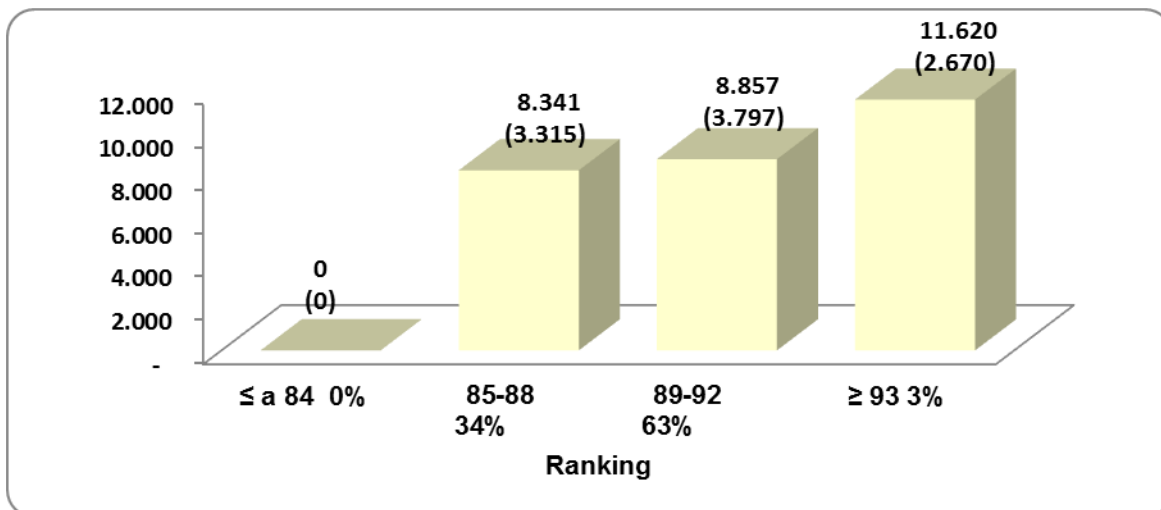


Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Con respecto a los vinos blancos, como se muestra en el gráfico 29, el precio promedio más alto se encuentra también en los vinos sobre los 93 puntos. Sin embargo no existe una gran diferencia con respecto a los vinos de menor puntaje. Así mismo, la desviación estándar no es alta llegando a los \$3.797 en los vinos con puntuación entre los 89-92 puntos, siendo semejante a lo obtenido por los vinos con puntuación entre 85-88 puntos. En el caso de los vinos con una puntuación superior a los 93 puntos la desviación estándar no es significativa.



Gráfico 29: Puntuación Vinos Blancos.



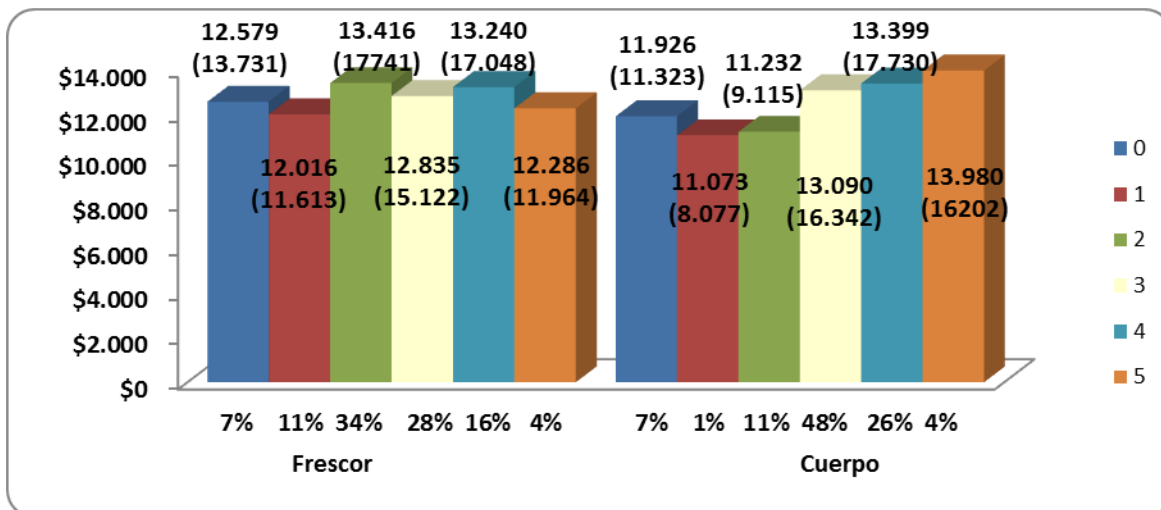
Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Las últimas variables analizadas son las organolépticas, el Frescor, Cuerpo, Dulzura y Astringencia para cada tipo de vino. Para poder realizar un mejor análisis, se optó por separar en dos gráficos las variables a analizar para cada tipo de vino. En los vinos tintos en el primer gráfico quedaron las variables Frescor y Cuerpo, para de esta manera dejar en el segundo gráfico la Dulzura y Astringencia.

Como se puede observar en el gráfico 30, el frescor de los vinos tintos que tienen una puntuación 2 son los que poseen una mayor participación de mercado con un 34%, llegando a un precio promedio de \$13.416.- Además los vinos con esta puntuación tienen una gran desviación estándar, llegando a los \$17.741.-. En cuanto al cuerpo, los vinos con mayor participación (48%) son aquellos que tienen una puntuación 3, llegando a un precio promedio de \$13.090.-, con una desviación estándar de \$16.342.-



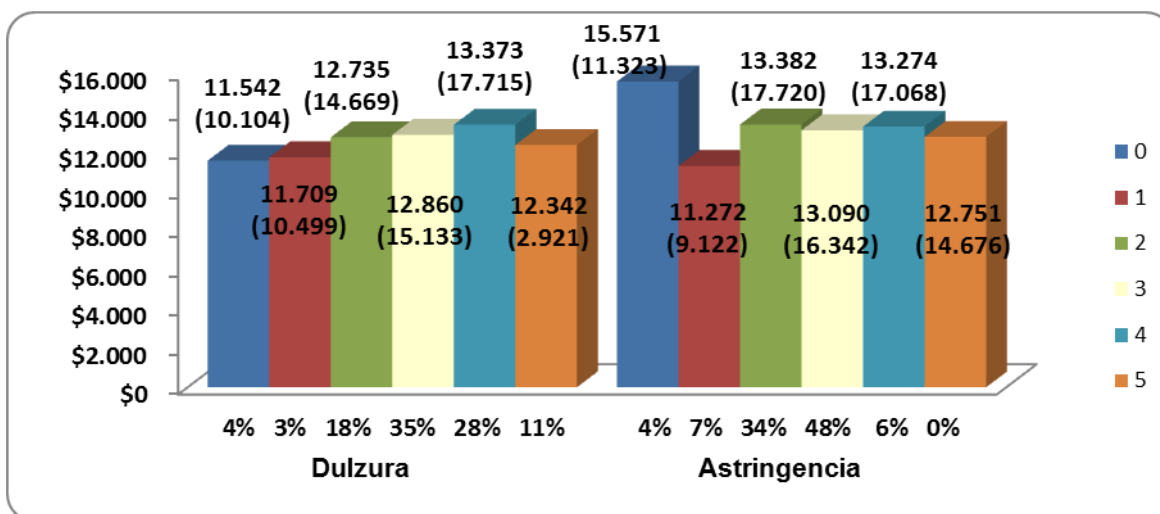
Gráfico 30: Percepción Vino Tinto.



Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

A continuación se presenta el gráfico 31, con las variables Dulzura y Astringencia en los vinos tintos. Con respecto a estas dos últimas variables, se puede observar que en ambas variables predominan los vinos tintos con una puntuación de 3 puntos con precios promedios entre los \$12.800.- y \$13.100.- respectivamente. Además no existe una gran diferencia entre la desviación estándar que tiene cada una de estas dos variables.

Gráfico 31: Percepción Vinos Tintos.



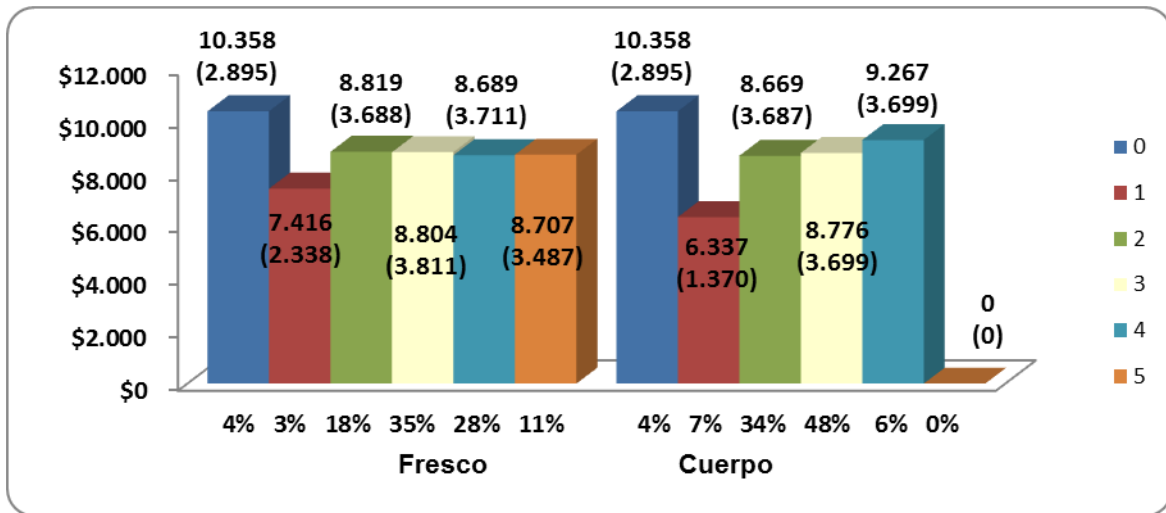
Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.



A continuación analizaremos las variables Frescor, Cuerpo, Dulzura y Astringencia con respecto a los tipos de vinos blancos.

Como se puede ver en el gráfico 32, en el Frescor y Cuerpo los vinos blancos que predominan tienen una puntuación de 3 puntos, con un 35% y 48% respectivamente, donde el precio promedio está entre los \$8.500.- y \$9.000.-, teniendo además una desviación estándar muy semejante, la cual se ubica entre los \$3.600.- y \$3.850.-

Gráfico 32: Percepción Vinos Blancos.



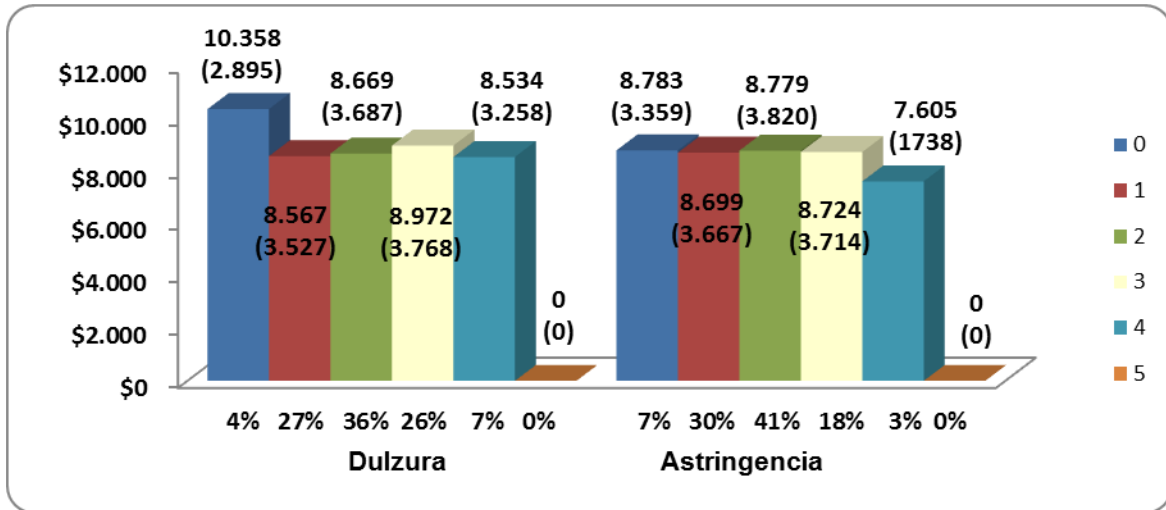
Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

En el gráfico 33 se presentan las dos últimas variables, Dulzura y Astringencia.

Con respecto a estas variables, se puede ver que los vinos que predominan son los que tienen una puntuación de 2 puntos, con un 36% y 41% respectivamente, los cuales tienen un precio promedio que se ubica entre los \$8.500.- y los \$8.900.-. Además da como resultado que la desviación estándar es semejante para ambas variables, ya que ambas están entre los \$3.600.- y los \$3.850.-.



Gráfico 33: Percepción Vinos Blancos.



Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.



Capítulo V

Conclusiones



5.1 Conclusiones

En este último apartado se presentan las conclusiones más relevantes de esta investigación, las cuales se encuentran estructuradas en tres partes. En una primera parte se mencionan los antecedentes del sector vitivinícola en el ámbito internacional y nacional. Posteriormente se hace mención a cómo se recopilaban los datos y la metodología utilizada. Por último se comenta sobre los resultados obtenidos en el análisis realizado a través de la base de datos.

En cuanto a los antecedentes generales del vino se puede decir que la producción mundial ha disminuido en un 6% con respecto a los últimos años (2008/2012), siendo Europa el continente con la mayor producción, seguido en segundo lugar por América y el tercer lugar se reparte entre Asia y Oceanía. A pesar de esta disminución, en América la producción ha aumentado en un 3% en los últimos años (2008/2012), siendo Chile el país que más ha incrementado, con un 45%. Asimismo, el consumo a nivel mundial ha descendido en un 3%, siendo los países tradicionales (Francia, Italia y España) los que más han disminuido, llegando a un promedio de un 24% entre estos tres países. A pesar de esto, los países emergentes han aumentado el consumo, donde por ejemplo Estados Unidos incrementó un 37%, el Reino Unido un 29%, Australia aumentó un 38% y Chile un 19%.

Dado lo anterior, los países no tradicionales como Argentina, Estados Unidos, Reino Unido, Australia y Chile están aumentando su producción, consumo y exportación de vino. Un ejemplo claro de esto es lo que sucede con Chile, el cual al no ser un país tradicional, su incremento en la producción de vino es muy significativo, viéndose reflejado por ejemplo en el año 2012, donde Chile alcanza un 5% de participación de mercado a nivel mundial con respecto a la producción de vino. En el segundo caso y siguiendo con el ejemplo de Chile, el consumo de vino aumentó en los últimos 5 años, llegando a un 16%. En cuanto al consumo per cápita de los chilenos ha variado considerablemente, pasando de 14 litros en el año 2008 a casi los 19 litros en el año 2010 y disminuyendo a 16 litros en el año 2012, lo que refleja una variación del 12% en los últimos 5 años y una disminución del 11% entre el 2011-2012 (OIV, 2012). Esta baja en el consumo per cápita de los últimos 2 años se da porque el mercado del vino masivo y de bajo precio ha ido retrocediendo, dando paso a que el mercado prefiera vinos de un nivel más Premium, es decir de mayor



costo. Esto queda reflejado en las cifras de Nielsen, donde señala que el 51% del consumo en Chile corresponde a botella, un 46% a vino en caja y un 3% a envases plásticos y latas. Por último, Chile es el quinto mayor exportador de vino en el mundo, siendo solamente superado por Francia, Italia y España, que ocupan el primer, segundo y tercer lugar respectivamente (OIV, 2014). Con esto se puede decir que Chile es el líder exportador entre los países que componen el nuevo mundo. En el año 2013 las exportaciones de vino chileno tuvieron un crecimiento cercano al 2% en comparación al año 2012. Este aumento en las exportaciones del vino se debe a que se exportaron vinos de mayor calidad (finos, sobre los US\$30 la caja), representando un 52% de lo que exportó nuestro país.

En cuanto a la metodología utilizada en esta investigación, esta se divide en dos partes, en la primera se comenta sobre la recolección de los datos y en la segunda parte, se hace mención al análisis descriptivo realizado. Con respecto a la recolección de datos fue necesario que un miembro del club de amantes del vino (CAV) nos facilitara una base de datos, la cual posteriormente los alumnos memoristas terminaron de construir obteniendo los datos de la página web de la CAV. La totalidad de datos que contiene la base de datos son 1.179 variedades de vinos.

Por último, se concluye sobre los resultados obtenidos. El primer resultado que se obtuvo sobre la base de datos con 1.179 tipos de vinos, es que el vino tinto tiene una mayor participación de mercado en comparación a los vinos blancos, llegando a un 80% y 20% de participación de mercado respectivamente. Además se observó que el tipo de vino tinto tiene un precio promedio más alto que los vinos blancos, alcanzando una diferencia de precio de \$4.594.-. Asimismo, la diferencia de precios entre los vinos tintos es muy amplia, quedando reflejado en la desviación estándar (\$17.715). No sucede lo mismo con los vinos blancos, ya que no existe tanta diferencia de precios entre unos y otros, esto se puede ver reflejado en la desviación estándar (\$3.820).

Otro de los resultados obtenidos es que, entre los vinos tintos la cepa que tiene una mayor participación de mercado es el Cabernet Sauvignon (25%), seguido por los Ensamblajes Tintos (21%), Carmenere (20%), Otros tipos de Vino Tinto (15%), Syrah (14%) y Merlot (5%). El Cabernet Sauvignon además de ser la cepa con mayor participación de mercado, es la cepa que tiene el mayor precio promedio en comparación a las demás cepas, alcanzando un precio de \$13.373. Además realizando el análisis de



los valles, se llega a la conclusión que los vinos tintos tienen la mayor concentración en el valle central, con un 94%. En este valle el precio promedio de una botella de vino tinto alcanza los \$13.400. Con respecto a los vinos blancos se obtuvo que son dos las cepas que dominan el mercado con un 80% de participación, la Sauvignon Blanc con un 50% y la Chardonnay con un 30%. A pesar de que estas cepas dominen el mercado, los precios promedios entre las cepas blancas no varían mucho, ya que se encuentran entre los \$8.500 y los \$9.000. Al igual que los vinos tintos, es en la zona centro de Chile donde se concentran la mayor cantidad de vinos blancos con un 80% de participación, seguido por la zona Norte con un 16%. Respecto al precio promedio, el valle central tiene un precio más bajo con respecto a los otros dos valles, llegando a \$8.500.-. Cabe destacar que la diferencia entre los precios promedios de los valles no resulta muy significativa, ya que solamente existe una diferencia de \$500.-.

Otra de las conclusiones que se obtienen luego del análisis, es que con respecto a la mención de calidad, tanto para los vinos tintos como para los blancos, los vinos Reserva son los que tienen una mayor participación de mercado, teniendo un 34% y 49% respectivamente. Esto seguido por los vinos con mención de calidad Gran Reserva. Seguido a esto, en ambos tipos de vinos los que tienen una mayor participación de mercado son los vinos con una puntuación entre los 89 y 92 puntos, obteniendo para los vinos tintos un 78% y para los vinos blancos un 63%. El precio promedio para el vino tinto con esta puntuación es \$12.000 aproximadamente, y el precio para el vino blanco es \$8.900 aproximadamente. Cabe destacar que para ninguno de los dos tipos de vinos este precio es el mayor, ya que el mayor precio promedio que se alcanza por puntuación, son aquellos que se encuentran sobre los 93 puntos y que justamente coinciden con la mención de calidad más alta, Ícono.

Para ir finalizando, los últimos resultados obtenidos corresponden a las percepciones para cada tipo de vino. Para los vinos tintos se obtuvo que los vinos con puntuación 2 o 3 en el Frescor, son los que tienen una mayor participación de mercado. Con el Cuerpo ocurre algo semejante, ya que la mayor concentración de vinos se encuentra con puntuación 3, llegando a un precio promedio de \$13.090. Con respecto a la Dulzura y Astringencia en los vinos tintos, se observó que en ambas variables predominan los vinos con una puntuación de 3 puntos, con precios promedios entre los \$12.800.- y los \$13.100.-. En cuanto a los vinos blancos, se pudo ver en el Frescor y Cuerpo predominan



los vinos con una puntuación de 3 puntos, donde el precio promedio está entre los \$8.500.- y \$9.000.-. En cuanto a la Dulzura y Astringencia los vinos que predominan son los que tienen una puntuación de 2 puntos, los cuales tienen un precio promedio que se ubica entre los \$8.500.- y los \$8.900.-.

En general se puede concluir de esta investigación que tanto para los tipos de vinos tintos y blancos, las cepas que dominan la participación de mercado son la Cabernet Sauvignon y la Sauvignon Blanc. Además ambos tipos de vinos coinciden en que los valles del centro de Chile son los que predominan para el cultivo de uva vinífera. Si bien es cierto el puntaje del vino es importante, se pudo ver a través del estudio que existen tipos de vinos que los consumidores pueden encontrar a un precio que les satisfaga, es decir se puede comprar un vino con el mismo puntaje pero con distinto precio, acomodándose al consumidor.

Este trabajo podría considerarse el punto de partida para otros estudios posteriores que se quieran desarrollar, ya sea aplicando diversos modelos para poder obtener otro tipo de resultados.



Referencias Bibliográficas



Angulo, A., Gil, JM., Gracia, A. y Sánchez, M. (2000). Hedonic prices for Spanish red quality wine. *British Food Journal*, Vol. 102(7), 481-493

Ashenfelter, O. (2008). Predicting the quality and prices of Bordeaux wine. *The Economic Journal*, Vol. 118, 174-184.

Combris, P., Lecocq, S., y Visser, M. (2000). Estimation of a Hedonic Price Equation for Bordeaux Wine: Does Quality Matter? *The Economic Journal*, Vol. 32(8), 961-967.

Costanigro, M., McCluskey, J. y Mittelhammer, R. (2007). Segmenting the Wine Market Based on Price: Hedonic Regression when Different Prices mean Different Products. *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 58(3), 454-466.

Gil, J. y Sánchez, M. (1998). Comparación de tres métodos de estimación del análisis conjunto: diferencias en las preferencias en el consumo de vino y en la segmentación del mercado. *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 10, 131-146.

Gil, J. y Sánchez, M. (1997), Consumer preferences for wine attributes: a conjoint approach. *British Food Journal*, Vol. 99(1), 3-11.

González, J. y Melo, O. (2008), Uso de modelos hedónicos y de búsqueda para el análisis de precios de vinos en supermercados. *Economía Agraria*, Vol. 12, 1-14.

Melo, O., Buzeta, J. y Marshall, M. (2005), Determinantes del Precio del Vino en el Mercado Chileno: Un Estudio de Precios Hedónico. *Economía Agraria*, Vol. 9, 58-73.

Mora, M., Magner, N. y Marchant R. (2010). Segmentación de Mercado de acuerdo a estilos de vida de consumidores de vino orgánico de la región metropolitana de Chile. *Economía Agraria* Vol. 28(3), 25-33.

Morilla, J. y Martínez, A. (2000). Una función de precios hedónicos para el vino español de calidad. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, Vol. 196, 173-196.

Nerlove, M. (1995). Hedonic price functions and the measurement of preferences: The case of Swedish wine consumers. *European Economic Review*, Vol. 39(9), 1697-1716.



Oczkowski, E. (1994), A hedonic price function for Australian premium table win. *Australian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 38(1), 93-110.

Ortuzar, J. y Alfranca, O. (2010), Current and regular prices hedonic models for the wine industry. *Spanish Journal of Agricultural Research*, Vol. 8(4), 873-886.

Perza, G. (2010). Una primera aplicación de un modelo de precios hedónicos al vino catalán. *Documentos de investigación del Programa de Doctorado en Economía Aplicada*, 1-31.

Rodríguez, M. y Castillo, J. (2009). El vino tinto de denominación de origen en Castilla-La Mancha: un análisis de precios hedónicos. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, Vol. 222, 103-123.

Schamel, G. y Anderson, K. (2003), Wine Quality and Varietal, Regional and Winery Reputations: Hedonic Prices for Australia and New Zealand. *Economic Record*, Vol. 79(246), 357-369.

Troncoso, J. y Aguirre, M. (2006), Factores que influyen en los precios del vino chileno en el mercado de Estados Unidos: análisis de precios hedónicos. *Agricultura técnica*, Vol. 66(3), 295-305.

Base de datos de Euromonitor.

Vinos de Chile. (26 de 04 de 2014). Obtenido de Vinos de Chile: <http://www.vinosdechile.cl/>

Club de amantes del vino. (18 de 12 de 2014). Obtenido de club de amantes del vino: <http://www.lacav.cl/index.php?seccion=club>

Organización internacional de la viña y el vino. (15 de 12 de 2014). Obtenido de Organización internacional de la viña y el vino: <http://www.oiv.int/oiv/cms/index>