



**LA INDUSTRIA CHILENA DEL VINO EN UN CONTEXTO
GLOBALIZADO**

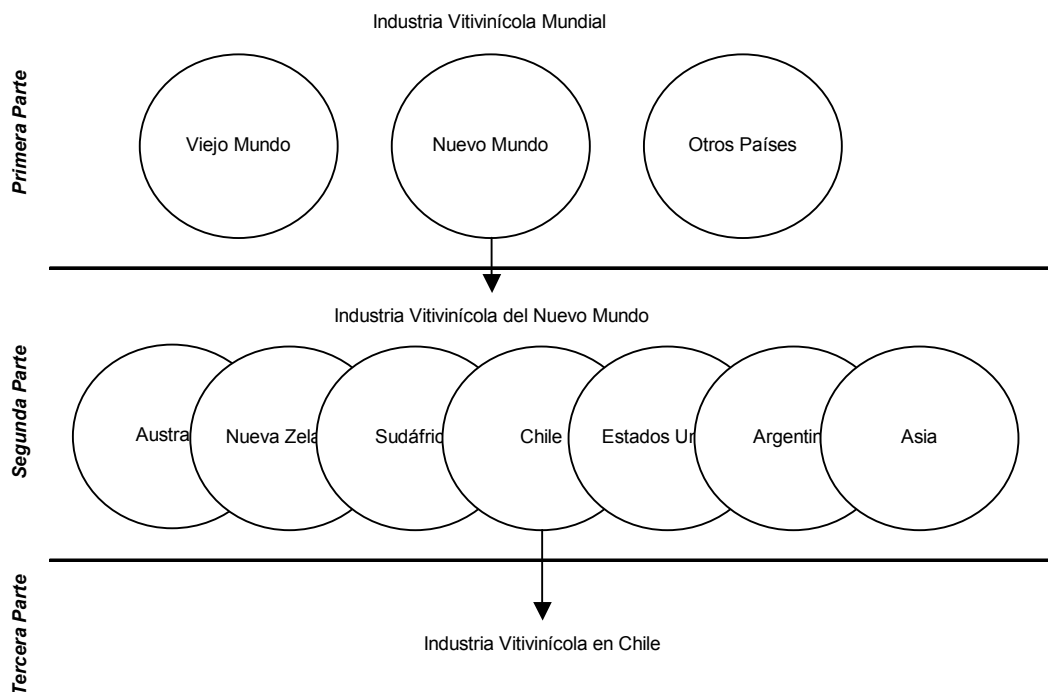
ABRIL 2002

Por Sebastián Valdés L.

Presentación

El presente documento es el primer esfuerzo de Portal de Valdés Consultores por aportar información relevante a todos aquellos agentes pertenecientes a la industria vitivinícola chilena. Tiene por objetivo hacer una descripción de la situación actual de la industria vitivinícola en Chile, analizando su posición no como un agente productor aislado, sino como un competidor de alto crecimiento en un mercado cada vez más globalizado.

El documento se divide en tres partes principales. La primera parte intenta explicar las tendencias mundiales de la industria vitivinícola mundial, analizando cómo interactúan las principales zonas productoras de vino en el mundo. La segunda se adentra en los países productores de vino pertenecientes al Nuevo Mundo, analizando su participación y sus proyecciones dentro de esta zona, la más activa de los últimos años. Por último, en la tercera parte se analiza la situación de Chile como productor de vino en un mercado globalizado, dando luces y proyectando lo que serán los próximos años para el sector.



Todas las fuentes de información utilizadas en este documento provienen de estadísticas oficiales publicadas por organismos internacionales o por los propios departamentos estadísticos de cada país. En los casos donde la información de los organismos internacionales no coincide exactamente con la publicada por cada país, hemos decidido priorizar las fuentes oficiales locales, no sin antes entender las diferencias en los datos.

Esperamos que el presente documento se transforme en un texto de consulta útil para ustedes.

Atentamente,

Sebastián Valdés L.

Socio Fundador

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
ÍNDICE	2
INDUSTRIA VITIVINÍCOLA EN EL MUNDO	4
CONSUMO DE VINO EN EL MUNDO	4
<i>Tendencias mundiales en el consumo de vino</i>	6
PRODUCCIÓN DE VINO EN EL MUNDO	7
<i>Viticultura</i>	7
<i>Producción</i>	8
COMERCIO INTERNACIONAL	9
BALANCE DE LA INDUSTRIA DEL VINO EN EL MUNDO	11
EL NUEVO MUNDO DEL VINO	14
PRODUCCIÓN DE VINO EN EL NUEVO MUNDO	14
<i>Viticultura</i>	14
<i>Factores que determinan la plantación en los países del Nuevo Mundo</i>	16
<i>Distribución de las plantaciones del Nuevo Mundo por cepajes</i>	17
<i>Producción</i>	18
EXPORTACIONES DE VINO EN EL NUEVO MUNDO	20
BALANCE DE LA INDUSTRIA DEL VINO EN EL NUEVO MUNDO	23
<i>RESUMEN: Razones del auge exportador del Nuevo Mundo</i>	25
INDUSTRIA VITIVINÍCOLA EN CHILE	27
PRODUCCIÓN DE VINO EN CHILE	28
<i>Viticultura</i>	28
<i>Producción</i>	30
CONSUMO DE VINO EN CHILE	31
EXPORTACIONES CHILENAS DE VINO	32
BALANCE DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA CHILENA	35
<i>RESUMEN: Posición de Chile en el mundo</i>	38
TEMAS ESPECIALES: EL AUJE DE LA CONSTRUCCIÓN DE BODEGAS Y VIÑAS EN CHILE	39
BIBLIOGRAFÍA	42

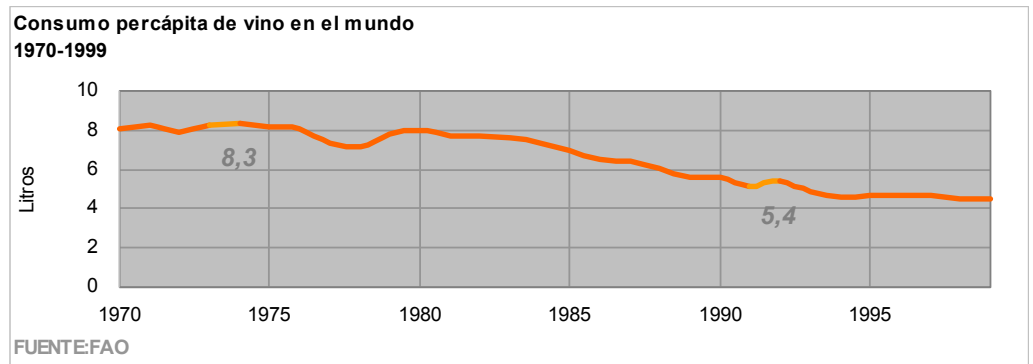
Documentos ----- 42

Bases de Datos ----- 42

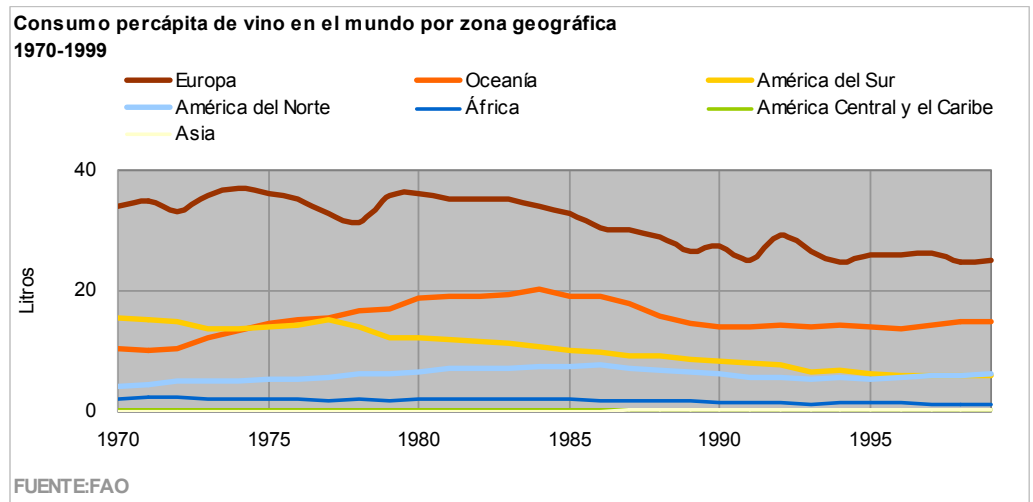
INDUSTRIA VITIVINÍCOLA EN EL MUNDO

Consumo de vino en el mundo

El consumo de vino en el mundo ha caído en 11,7% entre 1970 y 1999 en términos de volumen, lo que se traduce en una baja del consumo per cápita de 45,0% para el período. Esta tendencia es sostenida durante el tiempo, lo que habla de cambios estructurales en la oferta y demanda del vino, y no de simples problemas coyunturales agrícolas o productivos.



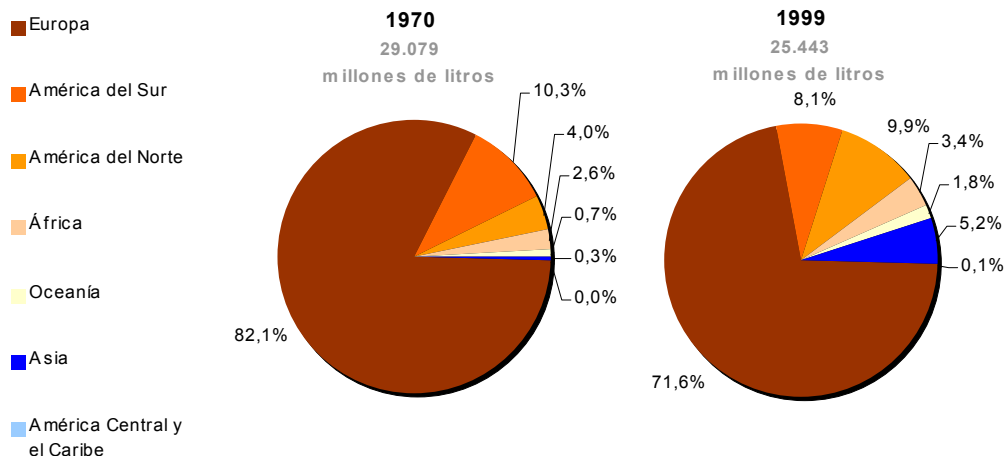
La tendencia, sin embargo, no es generalizada para todos los países del mundo, ya que en muchas zonas el consumo de vino ha aumentado considerablemente en el mismo período de análisis. Es el caso de los países de América del Norte, Asia y especialmente Oceanía.



Las razones para la caída en el consumo mundial de vino se encuentran principalmente en Europa, y más específicamente en los países tradicionalmente productores de vino, lo que llamamos “Viejo Mundo” dentro de la industria vitivinícola. En estos países europeos, la propaganda pública acerca de las implicancias del consumo de alcohol sobre la salud, las estrictas leyes contra la conducción en estado de ebriedad, y el

menor interés que han mostrado por el vino las nuevas generaciones, ha ido mermando lentamente el consumo de vino en sus mercados. Entre 1970 y 1999 el consumo de vino en los países considerados

**Consumo de vino en el mundo
1970 v/s 1999**



FUENTE:FAO

dentro del “Viejo Mundo” cayó de 18.721 millones de litros a 14.307 millones, lo que representa una disminución de 23,6% en el volumen consumido y una disminución de 15,2% para el consumo de vino en el mundo.

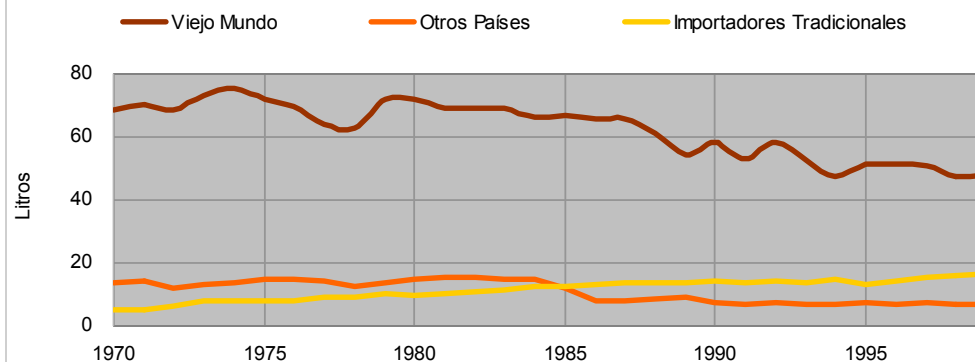
Una tendencia similar se observa en América del Sur, aunque por razones distintas. Argentina, Chile y Uruguay, países tradicionalmente consumidores de vino, han visto caer su consumo local a los niveles más bajos de su historia, lo que se explica principalmente por el desarrollo de la industria cervecera en esos

**Consumo per cápita de vino
Litros anuales**

N°	Rkg. 1999	Lts.
1	Francia	83
2	Suiza	71
3	España	59
4	Italia	57
5	Portugal	56
6	Croacia	44
7	Argentina	35
8	Macedonia	33
9	Hungría	33
10	Uruguay	33

N°	Rkg. 1970	Lts.
1	Francia	132
2	Italia	121
3	Argentina	96
4	Portugal	83
5	España	57
6	Suiza	46
7	Polinesia Francesa	42
8	Chile	41
9	Grecia	39
10	Hungría	38

**Consumo per cápita de vino en Europa
1970-1999**

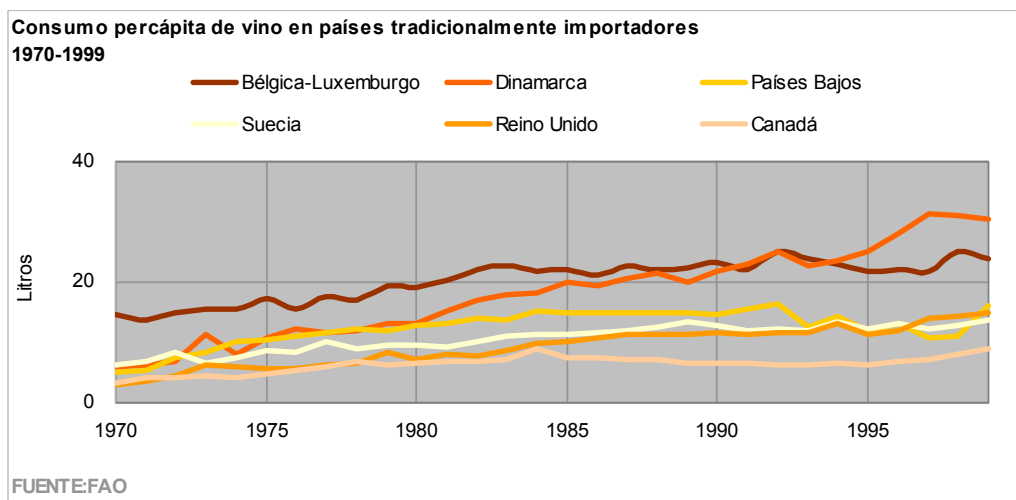


FUENTE:FAO

mercados, la que compite directamente con los vinos comunes.

En Europa, dentro de los países no considerados como parte del “Viejo Mundo”, la experiencia de los países tradicionalmente importadores de vino resulta bastante interesante en términos de su desarrollo

actual y futuro en el mundo del vino. Países como Bélgica, Suecia, Dinamarca, Holanda, Canadá y Reino Unido, han visto crecer su demanda interna por vino más que ningún otro mercado en el mundo en los últimos treinta años, lo que los ha transformado en mercados sumamente atractivos para las empresas vitivinícolas del viejo y especialmente del nuevo mundo. En términos de consumo per cápita, los seis países mencionados anteriormente han aumentado su consumo promedio desde 4,7 litros en 1970 a 15,0 litros en 1999, lo que representa un crecimiento anual de 4,1%. Del mismo modo, la participación de los países tradicionalmente importadores, dentro del consumo mundial de vino, aumentó de 1,8% a 7,7% entre 1970 y 1999, mientras que su participación dentro de las importaciones mundiales de vino aumentó de un 13,8% a un 30,1% en el mismo período.



TENDENCIAS MUNDIALES EN EL CONSUMO DE VINO

- ✓ El consumidor de vino en el mundo se ha hecho más sofisticado y conocedor.
- ✓ Ha aumentado el consumo de vino a nivel de hogar, lo que ha hecho aumentar la importancia de los supermercados como canal de venta.
- ✓ Producto de un consumidor más conocedor, ha aumentado el consumo de los vinos de alto valor, especialmente aquellos que se encuentran en el rango de precios de entre 5 y 14 dólares la botella (Premium y Super Premium).

Segmentos de precios en la industria del vino

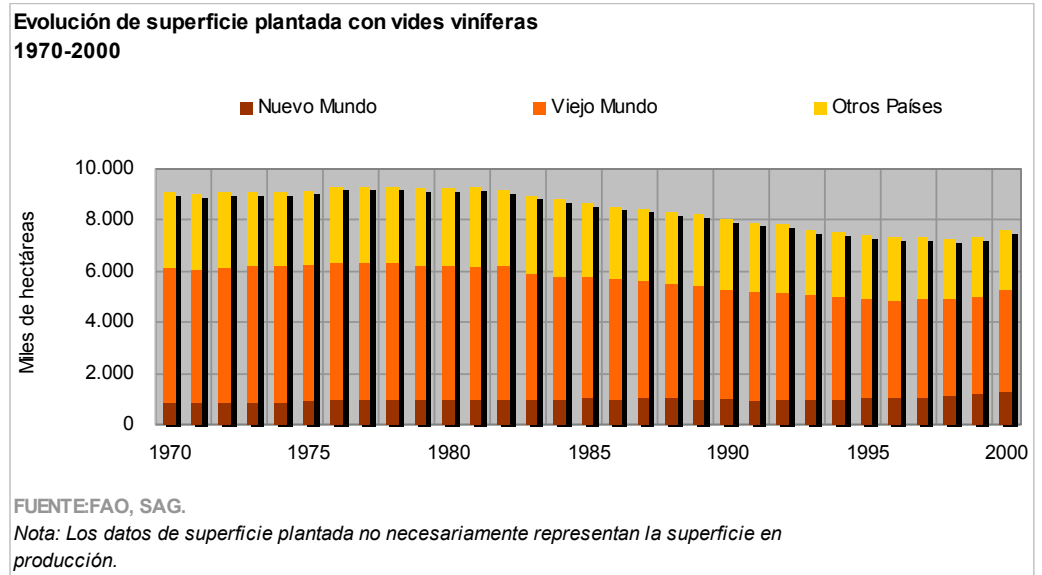
	Icon	Ultra-Premium	Super-Premium	Premium	Popular
Rango de precios	> USD 50	USD 14-50	USD 7-14	USD 5-7	< USD 5
Crecimiento	bajo	bajo	alto	alto	decreciendo
Participación de mercado	1%	5%	10%	34%	50%

- ✓ El consumidor está experimentando y buscando nuevos sabores en los vinos.
- ✓ Las marcas se han convertido en garantías de calidad para los consumidores, por lo que su desarrollo se está haciendo cada vez más importante en el mundo del vino.

- ✓ Los vinos populares, pertenecientes a los segmentos de precios más bajos, están siendo cada vez menos demandados por el consumidor actual, proceso que en muchos países se ha visto potenciado por el desarrollo de la cerveza.

Producción de vino en el mundo

VITICULTURA



La superficie plantada con vides en el mundo ha caído consistentemente los últimos treinta años, impulsada por los constantes arranques de plantaciones que se han llevado a cabo en Europa, especialmente en los países denominados como pertenecientes al "Viejo Mundo" productor de vino. En esos países se ha llevado a cabo una reestructuración masiva de la industria, impulsada por la sobreoferta de vino, la merma en la calidad de vida de las familias ligadas a la vitivinicultura, la baja competitividad mostrada por la industria ante la mayor apertura comercial, y el bajo valor agregado de la industria como actividad económica. A esto se agrega el deseo de los gobiernos del Viejo Mundo de orientar el uso del suelo a las actividades de mayor valor agregado y menor costo social, lo que no coincide con la producción de vinos masivos de bajo costo, cuya ocasión de uso se acerca más al alcoholismo que a la degustación controlada.

Con estos antecedentes, los países pertenecientes a la comunidad Europea, y en especial los tradicionales productores de vino, llegaron a una serie de acuerdos con el fin de garantizar el equilibrio del mercado vitivinícola dentro de los países de Europa. Entre ellos está la reorientación de los viñedos para la producción de vinos de calidad, el arranque de todos aquellos viñedos cuya producción no tiene un claro mercado comprador, la imposibilidad de llevar a cabo nuevas plantaciones hasta el año 2010 (a menos que

Arranques de vides en países del Viejo Mundo
Miles de hectáreas

País	Superficie 1970	Arranques netos				Superficie 2000
		1980	1990	2000	Total	
España	1.529	+129 -69%	-255 136%	-61 33%	-188 100%	1.341
Italia	1.331	+18 -4%	-325 71%	-148 33%	-455 100%	876
Francia	1.238	-125 34%	-206 56%	-34 9%	-365 100%	874
Portugal	255	-5 -250%	+24 1195%	-17 -845%	+2 100%	257
Rumania	293	-34 74%	-36 79%	+24 -53%	-45 100%	248
Grecia	221	-36 37%	-39 40%	-22 23%	-97 100%	124
Hungría	230	-62 44%	-57 40%	-22 16%	-141 100%	89
Bulgaria	169	-15 26%	-14 24%	-29 50%	-58 100%	111
Alemania	74	+16 57%	+5 19%	+7 24%	+28 100%	102
Total	5.339	-114 9%	-902 68%	-303 23%	-1.319 100%	4.021

sean replantaciones o nuevas plantaciones de alta calidad en zonas escogidas por las autoridades), el otorgamiento de incentivos para la reorientación del suelo vitícola hacia otras actividades económicas, etc.

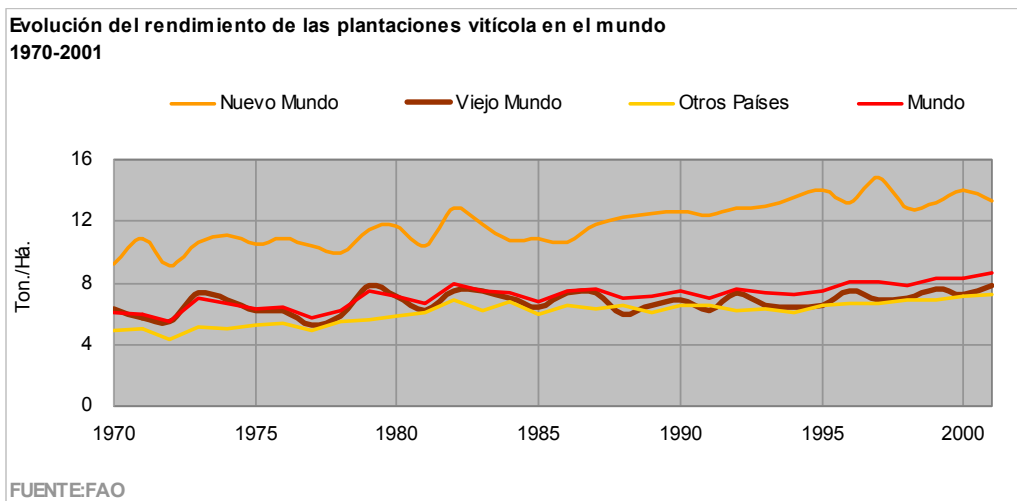
En la tabla al costado izquierdo podemos ver cómo la superficie plantada con vides en los países del Viejo Mundo bajó en cerca de 25% entre 1970 y 2000, produciéndose en los años '80 el mayor porcentaje de arranque. Los países que lideraron esta tendencia fueron España, Italia y Francia, los mayores productores mundiales de vino (Fuente:FAO).

Contraria a la experiencia de los países del Viejo Mundo, los países del Nuevo Mundo se han transformado en dignos herederos y competidores de los tradicionales productores de vino, y enfocados en fortalecer sus exportaciones han reorientado sus viñedos a lo que el consumidor demanda. De esta forma, han sido capaces de aumentar considerablemente el tamaño de su industria vitivinícola, satisfaciendo la creciente demanda mundial por vino del Nuevo Mundo con mayor producción y mayor superficie plantada. La pregunta es hasta cuándo

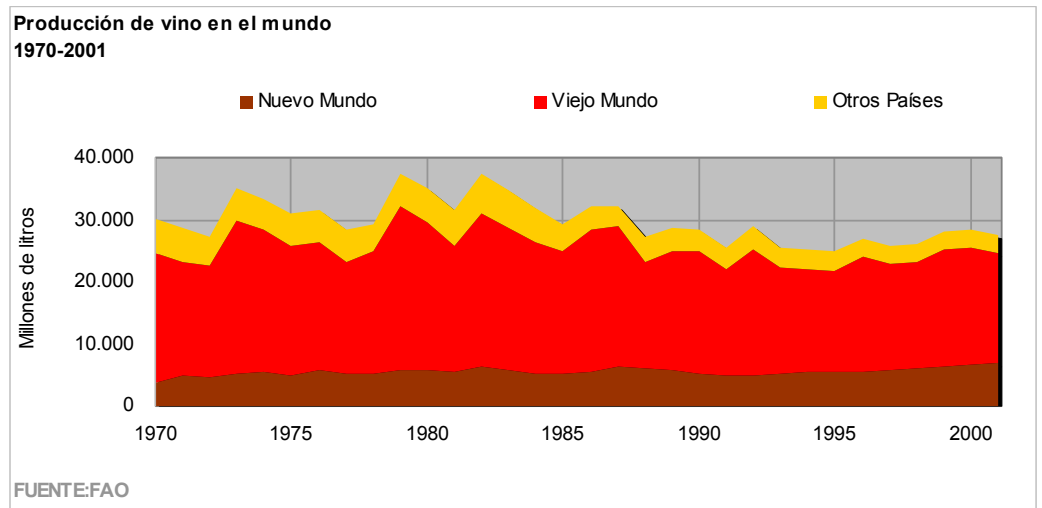
podrá mantenerse esta tendencia, y si la fuerte competencia entre los países pertenecientes al Nuevo Mundo productor de vino no terminará por dañar su propia industria, en el intento de ganar participación dentro de la cuota de mercado asignada a los vinos del Nuevo Mundo, la que hoy no crece tanto como lo está haciendo su superficie plantada.

PRODUCCIÓN

La producción de vino en el mundo ha caído con menor fuerza que la superficie plantada con vides en el mundo, producto del aumento en los rendimientos vitícolas de las plantaciones. El rendimiento promedio de los viñedos del mundo aumentó desde 6,1 toneladas por hectárea en 1970 a 8,6 el 2001, lo que



directamente representa un aumento de 41% en la producción de vino.



Aun así, la producción de vino en el mundo ha caído en 2.478 millones de litros entre 1970 y 2001, lo que representa un 8,2% de disminución. Esta caída se explica numéricamente por la disminución de 20,7% en la superficie plantada, de 17,9% en los rendimientos de extracción del vino (Razón litros de vino por kilo de uva) y en la proporción de viñedos destinados a producir vino, y por el aumento de 41,0% en los rendimientos agrícolas (Toneladas de uva por hectárea)

Del total de vino producido en el año 2000^a en el mundo, el Viejo Mundo participa con un 66,5% del total, equivalente a 18.859 millones de litros, el Nuevo Mundo con 23,4%, equivalente a 6.637 millones de litros, y el resto del mundo con 10,1%, equivalente a 2.878 millones de litros.

Producción de vino en el mundo
Billones de litros

	1970	2000
Nuevo Mundo	12,7%	23,4%
Viejo Mundo	69,5%	66,5%
Otros	17,8%	10,1%
Total	100,0%	100,0%
Producción	30,1	28,4

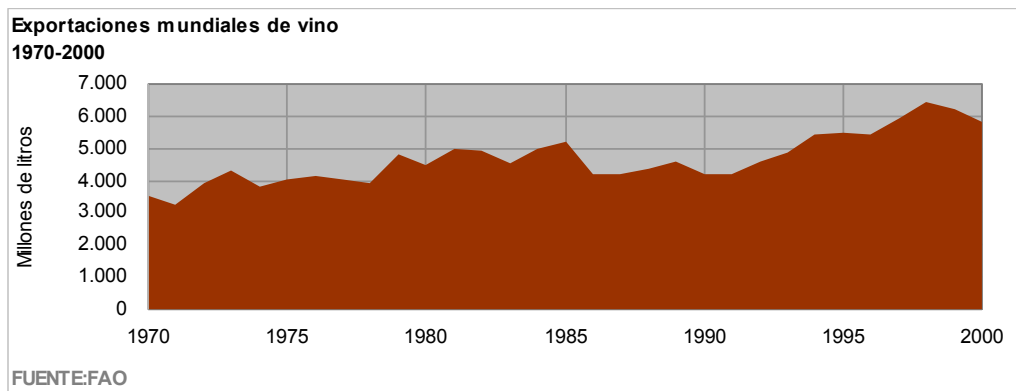
Comercio internacional

El comercio internacional es la actividad clave para explicar el desarrollo y los acontecimientos de la industria vitivinícola mundial en los últimos treinta años. Por un lado, la apertura comercial desnudó los problemas de competitividad de los tradicionales productores de vino en el mundo, lo que fue factor fundamental para que los gobiernos de esos países impulsaran las reformas mencionadas en el párrafo anterior. Por el otro, el mercado internacional se transformó en un botín suficientemente atractivo para los países del Nuevo Mundo como para incentivar el desarrollo de su industria vitivinícola local, lo que en adición otorgó un enorme atractivo a la oferta mundial de vinos.

De esta forma, la tendencia del comercio internacional del vino es creciente, en términos de volumen de comercio y cantidad de competidores, separando, por filosofía de mercado y antigüedad como industria profesional, la experiencia de los dos principales grupos de países productores de vino: El Viejo Mundo y el Nuevo Mundo.

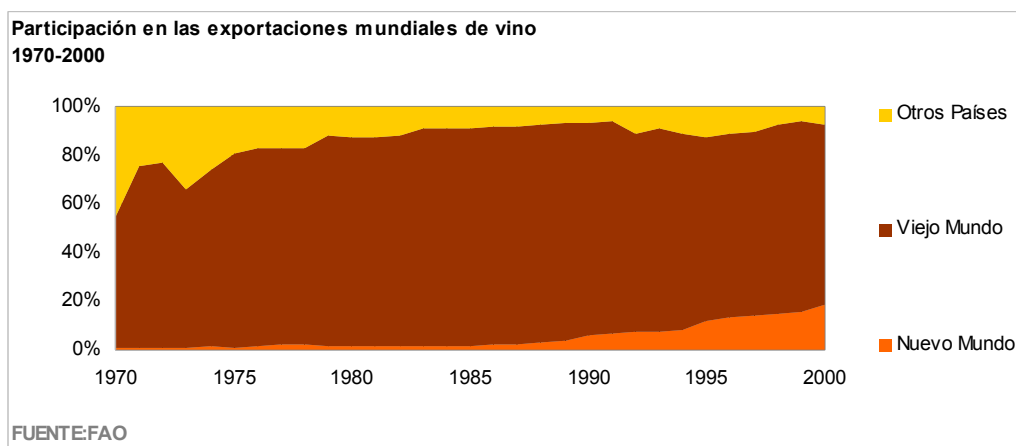
^a Decidimos tomar los números del año 2000, ya que los del año 2001 son provisorios o estimados para muchos de los países.

Dentro de los países del Nuevo Mundo se encuentran: Estados Unidos, Australia, Chile, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Argentina, así como los países de Asia emergentes como: Corea del Sur, China, Hong Kong, Tailandia, Singapur, Japón y Taiwán. Dentro de los países del Viejo Mundo se encuentran: Francia, España, Italia, Portugal, Rumania, Grecia, Hungría, Bulgaria y Alemania.



El comercio de vino en el mundo alcanza a 5.830 millones de litros (Exportaciones año 2000), lo que representa el 20,5% del total de producción de vino. Esta cifra es 2.305 millones de litros superior a la de 1970, lo que indica que el comercio de vino en el mundo ha crecido en 65,4% en treinta años.

Dentro del total de exportaciones de vino en el mundo, los países productores del Viejo Mundo representan el 74,5% de las transacciones en términos de volumen, mientras que los países del Nuevo Mundo alcanzaron el año 2000 el 18,5%.



La tendencia muestra que los países productores de vino del Nuevo Mundo han aumentado su participación en el comercio internacional en 17,7 puntos porcentuales desde 1970, en parte a expensas del Viejo Mundo, pero en mayor parte a expensas del resto de los países productores de vino en el mundo.

El desarrollo comercial de los países del Nuevo Mundo se debe principalmente a que han sabido ofrecer al mundo productos de muy buena calidad a precios considerablemente inferiores a los del Viejo Mundo, y no se han quedado ahí. Han sabido crear marcas a nivel de país y a nivel de empresas, han absorbido

conocimientos de los países tradicionales y los han aplicado en sus industrias, han sabido desarrollar las cepas que el consumidor demanda en el mundo y a su vez han hecho de las cepas que mejor se dan en sus suelos un estandarte de su industria. En síntesis, los países del Nuevo Mundo han aprendido del mercado y se han adaptado a la realidad del consumidor más rápido que el resto de los productores en el mundo, utilizando todas las herramientas que la mercadotecnia entrega hoy en día.

Participación en el comercio internacional

Millones de litros (promedio del período)

	1970	1971-1975	1976-1980	1981-1985	1986-1990	1991-1995	1996-2000	2000
Nuevo Mundo	0,8%	1,0%	1,8%	1,6%	3,5%	8,5%	15,2%	18,5%
Viejo Mundo	54,2%	73,5%	83,4%	88,1%	89,0%	81,5%	76,5%	74,5%
Otros	45,0%	25,5%	14,7%	10,4%	7,5%	9,9%	8,3%	7,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Exportaciones	3.525	3.869	4.270	4.926	4.309	4.905	5.977	5.830

FUENTE:FAO

Balance de la industria del vino en el mundo

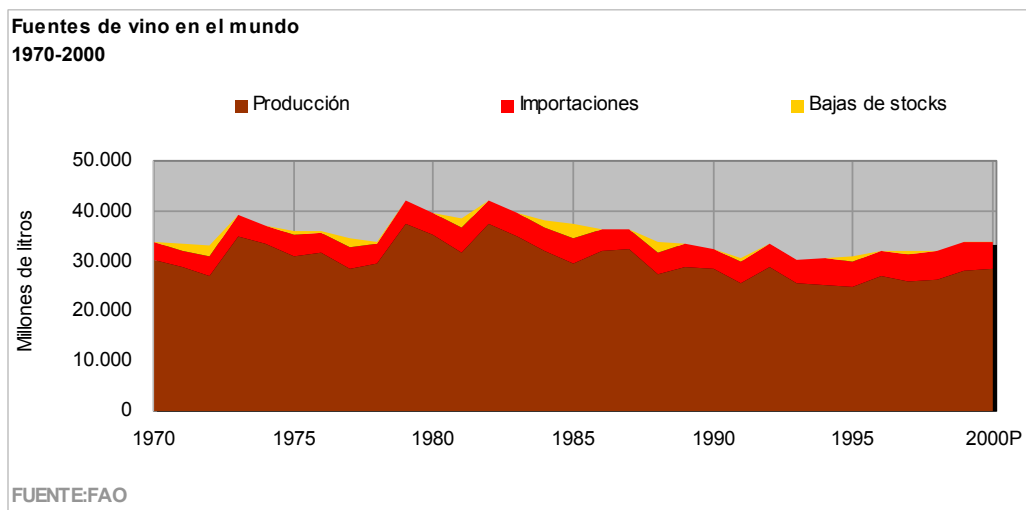
El termómetro de la industria vitivinícola está en sus stocks, que no es más ni menos que la suma histórica de la diferencia entre las fuentes de vino y el uso que se les da a esos vinos.

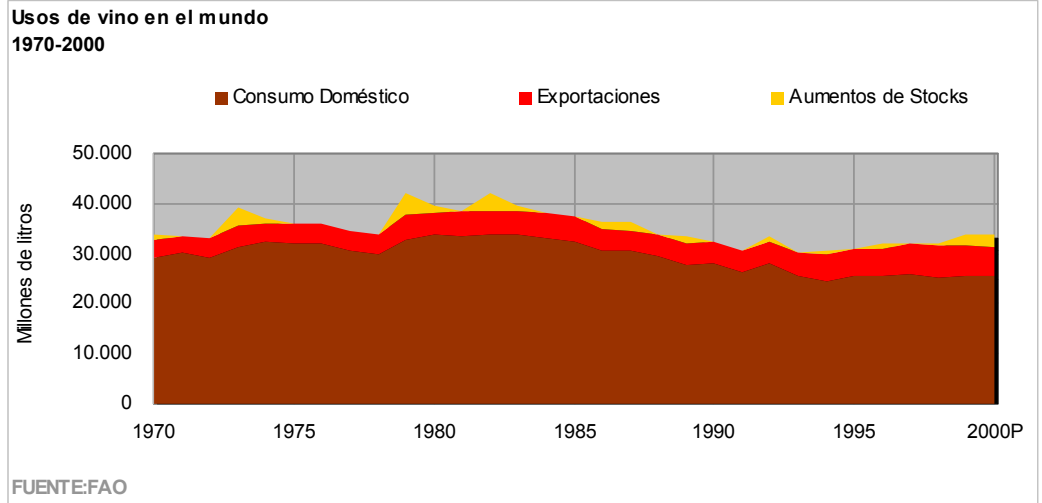
En una simple ecuación tenemos que:

$$Fuentes - Usos = \Delta Stocks$$

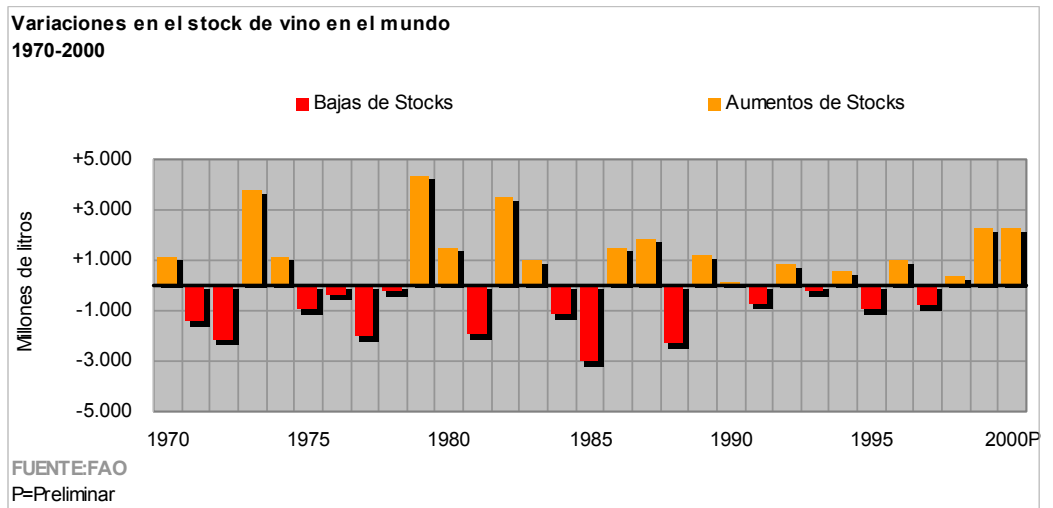
$$\langle Producción + Importaciones \rangle - \langle Consumo + Exportaciones \rangle = \Delta Stocks$$

$$\sum_{HOY}^0 \langle Producción + Importaciones \rangle - \sum_{HOY}^0 \langle Consumo + Exportaciones \rangle = Stock_{HOY}$$





Si bien es cierto que, en la medida que el consumo de vinos de calidad aumente en el mundo en desmedro de los vinos comunes, los stocks se incrementarán proporcionalmente, no es menos cierto que el aumento excesivo de los stocks es una señal preocupante y a veces inequívoca de una industria sobrecalentada. Es el caso de la industria vitivinícola, que desde 1998 está evidenciando síntomas de sobreoferta. La producción de vino en los países del Viejo Mundo se ha estabilizado en niveles más altos de los que se observaban a principios de los '90, y a su vez los países del Nuevo Mundo siguen incrementando su producción a un ritmo superior al de sus exportaciones. Todo esto en un escenario en que el consumo de vino no aumenta.



De esta forma, la industria suma tres años seguidos de acumulación de sobreproducción, entre 1998 y 2000, y los stocks se han incrementado en cerca de 5.000 millones de litros en ese período. Sin conocer las cifras oficiales para el año 2001, es probable que el mismo escenario se repita, por la superficie plantada, por la nueva superficie que entra en producción, porque las tendencias en el consumo no cambian

con tanta rapidez y porque no se registran grandes catástrofes climáticas que puedan dañar la producción de alguno de los grandes en la industria.

EL NUEVO MUNDO DEL VINO

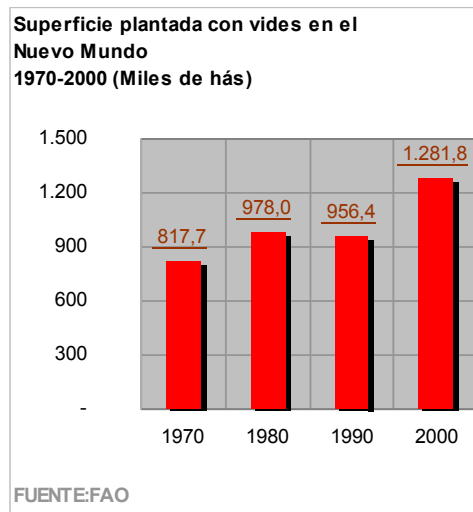
Los países denominados del "Nuevo Mundo" son los siguientes:

✓ Argentina	<u>Países asiáticos emergentes:</u>
✓ Australia	✓ Corea del Sur
✓ Chile	✓ China
✓ Estados Unidos	✓ Hong Kong
✓ Nueva Zelanda	✓ Japón
✓ Sudáfrica	✓ Singapur
	✓ Tailandia
	✓ Taiwán

Producción de vino en el Nuevo Mundo

VITICULTURA

De acuerdo a las estadísticas entregadas por la Food & Agriculture Organization (FAO) de Naciones Unidas, la superficie plantada con vides en el Nuevo Mundo es de 1.281.798 hectáreas para el año 2000, lo



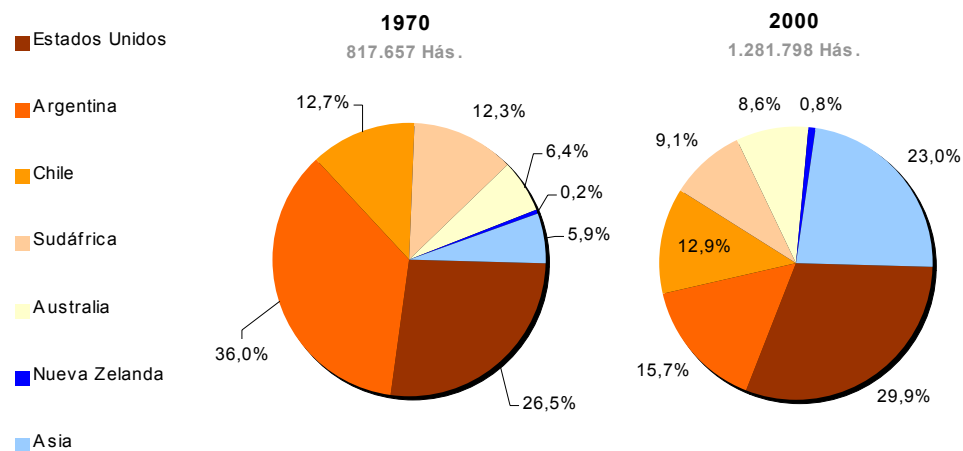
que representa un aumento de 56,8% con respecto a 1970. De las 464 mil hectáreas que se incrementaron en los últimos treinta años, 325 mil fueron plantadas en la década del '90, lo que coincide con el nacimiento y auge del Nuevo Mundo como icono en el comercio internacional de vino.

Dentro de los países del Nuevo Mundo, la experiencia es bastante distinta. La mayor parte de los países incrementó fuertemente sus plantaciones en los últimos treinta años, y en especial en los últimos diez, sin embargo el

tamaño del crecimiento varía mucho. En un extremo, y como una excepción, está el caso de Argentina, que entre 1970 y 2000 disminuyó su superficie plantada con vides en 31,8%, producto del deterioro del consumo local de vino. En otro extremo está el caso de Nueva Zelanda y los países asiáticos, que en los últimos treinta años han incrementado su superficie plantada con vides en 594,6% y 507,4% respectivamente. Como en el caso de Argentina, los movimientos en el área plantada con vides de los

países del Nuevo Mundo no se explican meramente en el desarrollo exportador que han tenido, sino que muchas veces, y en especial en los mercados grandes, las tendencias del consumo local de vino juegan un rol fundamental. En el caso de Chile, el deterioro del consumo local de vino se transformó en una señal para desarrollar el sector exportador, como sucede con Argentina. En el caso de Australia y Nueva Zelanda, el incremento en el consumo local de vino potenció el auge del sector exportador, mientras que en el caso de los países asiáticos el sólo desarrollo del mercado local fue suficiente para fomentar el desarrollo de su industria vitivinícola.

**Superficie plantada con vides en el Nuevo Mundo
1970 v/s 2000**



FUENTE:FAO

Ahora, cualquiera sea la causa del desarrollo vitivinícola de los países del Nuevo Mundo, el tamaño, incremento y diversidad de sus plantaciones son variables fundamentales para definir el poderío y potencial de cada país en un contexto globalizado, y por ello es que tenemos que poner especial atención en ello.

Superficie plantada con vides en el Nuevo Mundo según la FAO.

Cálculo de la superficie plantada con cepas viníferas en el Nuevo Mundo

Año 2000

		Superficie plantada (Miles de hás)					Total FAO	Cepas viníferas		
		Por tipo de cepa						P	NP	T
		Vinífera	Mesa	Pasas	Pisquera	Otros				
Argentina	T	188,4	8,8	3,5	-	0,5	201,1	-	-	188,4
Chile	T	103,9	50,8	-	10,1	-	164,8	-	-	103,9
California	P	163,3	33,9	110,4	-	-	307,6	163,3	31,3	194,6
Resto USA	P	-	-	-	-	-	75,4	-	-	-
Australia	P	110,6	-	-	-	-	110,6	110,6	29,2	139,9
Nueva Zelanda	P	10,2	-	-	-	-	10,2	10,2	2,0	12,2
Sudáfrica	T	105,6	11,0	-	-	0,5	117,1	-	-	105,6
Asia	T	-	-	-	-	-	295,0	-	-	295,0
Total							1.281,8			1.039,5

T: Superficie total

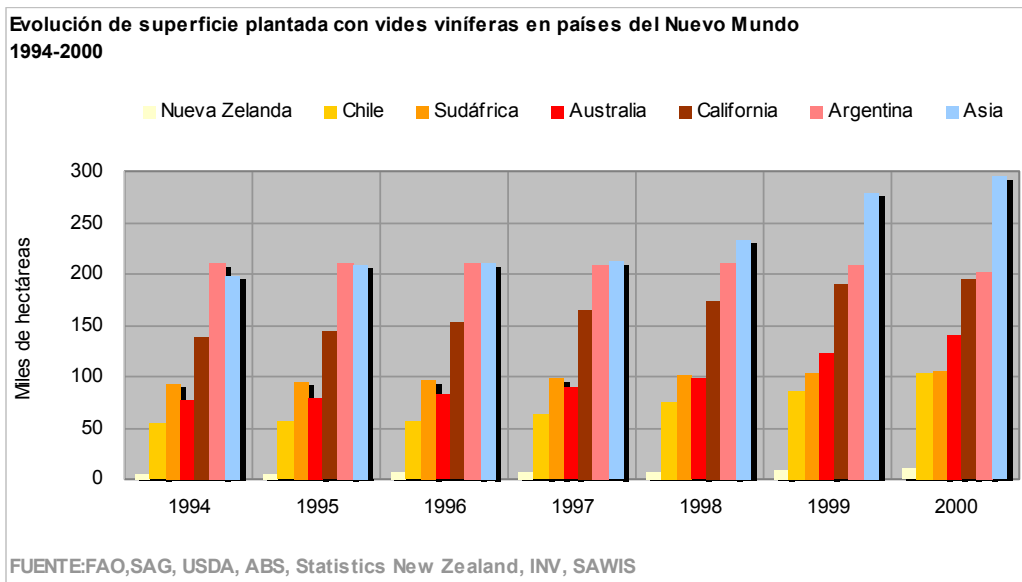
P: Superficie en producción

NP: Superficie no en producción

FUENTE: FAO, SAG, SAWIS, ABS, USDA, INV, Statistics New Zealand

De la superficie total plantada con vides en el Nuevo Mundo, estimamos que 1.039.507 hectáreas están plantadas con cepas viníferas^b. La superficie plantada con cepas viníferas ha aumentado considerablemente los últimos seis años, registrando un incremento de 34,7% en el período 1994-2000.

Los países que han mostrado un mayor incremento en la superficie plantada con cepas viníferas en los últimos seis años son Chile (91%), Australia (80%), Nueva Zelanda (67%) y Asia (49%), los que básicamente se han dedicado a la plantación de cepas tintas y a la readecuación de sus viñedos para la producción de cepas de alta calidad.

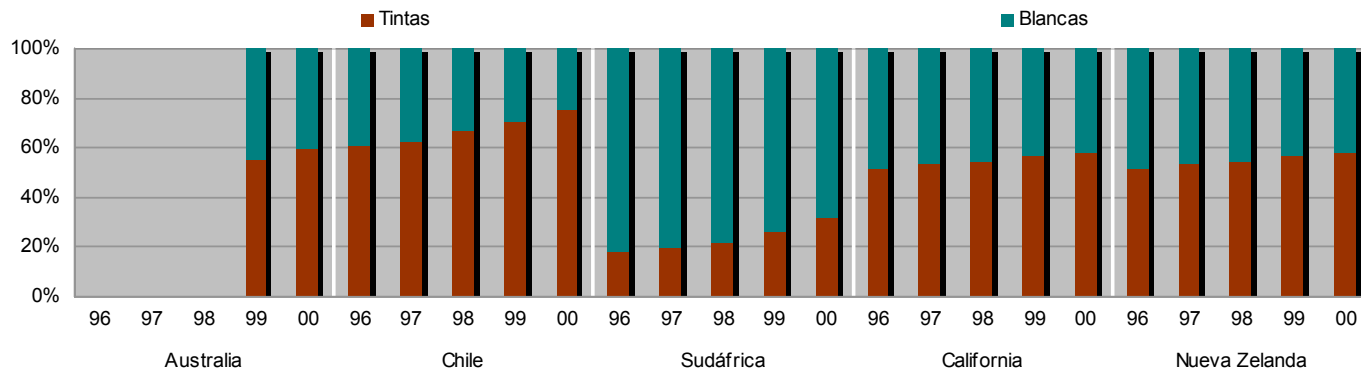


FACTORES QUE DETERMINAN LA PLANTACIÓN EN LOS PAÍSES DEL NUEVO MUNDO

Los países del Nuevo Mundo se han enfocado a plantar y producir aquellas cepas que tienen mayor demanda en el mercado, lo que se ha transformado en un factor positivo de competitividad. A pesar de lo fragmentada de la industria, existe buena coordinación entre los productores de uva y las empresas productoras de vino, lo que ha permitido adecuarse a nivel del viñedo a las necesidades del consumidor. A ello ha ayudado mucho la cantidad de nuevas tierras que se están plantando con viñas, las que se han destinado especialmente a variedades específicas no tradicionales, que vienen a complementar el portfolio de cepas nobles tradicionales sobre las cuales los países del Nuevo Mundo han construido sus marcas. Un ejemplo específico de la capacidad de adaptación de la industria vitivinícola del Nuevo Mundo a las necesidades de los consumidores de vino en todo el mundo, es la reconversión que están haciendo Australia, Chile, California, Nueva Zelanda y Sudáfrica hacia cepas tintas, las que están siendo notoriamente más demandadas por su mayor sofisticación y beneficios para la salud.

^b No considera las plantaciones de cepas viníferas en otros estados norteamericanos fuera de California.

**Distribución de la superficie vitícola por color
1996-2000**

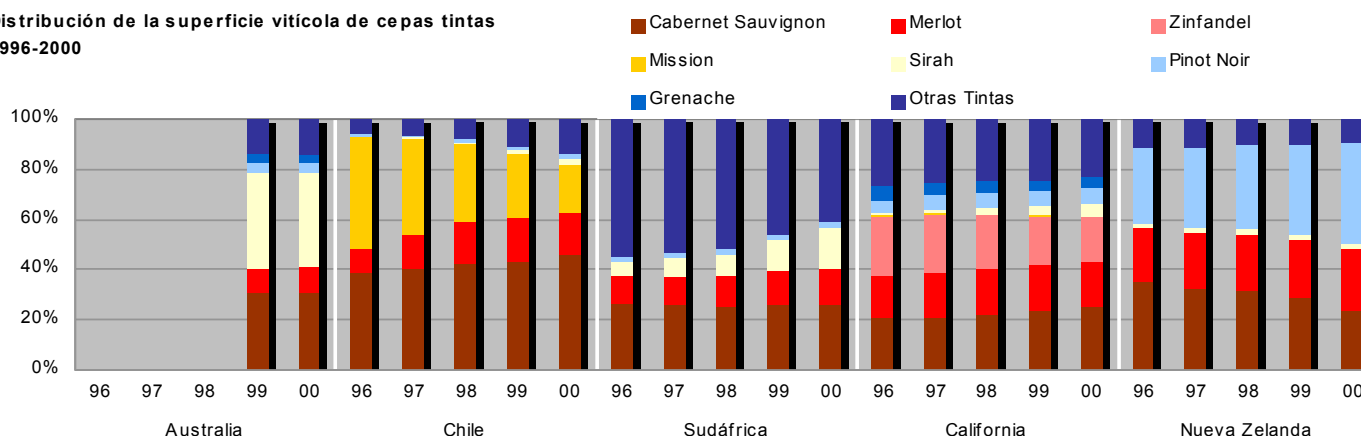


FUENTE: USDA, SAG, Winegrowers of New Zealand, Australian Wine & Brandy Corporation

DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTACIONES DEL NUEVO MUNDO POR CEPAJES

Los países del Nuevo Mundo se han enfocado a producir aquellas cepas de mayor demanda en el mundo, comenzando por las cepas tradicionales, las que han utilizado para dar a conocer y fortalecer de mejor

**Distribución de la superficie vitícola de cepas tintas
1996-2000**



FUENTE: USDA, SAG, Winegrowers of New Zealand, Australian Wine & Brandy Corporation

**Tendencias de las cepas viníferas
Nuevo Mundo**

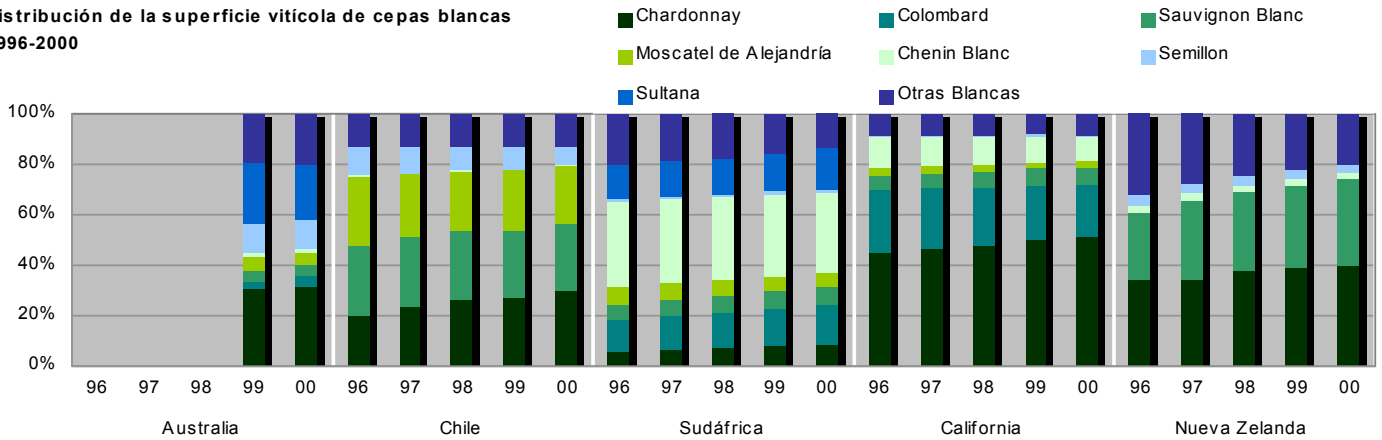
	Mayor superficie		Mayor crecimiento	
	Blancas	Tintas	Blancas	Tintas
1	Chardonnay	Cabernet Sauvignon	Pinot Gris	Syrah
2	Colombard	Merlot	Viognier	Aspirant Bouschet
3	Sauvignon Blanc	Syrah	Roussanne	Petit Verdot
4	Sultana	Zinfandel	Symphony	Sangiovese
5	Moscatel de Alejandría	Mission	Chardonnay	Cabernet Franc

forma sus marcas. Por ello, no es casualidad encontrar Cabernet Sauvignon, Merlot y Chardonnay en la mayoría de los países del Nuevo Mundo, aunque en cada uno de ellos la participación de la cepa sobre el total no sea siempre la misma.

Junto a las cepas tradicionales, cada uno de los países pertenecientes al Nuevo Mundo desarrolla al menos una variedad no tradicional que, en algunos casos, se ha transformado en la cepa insigne que lo caracteriza en el comercio internacional. Es el caso de la cepa Zinfandel en California, Syrah en Australia, Pinot Noir en Nueva Zelanda y País (Mission) en Chile, aunque en este último caso, los esfuerzos de la industria vitivinícola chilena están enfocados en la cepa Carmenere para desarrollarla como cepa insigne de los vinos

chilenos.

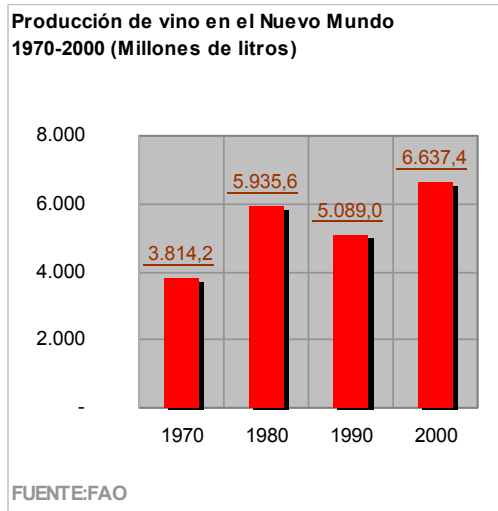
Distribución de la superficie vitícola de cepas blancas 1996-2000



FUENTE: USDA, SAG, Winegrowers of New Zealand, Australian Wine & Brandy Corporation

PRODUCCIÓN

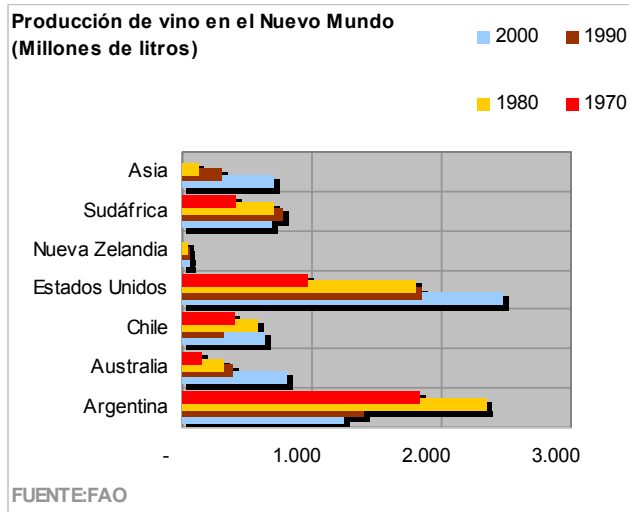
La producción de vino en el Nuevo Mundo alcanza los 6.637,4 millones de litros el año 2000, lo que representa un crecimiento de 30,4% con respecto a 1990 y de 74,0% con respecto a 1970. Los mayores



incrementos absolutos en la producción de vino se registran en Estados Unidos, país que el año 2000 incrementó en 628,1 millones de litros su producción con respecto a 1990 y en 1.503,9 millones con respecto a 1970. En términos porcentuales, los países asiáticos son los que muestran un mayor crecimiento en la producción de vino, incrementando el año 2000 su producción en 126,6% con respecto a 1990 y en 4.556,3% con respecto a 1970.

En contraposición, el caso de Argentina es absolutamente distinto al del resto de los países del Nuevo Mundo. Luego de la década de los '70, cuando su producción creció en 513,0 millones de litros, su producción vinícola cayó en 945,4 millones de litros entre 1980 y 1990, y en 149,9 millones de litros entre 1990 y 2000, alcanzando una producción de 1.253,7 millones de litros, 31,7% inferior a la de 1970.

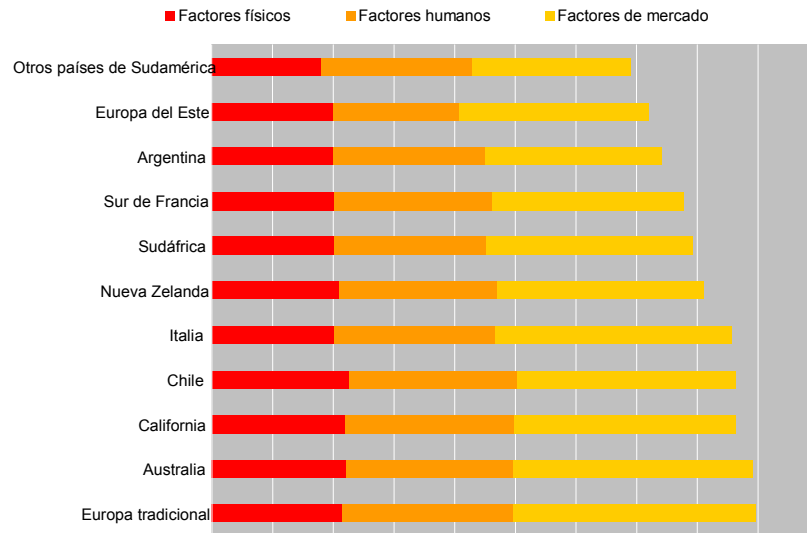
Dentro de los países del Nuevo Mundo, Chile es uno de los países con mayores y mejores ventajas comparativas naturales para la producción de vino. Ellas residen básicamente en las condiciones climáticas y de suelo que tiene Chile, en la gran cantidad de recurso humano calificado que se encuentra en



nuestro país, y en menor medida, lo que constituye un punto importante a mejorar, en la imagen de marca y los canales de distribución que se han creado en los mercados internacionales. Chile posee la mejor relación de factores físicos para la producción de uva vinífera, lo que se traduce en gran cantidad de plantaciones de cepas nobles, excelente calidad de la uva, bajos costos de producción de los predios

(Actualmente los costos directos de explotar un viñedo en Chile bordean los US\$1.663, mientras que en Australia y California estos alcanzan los US\$3.216 y US\$3.560 respectivamente⁶) y condiciones naturales excepcionales para la producción de uva. Del mismo modo, Chile ha creado ventajas comparativas importantes basadas en el desarrollo y agilidad de su industria vinífera, lo que se traduce en gran cantidad

Análisis de competitividad de los principales países productores de vino

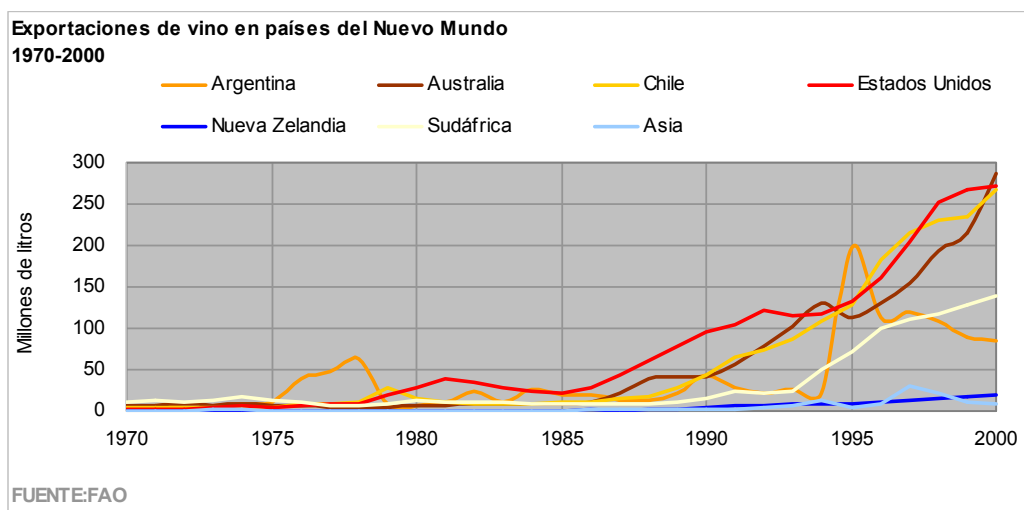


de instituciones abocadas a desarrollar la industria, inversiones cuantiosas en infraestructura productiva, mayor y mejor conocimiento enológico, y políticas gubernamentales que alientan el crecimiento y desarrollo de la industria vinífera. Básicamente, se puede decir que Chile ha creado ventajas comparativas en los factores físicos y humanos, y que debe mejorar en los factores de mercado, lo que incluye el desarrollo de la imagen país, el posicionamiento de marcas en el mercado internacional, presencia en mayor cantidad de

segmentos de mercado, mayor efectividad y cantidad de promoción, y potenciación de los canales de distribución^d.

Exportaciones de vino en el Nuevo Mundo

Las exportaciones de vino en el Nuevo Mundo han crecido a una tasa promedio anual de 13,0% entre 1970 y 2000, pasando a representar el 16,2% de su producción total de vino (0,7% en 1970) y el 16,2% de las exportaciones totales del mundo (0,8% en 1970)



En el año 2000, las exportaciones de vino en los países del Nuevo Mundo llegaron a 1.077,7 millones de litros, de los cuales un 96,3% fueron exportaciones de vino de mesa (finos y populares).

Exportaciones de vino en el Nuevo Mundo por tipo Año 2000 (Millones de litros)

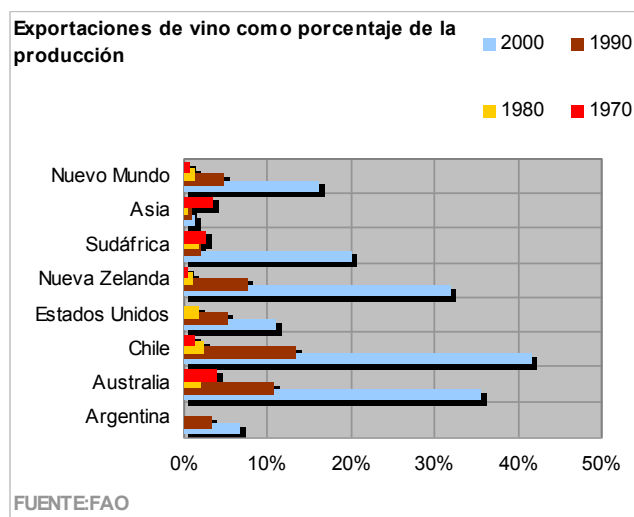
	Argentina	Nueva Zelanda	EEUU	Australia	Sudáfrica	Chile	Nuevo Mundo (S/Asia)		Asia	Nuevo Mundo (C/Asia)
De Mesa	82,0	17,2	250,4	277,2	138,4	263,2	1.028,2	96,3%	n.d.	n.d.
Espumoso y Efervescente	2,0	1,8	20,7	8,2	0,7	3,3	36,6	3,4%	n.d.	n.d.
Fortificado y Otros	0,3	0,2	-	2,2	0,4	-	3,2	0,3%	n.d.	n.d.
Total	84,3	19,2	271,0	287,6	139,5	266,5	1.068,0	100%	9,6	1.077,7

FUENTE:FAO, INV, Statistics New Zealand, USDA, ABS, SAWIS, Viñas de Chile

Por tamaño y crecimiento, los tres países que lideran el desarrollo del Nuevo Mundo en el mercado internacional del vino son Chile, Australia y Estados Unidos. Entre los tres representan el 76,6% de las exportaciones del Nuevo Mundo y junto a los países emergentes de Asia y Nueva Zelanda son los que han tenido un crecimiento más explosivo en los últimos años.

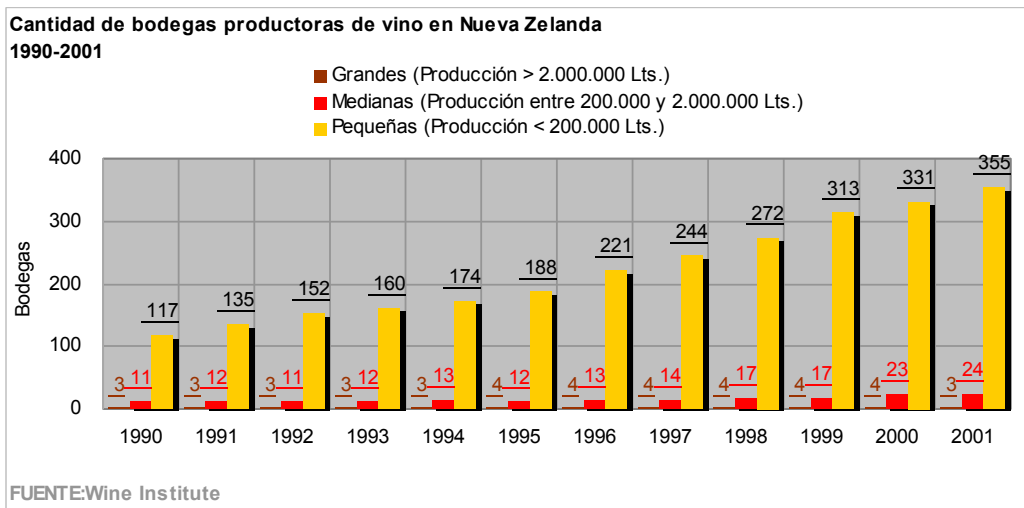
^d Javier Troncoso, Economista Agrario Centro Tecnológico de la Vid y el Vino – Universidad de Talca

La razón fundamental para la relevancia que han alcanzado Chile, Australia y Estados Unidos dentro del mundo del vino es su innovación, su dedicación exclusiva a satisfacer las necesidades de un consumidor de vino en evolución. Fueron los primeros en crear valor de marca en vinos de países no tradicionales, y los primeros en lograr entrar y posicionarse en las categorías premium. Hoy, Estados Unidos, país



pionero del Nuevo Mundo, está entrando con éxito al exigente segmento de vinos Ultra-Premium (Sobre 14 dólares la botella a público), mientras Australia y Chile alcanzan excelentes logros en los segmentos Premium (Entre 5 y 7 dólares la botella a público) y Super Premium (Entre 7 y 14 dólares la botella a público)

Una de las variables que ha ayudado mucho al desarrollo de la marca país en los países del Nuevo Mundo, y en especial en los tres países mencionados anteriormente, es la existencia de tres o cuatro viñas de gran tamaño, con suficientes recursos para introducir con fuerza marcas comerciales en el mercado internacional y para solventar cadenas de distribución propias en los mercados más importantes. Dentro de estos



grandes productores de vino se encuentran E&J Gallo, Canandaigua, The Wine Group y Robert Mondavi, entre otros en Estados Unidos; Southcorp, BRL Hardy, Orlando Wyndham y Beringer Blass en Australia; Concha y Toro, San Pedro, Santa Rita y Santa Carolina en Chile.

⁴ Basado en el estudio "Competitiveness 1996" de James Halliday (Australia)

El fenómeno provocado e impulsado por estos grandes productores de vino ha sido acompañado por la formación de una incipiente y explosiva industria exportadora de pequeñas empresas productoras de vino, llamadas viñas emergentes o viñas boutique, las que se han enfocado principalmente a satisfacer la demanda por vinos finos de alto valor en el mercado internacional. Estas pequeñas y medianas productoras de vino han ayudado a complementar y fortalecer la oferta de los países del Nuevo Mundo, descubriendo nichos de mercado, creando productos de mayor complejidad y calidad, y reorientando constantemente la industria hacia las nuevas tendencias.

El destino de las exportaciones de vino de los países del Nuevo Mundo coincide bastante con quienes son los mayores importadores de vino en el mundo. En términos globales, podemos decir que los países del Nuevo Mundo tienen tarea cumplida con el Reino Unido y Estados Unidos, destinos que en el año 2000 se convirtieron en el segundo y tercer mayor importador de vino en el mundo respectivamente y en los mejores clientes para los vinos del Nuevo Mundo; y tarea pendiente con Alemania, país que concentra el 18,4% de las importaciones mundiales de vino y que ningún país del Nuevo Mundo ha sabido abordar con suficiente fuerza.

**Destino de las exportaciones en el Nuevo Mundo
Año 2000**

	Importaciones Mundiales	Exportaciones por destino (Volumen)					
		Argentina	Nueva Zelanda	EEUU	Australia	Sudáfrica	Chile
Mayores Importadores	84,7%	56,7%	79,2%	84,5%	85,2%	94,5%	75,5%
Alemania	18,4%	4,3%	1,2%	2,9%	3,3%	7,8%	6,3%
Reino Unido	16,5%	14,8%	54,6%	24,7%	48,6%	41,8%	17,5%
Estados Unidos	8,3%	14,8%	13,1%	0,0%	17,4%	1,5%	20,0%
Francia	8,1%	2,1%	n.d.	2,1%	1,1%	3,3%	2,9%
Bélgica	4,7%	0,7%	n.d.	2,8%	0,9%	4,8%	1,5%
Canadá	4,4%	3,2%	3,4%	17,9%	4,4%	2,8%	10,4%
Países Bajos	3,7%	3,5%	3,6%	12,2%	3,0%	18,1%	3,0%
Portugal	3,5%	0,0%	n.d.	0,0%	n.d.	n.d.	0,0%
Suiza	3,4%	1,3%	n.d.	3,8%	1,7%	5,6%	1,4%
Dinamarca	3,3%	3,0%	n.d.	1,7%	0,9%	8,8%	5,3%
Japón	3,1%	6,9%	1,9%	14,5%	1,9%	n.d.	3,8%
Rusia	3,0%	0,4%	n.d.	0,0%	n.d.	n.d.	0,1%
Suecia	2,2%	1,4%	1,5%	1,3%	2,1%	n.d.	3,0%
Polonia	1,1%	0,0%	n.d.	0,1%	n.d.	n.d.	0,1%
Italia	1,0%	0,3%	n.d.	0,4%	n.d.	n.d.	0,2%
Otros	15,3%	43,3%	20,8%	15,5%	14,8%	5,5%	24,5%
Paraguay	0,1%	17,1%	n.d.	0,0%	n.d.	n.d.	0,9%
Australia	0,4%	0,0%	12,5%	0,1%	0,0%	n.d.	0,1%
Otros	14,9%	26,2%	8,3%	15,4%	14,8%	5,5%	23,5%

FUENTE:FAO, INV, Statistics New Zealand, USDA, ABS, SAWIS, Viñas de Chile

En términos particulares, existen mercados que se han transformado en nichos propios para algunos países del Nuevo Mundo. Es el caso de Paraguay para Argentina, que representa el 17,1% de sus envíos; de Australia para Nueva Zelanda, con el 12,5% de sus envíos; Japón para Estados Unidos y Países Bajos para Sudáfrica.

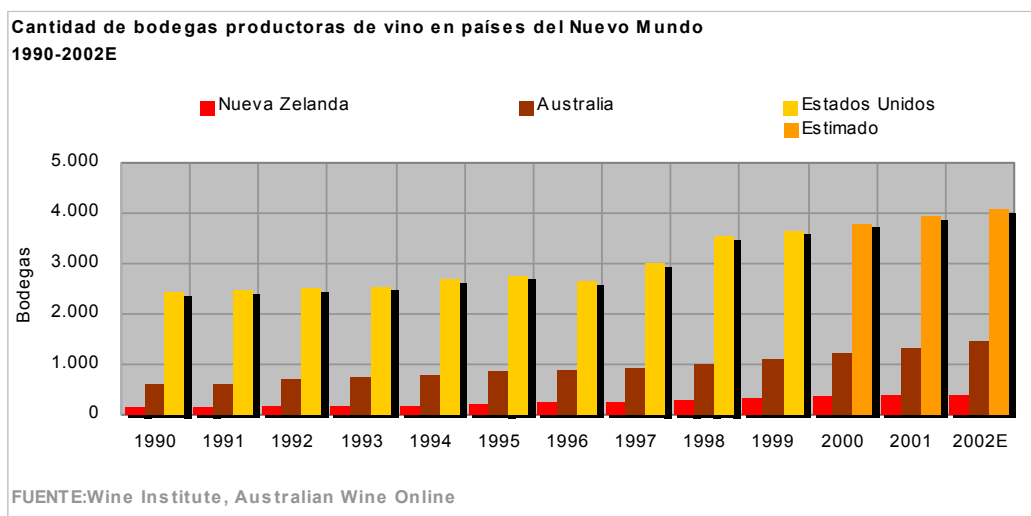
El resto de los mercados guarda relación entre el tamaño del mercado como importador de vino en el mundo y su participación dentro de las exportaciones de los países del Nuevo Mundo.

Si establecemos que la distribución perfecta de destinos de exportación es la participación sobre las importaciones mundiales de cada uno de los países importadores del mundo, el país del Nuevo Mundo que muestra la mejor distribución de destinos de exportación es Chile, seguido por Australia, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Argentina y Estados Unidos. Lo anterior se deduce de sacar el coeficiente de correlación entre la participación de cada destino en las importaciones mundiales de vino y la participación en las exportaciones de cada país.

Balance de la industria del vino en el Nuevo Mundo

El desarrollo de los países del Nuevo Mundo en el mercado internacional ha incentivado las inversiones en el sector vitivinícola en cada uno de ellos, lo que se ha transformado en una escalada de nuevas plantaciones, construcción de bodegas y ampliación de instalaciones, con el fin de aumentar la capacidad productiva y así poder solventar las crecientes exportaciones de vino.

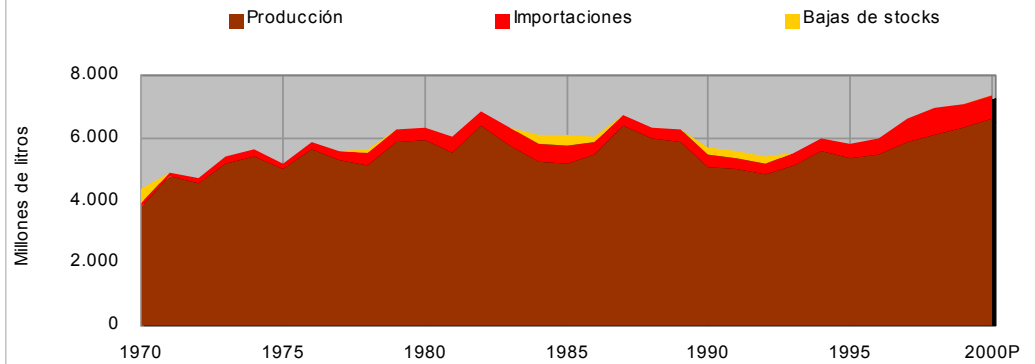
De esta forma, las plantaciones en los países del Nuevo Mundo se incrementaron en más de 326 mil hectáreas entre 1990 y 2000, lo que representa un crecimiento de 34,1% en la superficie plantada, y de acuerdo a estadísticas de Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos, las instalaciones productoras de vino aumentaron en 68,7% en el mismo período.



Todo lo anterior ha hecho que la producción de vino aumente por sobre el crecimiento de las exportaciones, y que como resultado, desde 1993 a la fecha se hayan producido constantes aumentos en los stocks de vino en los países del Nuevo Mundo, lo que al parecer seguirá siendo una tendencia los próximos años.

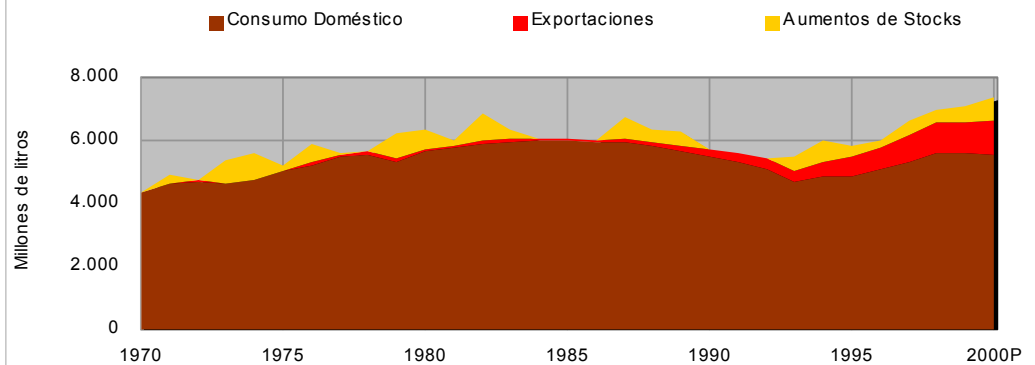
De acuerdo a los registros de la Food & Agriculture Organization (FAO) de Naciones Unidas, corregidos en algunos casos por la información estadística oficial que entrega cada uno de los países del Nuevo Mundo,

**Fuentes de vino en el Nuevo Mundo
1970-2000**



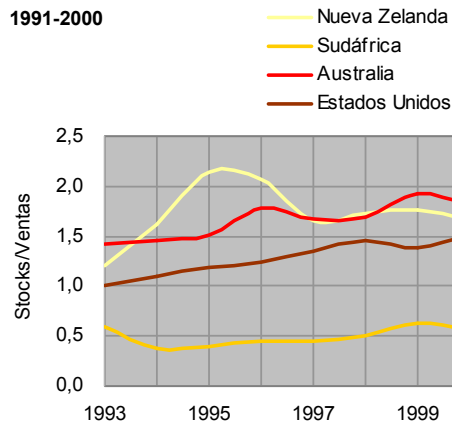
FUENTE:FAO

**Usos de vino en el Nuevo Mundo
1970-2000**



FUENTE:FAO

**Razón Stocks/Ventas en países del
Nuevo Mundo
1991-2000**



FUENTE:FAO, Statistics New Zealand,
ATF, ABS, SAWIS

los stocks de vino han aumentado en 3.853 millones de litros en los últimos ocho años, lo que representa el 58,0% de la producción total de vino en el Nuevo Mundo el año 2000. Lo anterior se corrobora en las estadísticas oficiales que entregan los distintos países del Nuevo Mundo sobre sus stocks, y que año a año están evidenciando aumentos en su razón Stocks/Ventas. En el caso de Australia, su razón Stocks/Ventas^e aumentó de 1,42 veces en 1993 a 1,90 veces el año 2001, lo que de acuerdo a las

^e Se entiende como ventas a la suma de las exportaciones y las ventas domésticas de vino producido internamente.

estimaciones de ABS (Australian Bureau of Statistics) no mejorará en el futuro, ya que se espera que esta razón llegue a 2,00 veces el año 2004. A su vez, en Estados Unidos, de acuerdo a cifras entregadas por la ATF (Bureau of Alcohol, Tobacco & Firearms, U.S. Department of the Treasury), los stocks de vino han aumentado como proporción de las ventas desde una razón de 1,00 veces a 1,51 en el período 1993-2000, lo que coincide con la tendencia observada en Nueva Zelanda, Sudáfrica y el resto de los países del Nuevo Mundo.

En los próximos años, de acuerdo a las proyecciones del sector en cada uno de los países del Nuevo Mundo, el escenario actual podría tener un agravamiento. La superficie plantada y la producción continuarán incrementándose, mientras que las exportaciones proyectadas por cada país parecen mantener la tendencia de los años anteriores, lo que ciertamente asegura un escenario de extrema competencia en el mercado internacional. De esta forma, probablemente observaremos caídas en los precios del vino de exportación, así como los incrementos excesivos en los stocks de vino terminarán por hacer caer los precios internos del vino y la uva de vinificación. El tamaño y duración de dichos efectos dependerá de la capacidad de ajuste de la industria a un nuevo escenario, y de las fortalezas creadas en los años precedentes, tanto en temas productivos como comerciales. En los próximos años veremos las fortalezas de las marcas comerciales de cada empresa, y la fortaleza de la marca país de cada uno de los productores del Nuevo Mundo.

Proyecciones sector vitivinícola Nuevo Mundo

		Nueva Zelanda	Australia
<u>2001</u>			
Superficie	Hás.	11.357	146.177
Producción uva	Ton.	68.986	1.391.082
Producción vino	M.Lts.	51.740	1.034.766
Exportaciones	M.Lts.	19.245	338.966
Inventario	M.Lts.	95.431	1.376.884
Razón (S/V)		1,72	1,90
<u>2002</u>			
Superficie	Hás.	13.173	158.358
Producción uva	Ton.	118.557	1.507.000
Producción vino	M.Lts.	88.918	1.064.000
Exportaciones	M.Lts.	26.100	417.000
Inventario	M.Lts.	128.231	1.573.000
Razón (S/V)		2,29	1,96
<u>2003</u>			
Superficie	Hás.	14.802	168.446
Producción uva	Ton.	133.218	1.603.000
Producción vino	M.Lts.	99.914	1.103.000
Exportaciones	M.Lts.	35.200	495.000
Inventario	M.Lts.	152.931	1.752.000
Razón (S/V)		2,03	1,98
<u>2004</u>			
Superficie	Hás.	15.828	175.801
Producción uva	Ton.	142.452	1.673.000
Producción vino	M.Lts.	106.839	1.150.000
Exportaciones	M.Lts.	43.800	559.000
Inventario	M.Lts.	175.931	1.908.000
Razón (S/V)		2,10	2,00
<u>2005</u>			
Superficie	Hás.	18.000	
Producción uva	Ton.	162.000	
Producción vino	M.Lts.	121.500	
Exportaciones	M.Lts.	52.000	
Inventario	M.Lts.	205.431	
Razón (S/V)		2,23	
<u>2006</u>			
Superficie	Hás.	20.000	
Producción uva	Ton.	180.000	
Producción vino	M.Lts.	135.000	
Exportaciones	M.Lts.	60.400	
Inventario	M.Lts.	240.031	
Razón (S/V)		2,39	

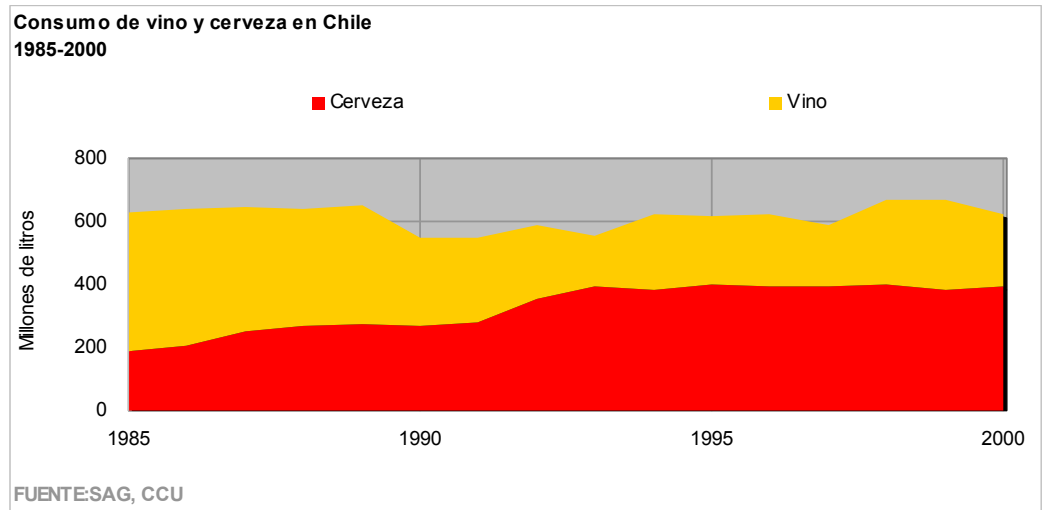
RESUMEN: RAZONES DEL AUJE EXPORTADOR DEL NUEVO MUNDO

- ✓ Las compañías vitivinícolas del Nuevo Mundo son más orientadas al consumidor que las del Viejo Mundo, las que históricamente han sido más orientadas al producto.
- ✓ Existen ventajas competitivas en los países del Nuevo Mundo que les permiten alcanzar excelentes relaciones Valor/Precio para el consumidor.

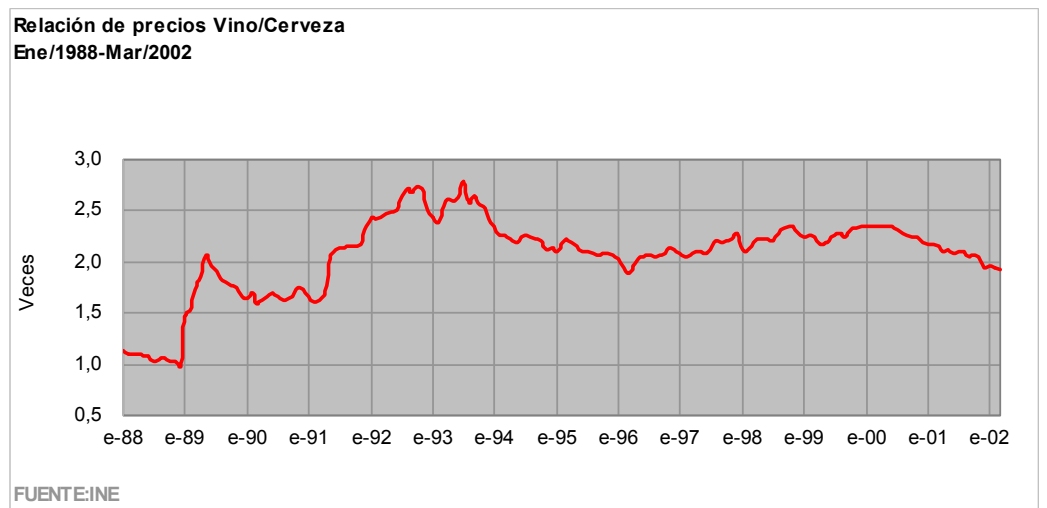
- ✓ Las compañías vitivinícolas del Nuevo Mundo han sido más flexibles y audaces en la creación y potenciación de marcas.
- ✓ Las compañías vitivinícolas del Nuevo Mundo han sabido absorber de mejor manera las necesidades de los países tradicionalmente importadores de vino.
- ✓ La demanda por vino se está orientando fuertemente hacia las categorías finas de precios Premium y Super Premium, en las que los países del Nuevo Mundo pueden competir en excelentes condiciones de calidad y precio, con marcas de alto valor y volumen suficiente como para aprovechar las ventajas en distribución que presentan los supermercados.

INDUSTRIA VITIVINÍCOLA EN CHILE

El desarrollo de la industria del vino en Chile se ha visto fuertemente determinado por dos factores: El crecimiento de la industria cervecera en el mercado doméstico y el auge exportador de las viñas locales. Ambos factores están íntimamente relacionados.



El consumo de vino en Chile ha sufrido una constante declinación en los últimos treinta años, que tiende a desacelerarse hacia fines de siglo. La causa principal es la pérdida de competitividad que ha sufrido el vino con respecto a la cerveza, su producto sustituto más importante, especialmente en el segmento de precios populares. Entre enero de 1988 y diciembre de 2000 la razón precio del vino a precio de la



cerveza^f aumentó de 1,13 a 2,20 veces, y en el mismo período la razón entre el consumo de vino y el consumo de cerveza bajó de 1,40 a 0,57 veces. A esto colaboró también la fuerte campaña promocional y publicitaria que han llevado a cabo las cerveceras locales en los últimos años, con el objetivo de reposicionar el consumo de cerveza en la población en cuanto a ocasión de consumo y tipo de consumidor, y a su vez crear mayor cultura cervecera, especialmente en las nuevas generaciones.

La caída en el consumo de vino en Chile desincentivó la producción doméstica e incentivó a las empresas productoras de vino a mirar hacia fuera, en busca de mercados atractivos que fueran capaces de absorber el volumen de vino que se dejaba de consumir en Chile. De esta forma, el sector exportador vinífero chileno comenzó a desarrollarse explosivamente, a tal nivel que se transformó en uno de los sectores más dinámicos de la economía.

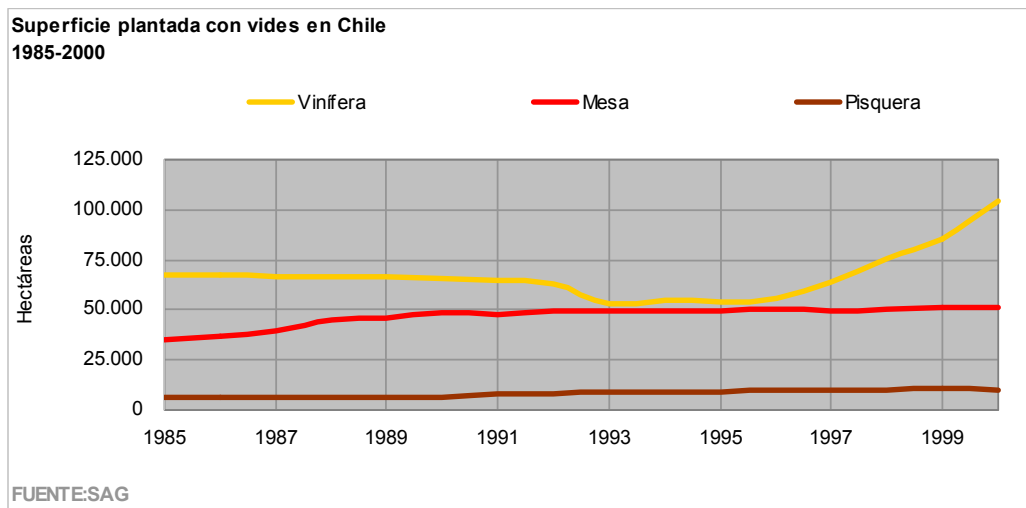
Desde fines del siglo XX el consumo de vino en Chile ha tendido a estabilizarse, y se espera que paulatinamente comience a aumentar, especialmente el consumo de vinos de alto valor. El sector exportador, por su parte, comienza su segunda fase de penetración en el mercado internacional, focalizado en crear un espacio para sus vinos de alto valor.

Producción de vino en Chile

VITICULTURA

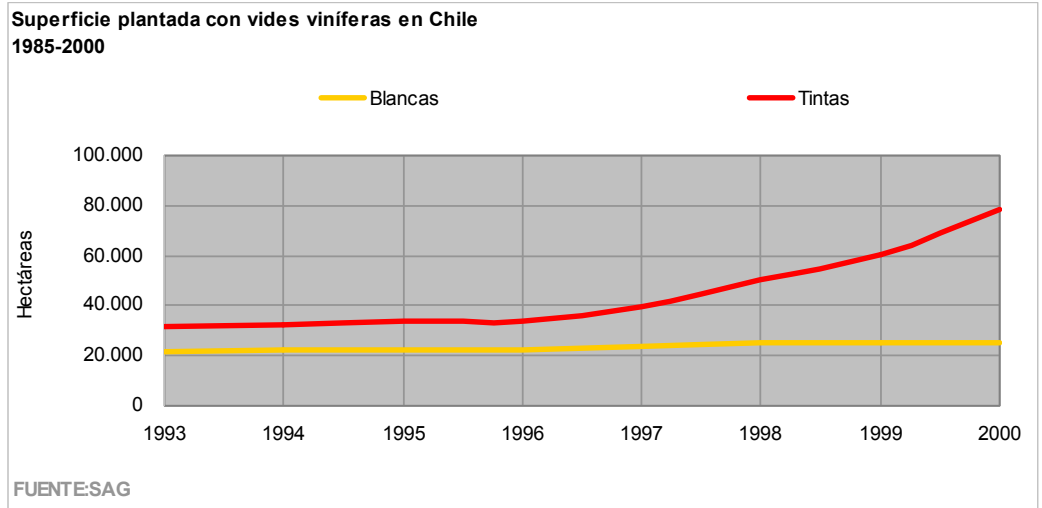
La superficie plantada con vides en Chile ha crecido explosivamente en el período 1996-2000, en el que las plantaciones netas alcanzaron las 48.608 hectáreas, equivalentes a 41,8% de crecimiento en la superficie.

Del total de las plantaciones netas del período 1996-2000, el 98,5% corresponde a plantaciones de cepas viníferas, lo que incrementó la superficie plantada con estas cepas en 85,5%.

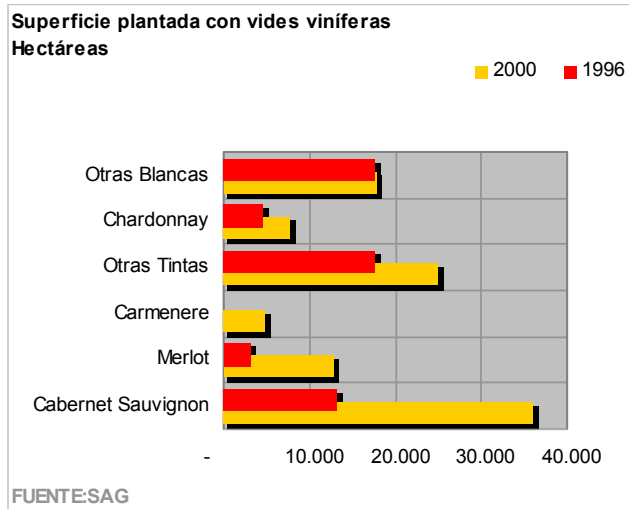


^f Se considera el precio a consumidor del vino popular envasado en tetra pack y la botella de cerveza de un litro.

Dentro de las plantaciones de cepas viníferas se observa un aumento sustancial en las cepas tintas, las que en el período 1996-2000 han aumentado su superficie en 79,0%. Las cepas de mayor auge en términos

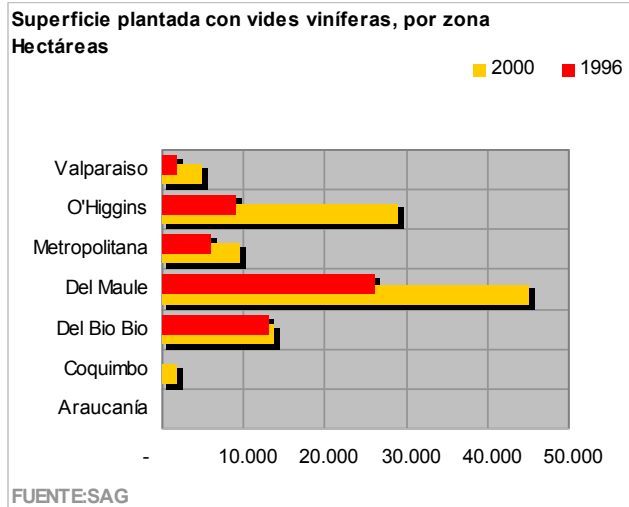


de nuevas plantaciones son, en orden decreciente, Cabernet Sauvignon, Merlot y Carmenere en las cepas



tintas; mientras que en las cepas blancas sólo se puede destacar el crecimiento que ha tenido la cepa Chardonnay, la que en el período 1996-2000 vio incrementarse en 3.168 hectáreas su área plantada.

Dentro de las zonas vitivinícolas de Chile, las de mayor auge, en términos de nuevas plantaciones, son las zonas de O'Higgins y Del Maule, las que juntas concentran el



81,6% de todas las nuevas plantaciones netas en el período 1996-2000. Es interesante destacar también las 1.694 hectáreas que se plantaron con

cepas viníferas en la zona de Coquimbo, zona que tradicionalmente ha sido destinada a la producción de pisco. También es destacable el desarrollo de la

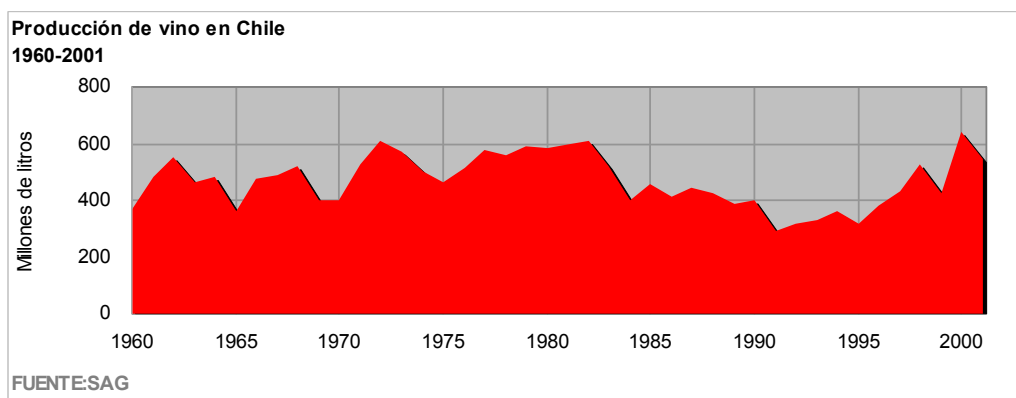
zona de Valparaíso, y en especial del valle de Casablanca, la que representando el 10,6% de la superficie plantada con cepas viníferas blancas en el país, representa el 38,8% de las nuevas plantaciones en el período 1996-2000.

**Catastro año 2000
Hectáreas**

	Araucanía	Coquimbo	Del Bio Bio	Del Maule	Metropolitana	O'Higgins	Valparaíso	País
Cepas Blancas								
Chardonnay	5	145	255	2.529	977	1.764	1.997	7.672
Sauvignon Blanc	-	57	81	4.702	402	917	503	6.662
Moscatel de Alejandría	-	-	5.679	220	75	4	1	5.978
Semillon	-	7	87	1.220	53	511	15	1.892
Torontel	-	-	132	760	84	78	13	1.067
Otras Blancas	-	9	612	1.075	139	237	176	2.247
Total	5	217	6.845	10.505	1.730	3.511	2.704	25.517
Cepas Tintas								
Cabernet Sauvignon	-	731	364	14.368	5.396	14.561	547	35.967
País	-	61	5.662	9.079	5	316	58	15.180
Merlot	-	240	68	5.815	1.145	4.987	570	12.824
Carmenere	-	116	34	1.757	381	2.290	141	4.719
Aspirant Bouschet	-	155	13	1.129	205	1.000	17	2.520
Sirah	-	85	10	556	240	1.047	102	2.039
Pinot Noir	-	0	459	289	113	171	582	1.613
Malbec	-	9	16	359	42	493	10	929
Cabernet Franc	-	74	10	204	101	275	25	689
Otras Tintas	-	115	264	990	94	391	25	1.878
Total	-	1.587	6.899	34.545	7.720	25.530	2.078	78.359
Total	5	1.804	13.745	45.050	9.450	29.040	4.782	103.875

FUENTE:SAG

PRODUCCIÓN



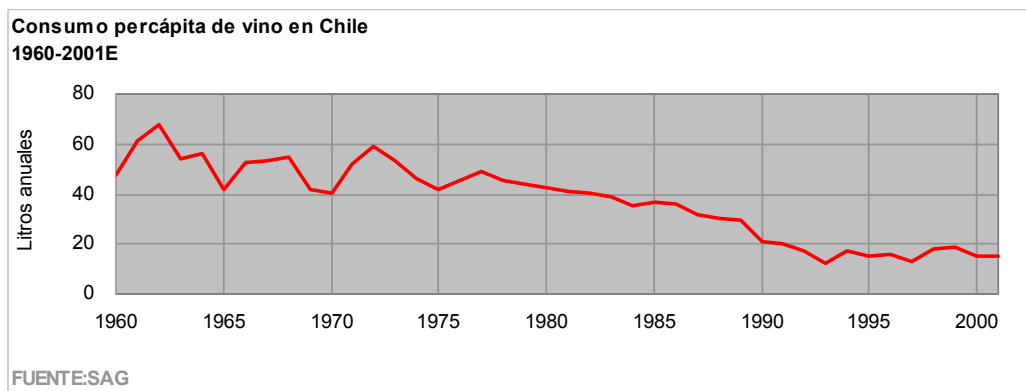
La producción de vino en Chile ha venido incrementándose fuertemente desde 1996, superando el año 2000 los 600 millones de litros por primera vez desde el año 1982. El año 1996 marca el quiebre de una tendencia a la baja en la producción que se mantuvo por 24 años, la que acompañó el auge del sector

cerveceros en Chile, la consecuente depresión del mercado doméstico vitivinícola chileno y que se rompió con el despegue exportador de los vinos chilenos.

Cabe destacar que la producción vinífera del año 2001 en Chile, constituye la más alta producción de la que se tiene registro, alcanzando los 642 millones de litros.

Consumo de vino en Chile

De acuerdo a estadísticas del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), el consumo aparente de vino en Chile es de 227 millones de litros para el año 2000, lo que representa un consumo per cápita anual de 14,9 litros.

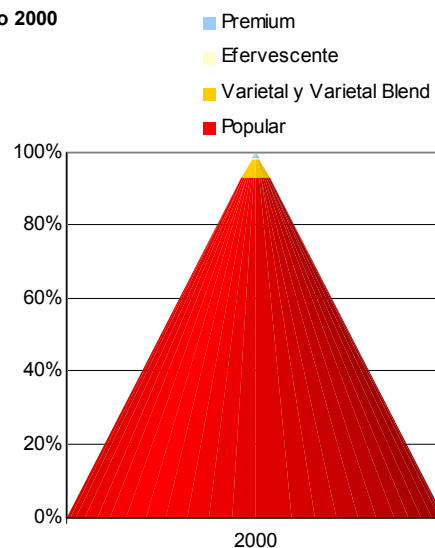


El consumo de vino en Chile muestra una tendencia notoriamente decreciente desde los años '60, que se ha hecho más pronunciada desde que la industria de la cerveza aumentó su presencia en el mercado de bebidas alcohólicas.

En términos de consumo per cápita, el consumo de vino en Chile se ha reducido en 77,4% desde su punto más alto en 1962, donde alcanzó a 68 litros anuales, siendo hoy en día de 15,4 litros de acuerdo a nuestras estimaciones para el año 2001.

De acuerdo a las estadísticas públicas de dos de las principales viñas de Chile⁹, el consumo doméstico de vino en Chile se concentra en los vinos populares, los que representan el 92,8% del total de vinos envasados. Aparentemente, los vinos populares están aumentando sus ventas en los últimos años, producto de una mejora en la competitividad con respecto a la cerveza, y una

**Distribución del consumo de vino en Chile
Año 2000**



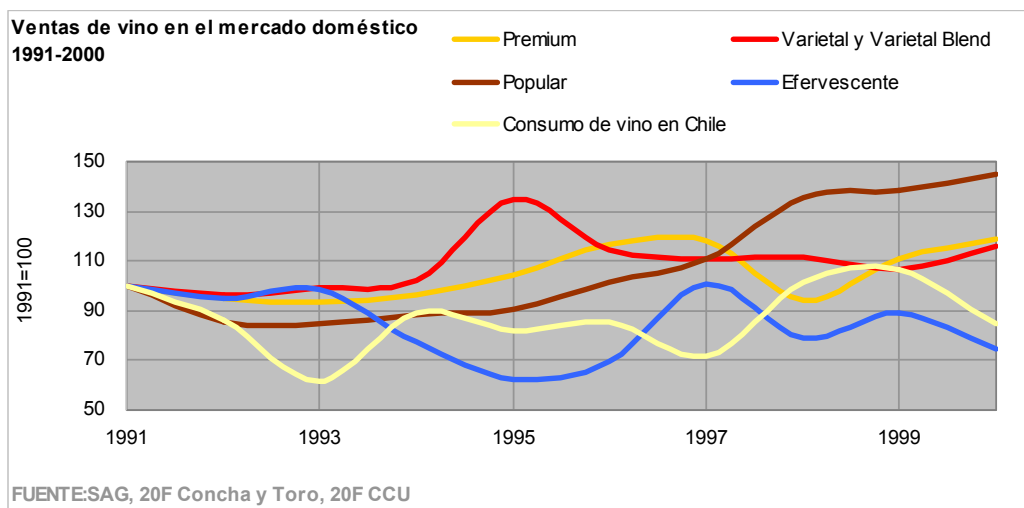
FUENTE: 20F Concha y Toro, 20F CCU

⁹ Concha y Toro y San Pedro

merma en el ingreso disponible de la gente, lo que habría hecho aumentar las ventas en 44,9% desde 1991. A su vez, los vinos premium, segmento de mayor crecimiento en el mundo y representativo del 1,5% de las ventas domésticas de vino en Chile, frenaron en 1998 su tendencia al alza de los años 1991-1997, y al año 2000 suman un crecimiento de sólo 19,0% con respecto a 1991.

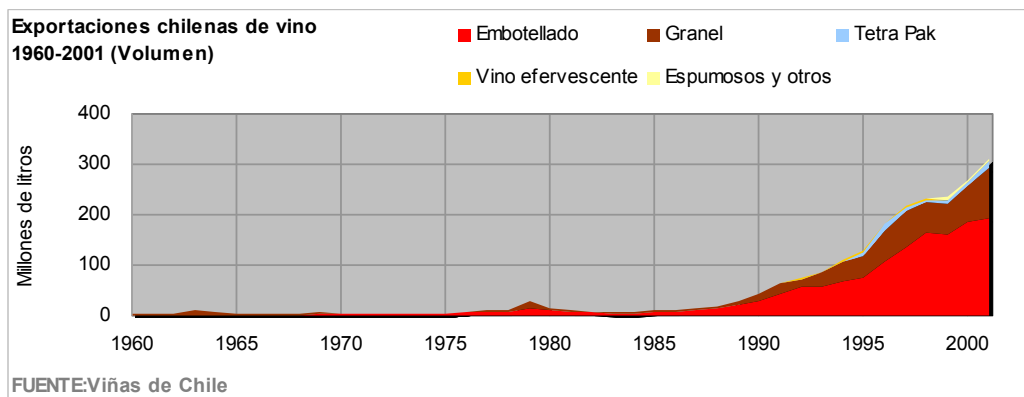
En el caso de los vinos varietales, la tendencia del consumo interno también es al alza, aunque moderada.

En el período 1991-2000 las ventas de vinos varietales en Chile crecieron en 15,8%.



Exportaciones chilenas de vino

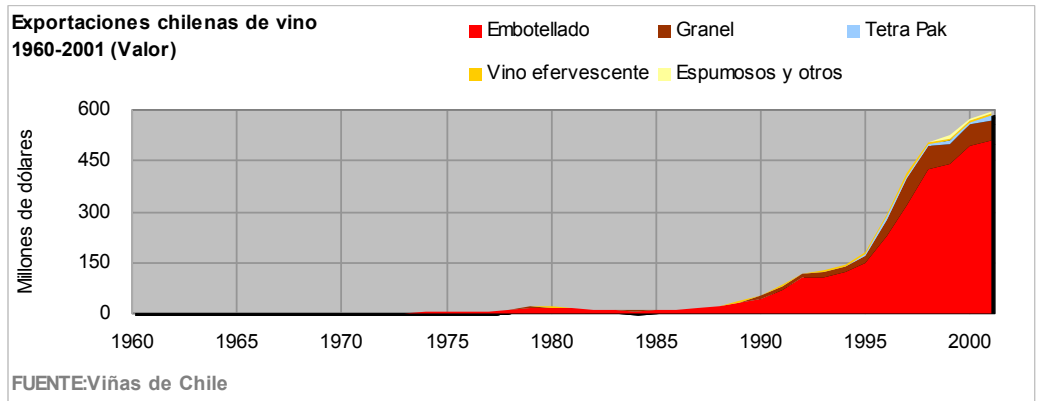
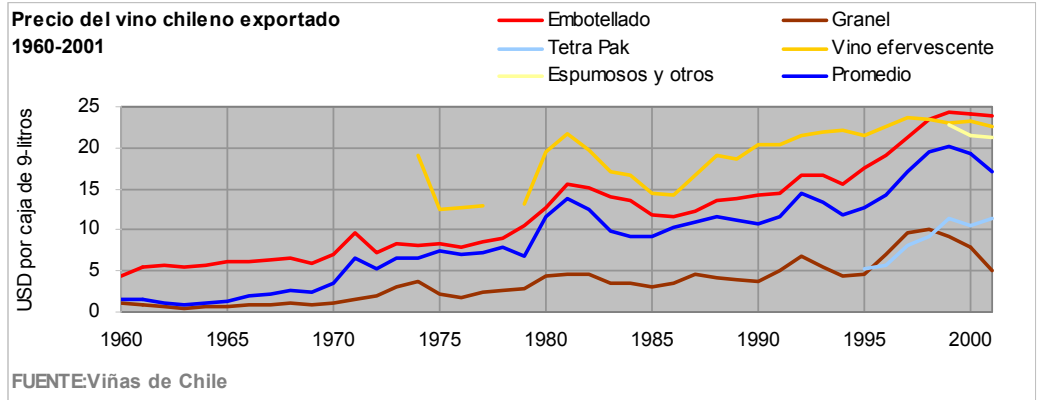
Ciertamente que el auge de la industria del vino en Chile se debe al desarrollo del sector exportador, el que no sólo permitió contrarrestar el descenso del consumo en el mercado doméstico, sino que mediante la



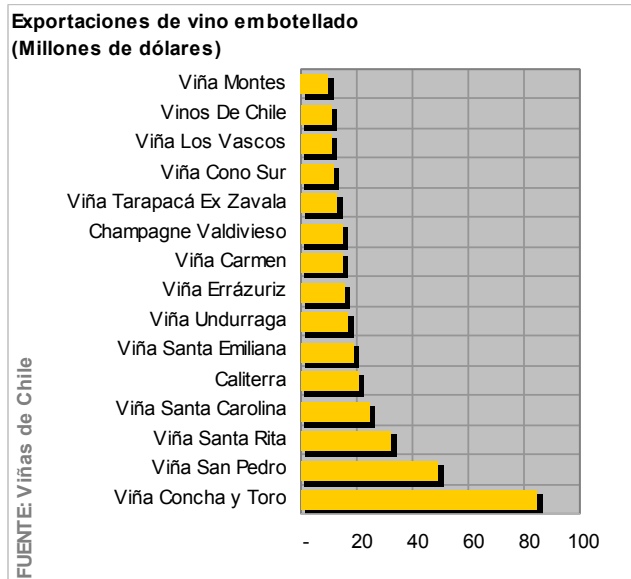
creación de mejores y más variados productos, acorde a los estándares exigidos en mercados internacionales, permitió volver a incentivar el consumo local de vino y así revertir la tendencia a la baja que venía desde los '60.

El desarrollo del sector exportador se ha basado en las ventajas comparativas naturales de Chile para la producción de vino, las que le han permitido comercializar vinos de gran calidad a precios muy competitivos.

De esta forma el crecimiento de las exportaciones tanto en volumen como en precio promedio ha sido explosivo, aunque tiende a estabilizarse desde fines del siglo pasado.



Las exportaciones chilenas de vino alcanzaron los 310,9 millones de litros el año 2001, equivalente a 592,5 millones de dólares, lo que se constituye en la más alta cifra de exportación de la que se tiene registro

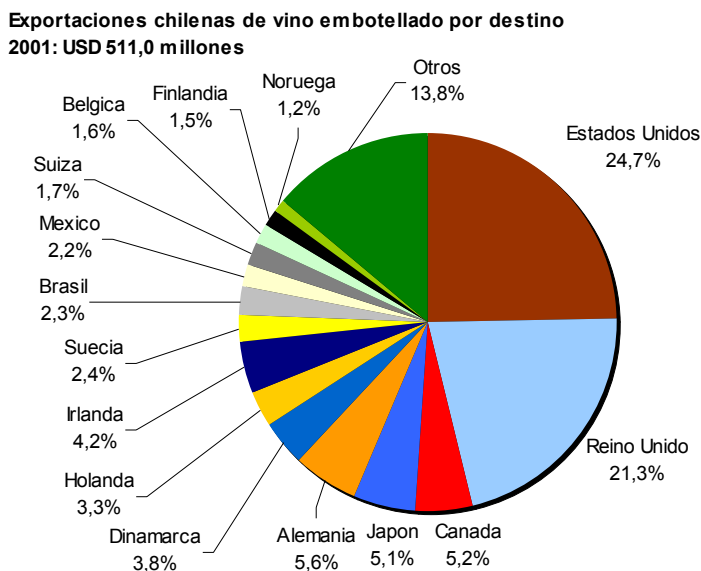


desde 1960. Del total de exportaciones de vino, el 62,0% del volumen, y el 86,2% del valor en dólares son exportaciones de vino embotellado, cuyo precio parece haber llegado a un equilibrio de mediano plazo en 24 dólares la caja, lo que ha desacelerado el crecimiento de las exportaciones en dólares, a pesar de que los volúmenes siguen creciendo. La desaceleración de las exportaciones de vino chilenas ha impulsado a las viñas a comenzar la segunda fase

exportadora, la cual está focalizada en la comercialización de vinos de alto valor y el desarrollo organizado de nuevos mercados, como Bélgica, Dinamarca, Suecia y Holanda, lo que ciertamente requiere de un esfuerzo conjunto de todas las instituciones ligadas al vino en Chile. En la medida que Chile sea capaz de crear marca de su nombre, de sus valles y finalmente de sus vinos, habrá creado un factor fuerte de competitividad para enfrentar el duro escenario internacional que se avecina, y se podrá decir que ha cumplido con éxito su introducción a la segunda fase exportadora.

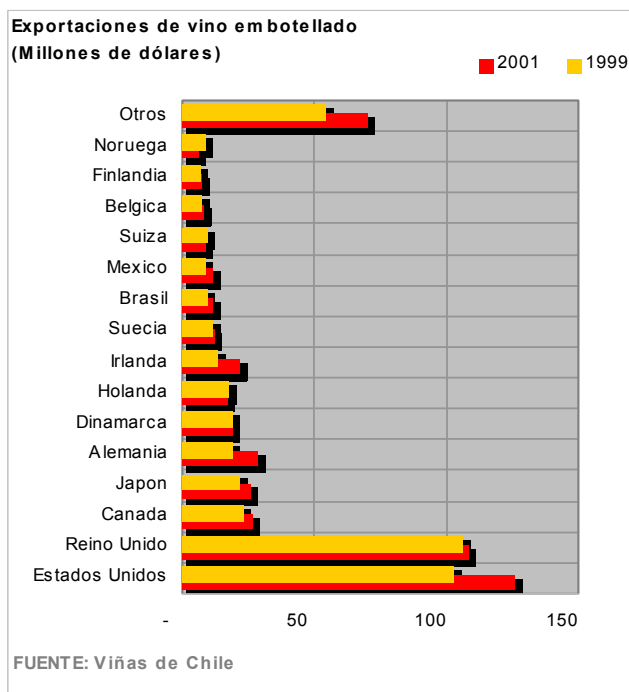
Dentro del sector exportador, en la industria vinífera, las viñas tradicionales chilenas han tomado el rol de “punta de lanza” en los mercados internacionales, siendo los primeros en posicionar el nombre de Chile en los principales países consumidores de vino. Una vez que Chile penetró en los mercados internacionales, una serie de viñas emergentes nacieron para aprovechar la segunda fase exportadora, orientadas principalmente a producir pequeñas cantidades de vino de alto valor para comercializarlo en contados mercados estratégicos del mundo.

Las exportaciones chilenas de vino están bastante bien diversificadas en cuanto a mercados de destino. Si bien dos mercados constituyen casi el 50% del total de exportaciones de vino, la participación de dichos mercados, y de todo el resto de los destinos, coincide bastante con la participación que tienen dentro de las importaciones mundiales de vino.



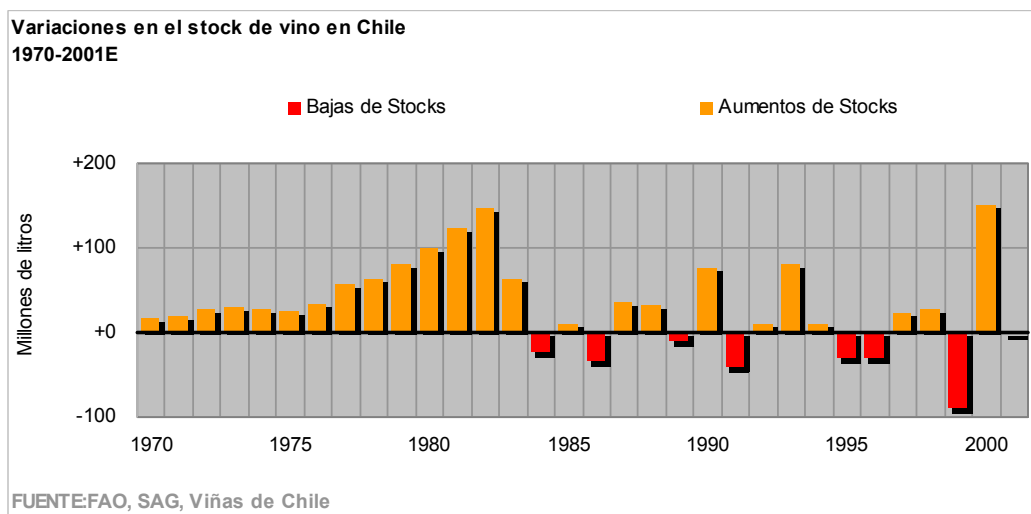
Los destinos que han tenido mayor crecimiento dentro de las exportaciones chilenas de vino en los últimos dos años son Estados Unidos, Alemania e Irlanda respectivamente, países que entre 1999 y el 2001 han aumentado en USD 40,8 millones sus importaciones de vino embotellado chileno, de un aumento total para todos los destinos de USD 71,0 millones. Lo anterior reafirma dos cosas: El fortalecimiento de Estados

Unidos como principal mercado para el vino chileno, y el esfuerzo de las viñas chilenas por aumentar sus envíos a aquellos grandes mercados importadores en los que Chile tiene baja presencia.

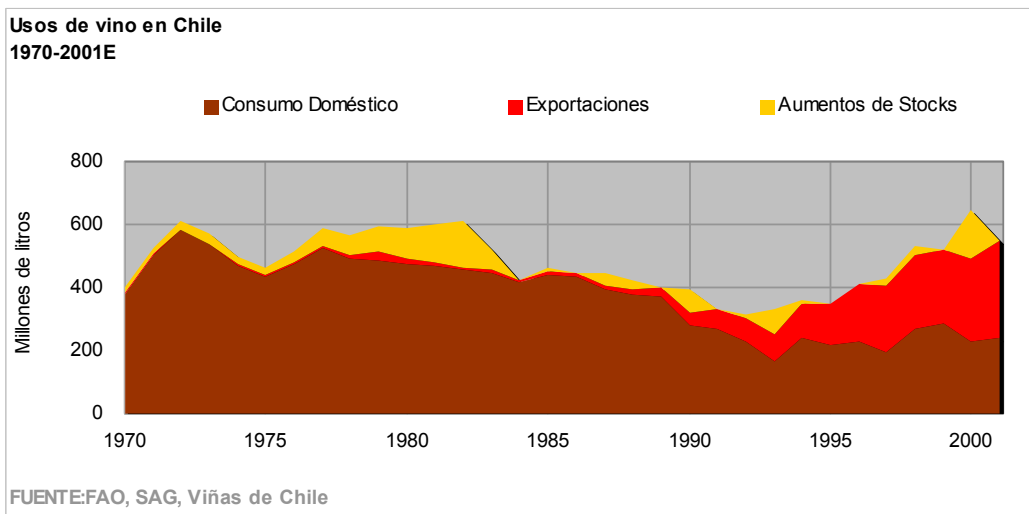
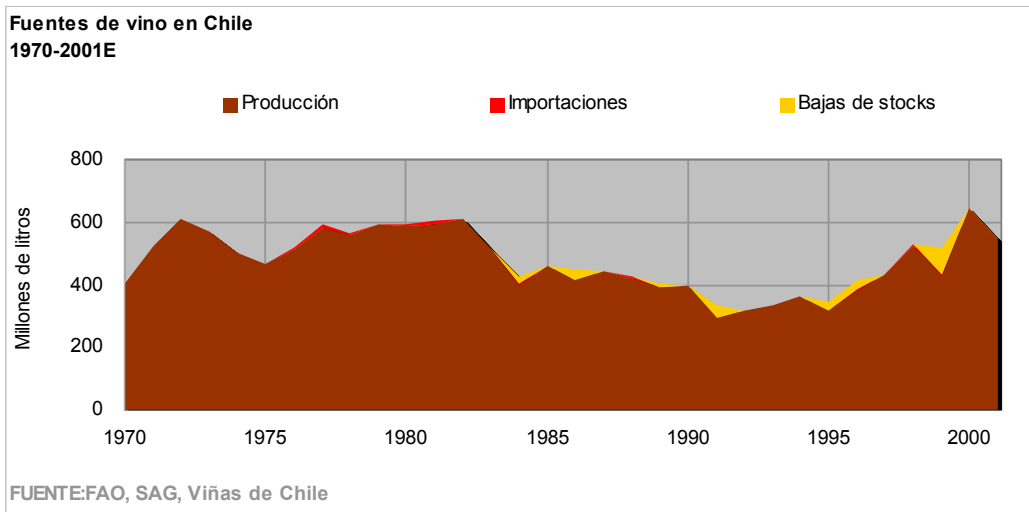


Balance de la industria vitivinícola chilena

En términos generales, el mercado vitivinícola chileno se ha adaptado bien a su entorno externo e interno. En situaciones de sobrestock de vino los precios internos se mueven rápidamente a la baja, lo que permite exportar los excedentes en poco tiempo, mientras que en situaciones de escasez de vino en el mercado local, los precios se mueven rápidamente al alza incentivando nuevas inversiones y mayor producción.



La experiencia de los últimos años es evidencia de lo anterior. Luego de una producción de vino record en la temporada 2000, los stocks de vino aumentaron en más de 150 millones de litros, lo que provocó sobreoferta de vino para la temporada 2001. El año 2001 el precio del vino a granel en el mercado local bajó a uno de sus niveles más bajos desde 1990, lo que arrastró a la baja los precios de los vinos destinados al mercado doméstico y permitió a su vez la baja de los precios del vino a granel de exportación.

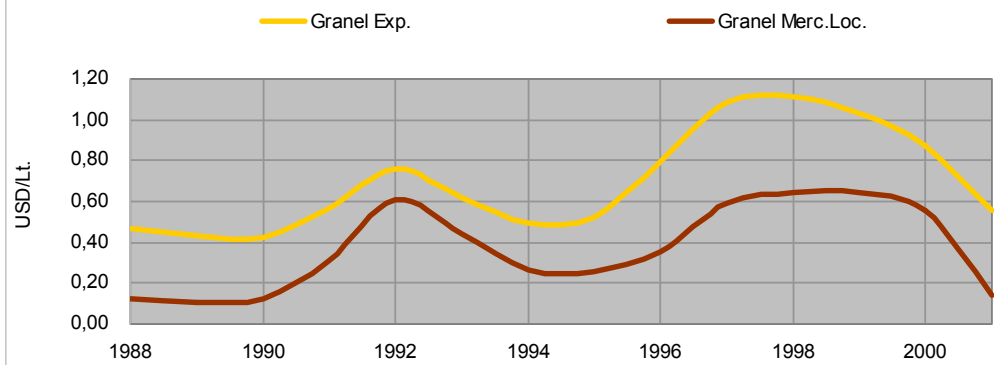


Lo anterior permitió que las exportaciones de vino a granel aumentaran en 31 millones de litros entre el 2001 y el 2000, y que el consumo interno de vino aumente en más de 10 millones de litros^h, lo que sumado a la baja en la producción de vino local, terminó por equilibrar el balance vitivinícola el año 2001.

La estrecha relación entre los precios internos del vino a granel y los precios de exportación del mismo, y a su vez, la estrecha relación con los precios internos de los vinos populares a consumidores, garantiza el rápido ajuste de la industria a su entorno. Sin embargo, todo lo anterior se da como principio en un sector

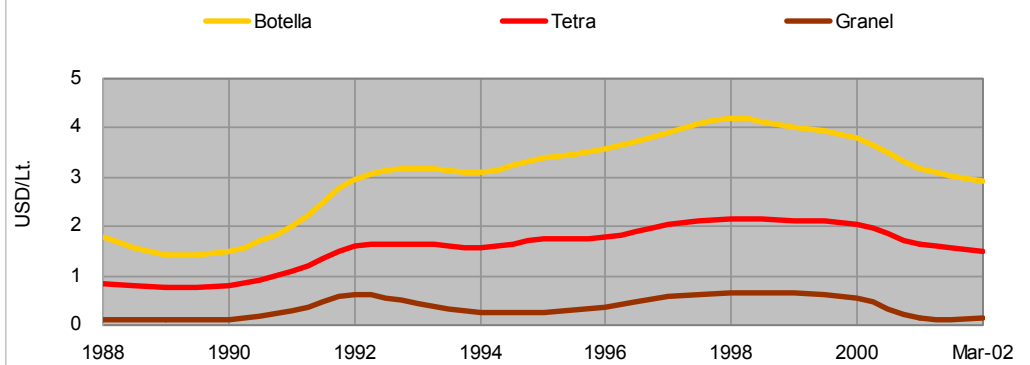
^h Estimación nuestra para el año 2001

Evolución precios vino a granel en Chile: Exportación v/s Mercado Local 1988-2001



FUENTE:Viñas de Chile, Odepa

Evolución precios del vino en Chile 1988-Marzo 2002

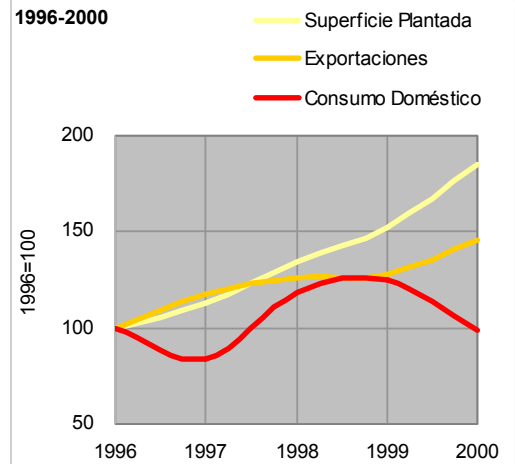


FUENTE:INE, Odepa

que invierte de acuerdo a un crecimiento proyectado sustentable, lo que en el caso de Chile, puede que no se haya respetado los últimos años.

El nuevo entorno para el vino chileno no es fácil. Las exportaciones de vino chilenas siguen creciendo, pero desaceleradamente, el consumo local de vino se mantiene constante y en contraste, la superficie plantada con cepas viníferas crece aceleradamente. Todo lo anterior pone a Chile en un claro escenario de sobreoferta para los próximos años, en momentos en que el precio de la uva y el vino a granel en el mercado local están llegando a sus niveles más bajos de los últimos diez años, y en

Variables del balance vitivinícola en Chile 1996-2000



FUENTE:SAG, Viñas de Chile

que no se ve espacio en los precios, en el mercado internacional o en el mercado doméstico para colocar lo que seguramente serán las mayores producciones históricas de vino en Chile.

En este entorno, que en distintos niveles se repite en el resto de los países del Nuevo Mundo, se encuentran las cada vez más abundantes viñas de Chile y todas aquellas instituciones ligadas a la producción de vino.

El escenario presenta enormes desafíos, para convertir lo que parece una amenaza inminente en una real oportunidad. Lo importante es tomar las acciones adecuadas.

RESUMEN: POSICIÓN DE CHILE EN EL MUNDO

	Chile	Nuevo Mundo	% Chile c/r Nuevo Mundo	Mundo Lts. ('000)	% NM c/r Mundo	% Chile c/r Mundo
	Lts. ('000)					
<u>1970</u>						
Superficie (Hás)	104.002	817.657	12,7%	9.097.138	9,0%	1,1%
Producción	400.500	3.814.186	10,5%	30.056.016	12,7%	1,3%
Consumo	378.258	4.321.020	8,8%	29.079.052	14,9%	1,3%
Exportaciones	4.809	27.362	17,6%	3.525.378	0,8%	0,1%
<u>1980</u>						
Superficie (Hás)	115.000	978.025	11,8%	9.251.723	10,6%	1,2%
Producción	586.000	5.935.636	9,9%	35.140.059	16,9%	1,7%
Consumo	475.883	5.665.296	8,4%	33.741.189	16,8%	1,4%
Exportaciones	14.509	70.506	20,6%	4.489.774	1,6%	0,3%
<u>1990</u>						
Superficie (Hás)	119.626	956.383	12,5%	8.026.199	11,9%	1,5%
Producción	320.000	5.089.013	6,3%	28.375.878	17,9%	1,1%
Consumo	277.837	5.476.771	5,1%	28.188.271	19,4%	1,0%
Exportaciones	43.050	245.848	17,5%	4.202.363	5,9%	1,0%
<u>1999</u>						
Superficie (Hás)	146.562	1.220.264	12,0%	7.350.368	16,6%	2,0%
Producción	428.015	6.344.853	6,7%	28.150.266	22,5%	1,5%
Consumo	285.298	5.591.836	5,1%	25.443.013	22,0%	1,1%
Exportaciones	234.156	963.053	24,3%	6.223.019	15,5%	3,8%
<u>2000</u>						
Superficie (Hás)	164.770	1.281.798	12,9%	7.624.662	16,8%	2,2%
Producción	641.937	6.637.401	9,7%	28.374.574	23,4%	2,3%
Consumo	227.119	5.526.050	4,1%	n.d.	n.d.	n.d.
Exportaciones	266.512	1.077.680	24,7%	5.830.452	18,5%	4,6%
<u>2001</u>						
Superficie (Hás)	170.000	1.321.485	12,9%	7.246.771	18,2%	2,3%
Producción	545.179	6.936.739	7,9%	27.577.820	25,2%	2,0%
Consumo	237.960	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Exportaciones	310.926	1.132.115	27,5%	n.d.	n.d.	n.d.

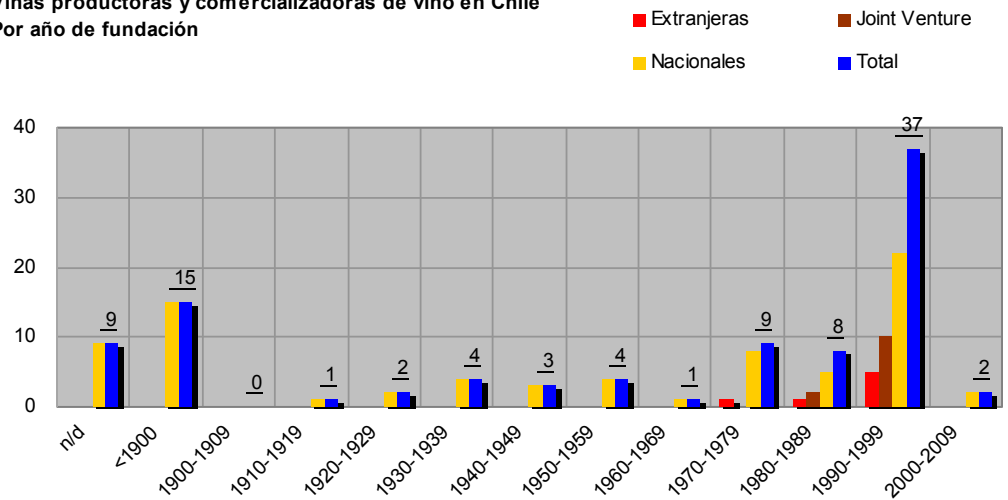
Estimado

TEMAS ESPECIALES: EL AUGE DE LA CONSTRUCCIÓN DE BODEGAS Y VIÑAS EN CHILE

Un tema que hemos querido tomar por separado es el del auge de la creación de bodegas y viñas en Chile en los últimos años, ya que puede tener especial importancia para proyectar lo que puede suceder en términos de la estructura de la industria en el futuro.

De acuerdo a nuestros antecedentes, la cantidad de empresas vitivinícolas formales, dedicadas tanto a la producción como a la comercialización de sus vinos, alcanza a 95 viñas hoy en día. De ellas, 76 son viñas cuya propiedad pertenece a inversionistas nacionales, 12 son fruto de la unión o joint venture entre un extranjero y un nacional, y 7 son viñas extranjeras instaladas en Chile. Es probable que las cifras oficiales difieran de estas, pero el tamaño relativo de cada grupo no.

**Viñas productoras y comercializadoras de vino en Chile
Por año de fundación**



FUENTE: Viñas de Chile, Chilevinos, Gobierno de Chile

Del total de viñas con que contamos en nuestra base de datos, en nueve de ellas no disponemos de información acerca de su fundación, pero aun así las conclusiones obtenidas con el resto de ellas son elocuentes.

De las 86 viñas en que disponemos de su año de fundación, 39 han sido creadas o fundadas en los últimos 11 años, y 57 han sido creadas en los últimos 31. Esto ciertamente es muestra del auge exportador vinícola chileno de los últimos años, pero a su vez es muestra de la reestructuración de la industria en cuanto a sus sistemas de sociedades y su avance hacia el producto terminado. Muchas cooperativas agrícolas han decidido dejar de ser proveedores de uva para terceros y han optado por producir y comercializar su propio vino. En otros casos, antiguas bodegas productoras de vino han recibido el impulso de las nuevas generaciones y han reconvertido sus facilidades para ponerse a tono con el marco

competitivo, transformando años de tradición en modernas empresas. Cualquiera sea el caso, los nuevos proyectos en el sector vitivinícola han sido muchos.

Por otro lado, el interés mostrado por los inversionistas en el sector vitivinícola chileno se ha extendido por sobre las fronteras de nuestro país, y con el avance del sector como un oferente importante en el comercio internacional, han comenzado a llegar cada vez más sociedades extranjeras a invertir en Chile. Ya sea a través de sociedades con chilenos o a través de inversión directa, en los últimos once años se han formado 15 nuevas viñas con capitales extranjeros.

Inversión extranjera en el sector vitivinícola chileno

	Viña	Socio Nacional	Socio Extranjero	
		Nombre	Nombre	País
1	Almaviva	Concha y Toro	Baron Philippe de Rothschild	Francia
2	Aquitania	Felipe de Solminihac	Bruno Prats y Paul Pontallier	Francia
3	Baron Philippe de Rothschild	-	Baron Philippe de Rothschild	Francia
4	Calina	-	Kendall Jackson	Estados Unidos
5	Caliterra	Errázuriz	Robert Mondavi	Estados Unidos
6	Camino Real	Familia Andraca	Héctor Reitch	Argentina
7	Casa Lapostolle	Familia Rabat	Marnier-Lapostolle	Francia
8	Château Los Boldos	-	G.E. Massanez	Francia
9	Cuvée Mum*	-	Seagram	Estados Unidos
10	Dallas Conte	Santa Carolina	Mildara Blass	Australia
11	De Larose	Familia Granella	Château Larose Trintaudon	Francia
12	Del Nuevo Mundo*	-	Familia Dauré	Francia
13	Domaine Oriental	-	Les Vignobles	Francia
14	El Principal	Familia Fontaine	Familia Valette	Francia
15	Los Vascos	Santa Rita	Domaines Barons de Rothschild (Lafite)	Francia
16	Miguel Torres	-	Miguel Torres	España
17	Odfjell Vineyards	-	A/S Rederiet Odjfell	Noruega
18	Selentia	Agrícola Mayol Bouchon	Bodegas y Bebidas	España
19	Veramonte	Agustín Francisco Huneeus	Franciscan Estates (Canandaigua)	Estados Unidos
20	Villard Estate	Santa Emiliana	Thierry Villard	Francia
21	William Fèvre	Víctor Pino	William Fèvre	Francia

(*) No incluidas en las estadísticas anteriores

Lo anterior no es sólo un hecho anecdótico en una industria pujante, sino que otorga señales de lo que puede ser hoy una tendencia mundial. Como ha ocurrido en otras industrias, la extrema atomización de competidores ha hecho cada vez más infructuosos los esfuerzos comerciales por aumentar en participación de mercado, por lo que las grandes compañías han comprado innovación, productos y participación adquiriendo participaciones accionarias en otras compañías. Es así como compañías norteamericanas, francesas, australianas, españolas, etc han decidido no sólo competir con sus vinos, sino que a su vez competir con los vinos de otros países.

Pero el fenómeno no se da sólo entre compañías de distintos países. Las mayores compañías norteamericanas, como Canandaigua, Robert Mondavi, y otras, han adquirido participaciones accionarias en otras compañías de su mismo país, con el fin de complementar sus líneas de productos, utilizar mejor sus cadenas de distribución nacionales e internacionales, y lograr economías de escala. Un fenómeno parecido se puede observar en Australia y en otros países productores.

El hecho es que el aumento de la competencia en el mercado internacional ha hecho que los distintos productores de vino en el mundo reorienten sus estrategias no sólo comerciales, sino financieras y

societarias, lo que representa un cambio en la estructura de la industria que tiende a disminuir la atomización que la caracteriza.

Las viñas chilenas están en distintos puntos de desarrollo con respecto a su proyecto inicial, sin embargo todas comparten el mismo entorno internacional y son parte de las mismas tendencias, por lo que deben adecuar sus decisiones a un nuevo entorno más competitivo, menos optimista y con posibles cambios estructurales en la industria. Probablemente, muchos de aquellos proyectos que con ambición comenzaron en la última década se transformarán en el proyecto de alguna otra viña, en un proyecto menor o en un proyecto fracasado, lo que dependerá de cuán preparados están para el cambio en el entorno.

BIBLIOGRAFÍA

DOCUMENTOS

- Australian Wine and Brandy Corporation Annual Report 2000
- Australian Wine and Brandy Corporation Annual Report 2001
- Australian Wine and Grape Industry 2001/Cat No 1329.0. Preparado por Australian Bureau of Statistics (ABS).
- The National Winegrape Outlook Conference/15 de Noviembre de 2001. Preparado por McGrath-Kerr Business Consultants Pty Ltd para The Winegrape Growers' Council of Australia Inc.
- Wine Export Approval Report/December 2001/June 2001/December 2000/June 2000/December 1999/June 1999. Preparado por Wine of Australia.
- Strategy 2025/The Australian Wine Industry Looks Ahead. Preparado por The Australian Wine Foundation.
- La Vitivinicultura Mundial y la Situación Chilena en 2001. Preparado por Víctor Costa Barros.
- Panorama de la Vitivinicultura Chilena en 2001. Preparado por Víctor Costa Barros.
- South Africa/Competitor Report/Horticultural Products. Preparado por Heather Page de la Horticultural and Tropical Products Division de la USDA.
- 2000/2001 Statistical Review. Preparado por New Zealand Wine Online.
- Wine and Grape Industry Statistical Annual 2001. Preparado por The Bank of New Zealand.
- World Wine Situation and Outlook. Preparado por World Horticultural Trade & U.S. Export Opportunities.
- Securities and Exchange Commission/Form 20F/Annual Report/Viña Concha y Toro S.A. – 2000/1999/1998/1997
- Securities and Exchange Commission/Form 20F/Annual Report/Compañía Cervecerías Unidas S.A. –2000/1999/1998/1997

BASES DE DATOS

- Instituto Nacional de Estadísticas (INE) - Chile
- Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) - Chile
- Viñas de Chile
- Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) – Chile
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) – Argentina
- Australian Bureau of Statistics

- Australian Wine & Brandy Corporation
- Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms – U.S. Department of the Treasury – Estados Unidos
- California Agricultural Statistics Service (CASS) – Estados Unidos
- Wine Institute – Estados Unidos
- National Agricultural Statistics Service (NASS) – Estados Unidos
- Foreign Agricultural Service (FAS) – United States Department of Agriculture – Estados Unidos
- South African Wine Industry Information & Systems (SAWIS) – Sudáfrica
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)