

**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS**  
**ESCUELA DE PREGRADO**

**Memoria de Título**

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA INDUSTRIA VITIVINICOLA CHILENA  
Y LA INDUSTRIA VITIVINICOLA ARGENTINA.**

**KAREN PATRICIA CORTES SALFATE**

**Santiago, Chile**  
**2012**

**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS**  
**ESCUELA DE PREGRADO**

**Memoria de Título**

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA INDUSTRIA VITIVINICOLA CHILENA  
Y LA INDUSTRIA VITIVINICOLA ARGENTINA.**

**COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE CHILEAN WINE INDUSTRY AND  
ARGENTINA WINE INDUSTRY**

**KAREN PATRICIA CORTES SALFATE**

**Santiago, Chile**

**2012**

**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS**  
**ESCUELA DE PREGRADO**

**Memoria de Título**

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA INDUSTRIA VITIVINICOLA CHILENA  
Y LA INDUSTRIA VITIVINICOLA ARGENTINA.**

Memoria para optar al título profesional  
de Ingeniero Agrónomo  
Mención: Enología

**KAREN PATRICIA CORTES SALFATE**

**PROFESORES GUÍAS**

Calificaciones

Sr. Marcos Mora G.  
Ingeniero Agrónomo, Dr.

Sr. Ricardo Marchant S.  
Ingeniero Agrónomo, M. Sc.

**PROFESORES EVALUADORES**

Sr. Daniel Esparza C.  
Ingeniero Agrónomo.

Sr. Jaime Montealegre A.  
Ingeniero Agrónomo.

**COLABORADOR**

Sr. Mauricio Meyer de G.  
Ingeniero Agrónomo,

Santiago, Chile  
2012

## Dedicatoria y agradecimientos

A Dios, por darme la fe suficiente para seguir cuando todo se veía oscuro, por darme el valor y la fuerza necesaria cuando ni aún yo creía poder terminar éste, mi gran sueño: titularme. Y además porque fue el único que confió en mí y que me hizo confiar en él, hasta el final.

A mis padres por darme esta hermosa vida, por permitirme ser niña hasta grande, por hacerme una mujer soñadora, y dentro de esos sueños por dejarme estudiar la carrera de mi vida, *''ingeniería agronómica''*, aún sin estar de acuerdo. Gracias por sus desvelos y oraciones cuando mi vida académica tambaleaba y por saberme esperar.

Gracias a mi esposo, por casarse conmigo, aceptando el desafío que aún no concluía mis estudios, por acompañarme a Santiago, a ver lo de la memoria, y por ayudarme a financiar el crédito fiscal.

Gracias a mi hijo, porque su nacimiento cambió mi vida y me dio *''nuevos bríos''* para seguir adelante, pensando en darle un futuro mejor y para poder decirle mas adelante que debe terminar lo que empieza.

Gracias a esas personas mágicas como MaryCarmen Cortés que me ayudó a hacer la carta al rector, Mirza Cortés por brindarme su notebook en Rancagua, Geish Sepúlveda que me ayudó con el formato, Rodrigo Vásquez, que desinteresadamente, me brindó el programa evIEWS y me enseñó a ocuparlo y a la Sra. Doris, que cuidó a mi hijo 4 horas por día durante 4 meses y medio, para poder avanzar en el computador.

Luego de un gran peregrinar por distintos departamentos buscando tema de tesis, doy gracias a los profesores Marcos Mora y Ricardo Marchant, por confiar en mí, darme un tema, dedicar parte de su tiempo a ello y en definitiva, darme una oportunidad para titularme.

A todo el que lee, se puede estar casada(o), tener un hijo, y seguir.....y en la situación que sea, siempre con Dios como bandera, se puede seguir.....

## INDICE

<b>RESUMEN</b> .....	<b>1</b>
PALABRAS CLAVES .....	1
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>2</b>
KEY WORDS .....	2
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
Descripción de ambas realidades vitivinícolas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Identificación del problema.....	4
Hipótesis.....	5
Objetivos .....	5
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	<b>6</b>
Materiales .....	6
Principales fuentes de información .....	6
Metodología .....	6
Caracterizar la evolución de las principales variables vitivinícolas del sector elaborador de vino chileno y argentino.....	6
Determinar las proyecciones de la industria vitivinícola.....	7
Establecer una comparación estratégica de la vitivinicultura chilena y argentina.....	11
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>15</b>
Comparación de la evolución de las principales variables vitivinícolas del sector elaborador de vino chileno y argentino.....	15
Superficie territorial.....	15
Superficie vitícola .....	16
Superficie vitivinícola .....	18
Provincias productoras de uva vinífera .....	20
Superficie de plantación .....	22
Cepajes .....	24
Producción de vino .....	28
Consumo nacional de vino .....	31
Exportación de vino.....	33
Valor unitario del vino .....	37
Importación de vinos .....	39
Cantidad de bodegas .....	39
Determinación de la proyección de la industria.....	42

vitivinícola chilena y argentina. ....	42
Encuestas .....	42
Modelos Econométricos .....	56
Establecimiento de una comparación estratégica de la .....	72
vitivinicultura chilena y argentina.....	72
Análisis del comportamiento interno y externo de la industria vitivinícola chilena y argentina (FODA) .....	72
Análisis de competitividad ``Porter`` en la industria vitivinícola chilena y argentina.....	86
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>90</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>93</b>
<b>APÉNDICES.....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>118</b>

## **RESUMEN**

La presente investigación fue realizada con el fin de desarrollar un análisis comparativo de la industria vitivinícola chilena y argentina. Para caracterizar la evolución de las principales variables vitivinícolas, se realizó una recopilación de datos en instituciones gubernamentales y privadas de ambos países con información desde el año 2000 al 2007. Para determinar las proyecciones de la industria vitivinícola se aplicaron dos métodos: El primer método, una encuesta aplicada a empresas chilenas y argentinas. El segundo método, se desarrolló considerando series históricas desde el año 1990 hasta el 2007 para la obtención de un modelo econométrico de la oferta exportable, para cada país. Para lograr establecer la comparación estratégica entre la vitivinicultura chilena y argentina, se realizó un análisis FODA y Porter, a partir de los resultados obtenidos con las principales variables vitivinícolas, las encuestas y los modelos econométricos. Entre los resultados más relevantes, se concluyó, en el caso de las bodegas chilenas entrevistadas, que la imagen país en el extranjero es positiva. Sin embargo, falta profundizar la comunicación del valor del vino chileno para incentivar el consumo nacional. Por otra parte, es necesario mejorar en cuanto a: enoturismo e investigación y desarrollo para generar sinergias, y por ende, mejor desempeño del negocio vitivinícola chileno. Asimismo, por el lado de las bodegas argentinas consultadas, se constata el requerimiento de re posicionarse el vino en el mercado local, como también, hacer caminos accesibles para llegar a las bodegas. Es necesario perfeccionar los contratos de compra-venta de uva y enfocar los esfuerzos hacia el uso de variedades finas. Finalmente, es recomendable ampliar la producción hacia más cepas de uva, ya que actualmente existe una alta concentración de la producción sobre la cepa Malbec.

## **PALABRAS CLAVES**

Análisis FODA, Análisis Porter, modelo econométrico, industria de vino chilena, industria de vino argentina.

## **ABSTRACT**

This research was conducted in order to develop a comparative analysis of the Chilean wine industry and Argentina. To characterize the evolution of the main variables wine, is a compilation of data in governmental and private institutions of both countries with information from the 2000 to 2007. To determine the projections of the wine industry were applied two methods: The first method, a survey of Chilean and Argentine companies. The second method, was developed considering historical series from 1990 until 2007 for obtaining an econometric model of the exportable supply, for each country. To establish the strategic comparison between the Chilean and Argentine viticulture, was carried out a FODA analysis and Porter, based on the results obtained with the main variables wine, surveys and the econometric models. Among the most relevant results, we concluded, in the case of the Chilean wineries interviewed, that the country image abroad is positive. However, lack deepen the communication of the value of the Chilean wine to encourage domestic consumption. On the other hand, it is necessary to improve in terms of: wine tourism and research and development to generate synergies, and thus better business performance Chilean wine. Also, by the side of the bodegas argentinas consulted, there is a requirement to re position the wine in the local market, as well, to make accessible roads to reach the wineries. It is necessary to perfect the contracts of purchase-sale of grapes and the company to focus its efforts toward the use of fine varieties. Finally, it is recommendable to extend the production toward more strains of grape, already now that there is a high concentration of production on the Malbec grape.

## **KEY WORDS**

FODA Analysis, Porter Analysis, Econometric Model, Chilean wine industry, Argentina wine industry.



## INTRODUCCIÓN

### Vitiviniculturas de Chile y Argentina

La situación del mercado mundial de vino es la siguiente; La producción mundial de vino presentó una tasa creciente durante el período (1981-1985), la cual, decreció en el lapso (1986-1990) para volver a incrementarse entre (1991-1995), manteniendo la tendencia decreciente en los años siguientes con una media de 250 Miohl, posteriormente desde 1999 se ha observado un aumento de la producción (Costa, 2004). En 2006 la producción alcanzó los 283,6 Miohl, es decir 5,1 Miohl más que en 2005, ocupando los 3 primeros lugares: Italia, Francia y España, con una participación del 18,32%, 18,2% y 13,84% respectivamente (OIV, 2007). Por otra parte, el consumo mundial de vino ha experimentado 4 etapas: la 1º de expansión (1965-1975), la 2º de estancamiento (1965-1975), la 3º de disminución pronunciada en el consumo (1984-1995) y una 4º, a partir, de 1995 de recuperación, con tendencia a la expansión (SAGyP, 2006). En 2006 el consumo alcanzó los 240,8 Miohl, es decir, 3,3 Miohl más que en 2005, ocupando los 3 primeros lugares: Francia, Italia y Estados Unidos, con una participación del 13,64%, 11,35% y 10,72% respectivamente (OIV, 2007). En cuanto a intercambios comerciales, esto es, la suma de las exportaciones de los países productores, el mercado mundial de vino en 2006 alcanzó los 82,6 Miohl, un 3,7% más que durante al año 2005, siendo los 3 principales exportadores : Italia, Francia y España con una participación del 20,58%, 17,71% y 16,83% respectivamente (OIV, 2007). Finalmente, las importaciones de vino se calculan en alrededor de 78,2 Miohl, 0,9% más que durante el año 2005, siendo los 3 principales importadores: Alemania, Reino Unido y EEUU, con una participación del 16,93%, 14,94% y 9,86% respectivamente (OIV, 2007).

La situación del mercado vitivinícola chileno es la siguiente; ocupa el 10º lugar como productor mundial, con una participación de mercado del 2,97%, siendo esta de 8,449 Miohl (OIV, 2007). Por otra parte el consumo interno ha disminuido, siendo el año 1972 de 59 L per-cápita, para estancarse en 15 L per-cápita desde 2004 (Mora y Magner, 2005). Es así como desde mediados de los años 70` el país volcó su atención al exterior consagrándose como el principal exportador sudamericano, en 2006 ocupa el 5º lugar como exportador con una cuota de mercado del 5,46%, alcanzando los 4,514 Miohl (OIV, 2007). Los principales mercados de destino son: Reino Unido, EEUU y Canadá con una participación del 26%, 14% y 9% respectivamente (CCV, 2007).

La situación del mercado vitivinícola argentino es la siguiente; ocupa el 5º lugar como productor mundial con una participación de mercado del 5,42%, siendo esta de 15,396 Miohl (OIV, 2007). Por otra parte, el consumo interno antes de los años 90` era aproximadamente de 90 L per-cápita, esto, hacía poco interesante exportar, la industria se abocaba a volumen no a calidad, ubicándose ésta muy por debajo de los estándares internacionales. En los últimos años, sin embargo, el panorama cambió. La crisis

económica argentina del 2001 hizo caer el consumo trasandino a 35 L per-cápita, situación que obligó a los bodegueros a exportar. Adicionalmente un poderoso contingente de inversionistas extranjeros inyectó US\$1.500.000.000 a la economía vitivinícola argentina, esto, motivó a la reconversión económica, que se manifestó en la modificación del proceso técnico productivo lo que se evidencia en un acentuado desplazamiento de la uva criolla por distintas variedades de uvas con alta capacidad enológica (Sabogal, 2007). Es así, como durante el año 1990 los vinos comunes explicaban el 81% de la producción vitivinícola, proporción que decrece en 2001 a 64,9 % del total (Aspiazu y Basualto, 2003). El consumo interno en 2006 según INV (2006) es de 29,2 L per-cápita, así Argentina ocupa el 8° lugar como consumidor mundial con una participación de mercado del 4,62%, siendo esta de 11,104 Miohl (OIV, 2007). En 2006 ocupa el 9° lugar como exportador con una participación del 3,55%, alcanzando los 2,934 Miohl (OIV, 2007). Los principales mercados de destino son: Rusia, EEUU y Paraguay con una participación del 16,7%, 15,4% y 5,8% respectivamente (INV, 2006).

### **Identificación del problema**

La reconversión vitivinícola argentina, coincidió con la apreciación del peso chileno y el consiguiente encarecimiento de la producción y de las exportaciones chilenas (Sabogal, 2007). Esto, sumado a la situación del mercado vitivinícola mundial, que según OIV (2006), produjo un excedente de 42,8 Miohl (4,6% más que en 2005), causa tensión entre los países competidores obligándolos a ejercer estrategias competitivas. Chile desde mediados de los 80`, exporta orientado hacia la diferenciación del producto, para obtener una mejor relación precio-calidad, por lo que ha sido reconocido a nivel mundial como uno de los principales países productores-exportadores de vinos finos. Sin embargo, Argentina de un tiempo a esta parte, también ha tratado de diferenciarse, mostrando una tendencia ascendente hacia la calidad de sus vinos, la que ha sido reconocida internacionalmente. En el ranking de los 100 mejores vinos del mundo, elaborado por la revista estadounidense Wine Spectator, en Diciembre de 2006, incluyó a 5 vinos argentinos y sólo a 4 vinos chilenos.

Si bien es cierto, el mercado exportador de vino chileno lleva 10 a 15 años de ventaja al mercado exportador de argentino; Argentina ha avanzado mucho más rápido que Chile, en los últimos años. Chile en 2006 exportó US\$970.000.000, y este año, llegará a los US\$1.050.000.000, pero hacen 5 años exportaba US\$600.000.000 y Argentina exportaba US\$100.000.000 (hoy exporta US\$500.000.000), según Hernández (2007, entrevista para el diario Los Andes 2007). Esto quiere decir que en 5 años, Chile no alcanzó a duplicar las exportaciones, mientras que Argentina las quintuplicó. Lo anterior, se debe a que mientras en Chile las exportaciones crecen a un orden del 7 al 8% anual, en Argentina se han dado picks de crecimiento de hasta 30% en los últimos años, señaló Rolland (2007, entrevista para el diario Clarín, 2007).

### **Hipótesis**

El posicionamiento que tiene Chile como exportador de vinos, enfrentará una competencia significativa ante el crecimiento de la vitivinicultura argentina.

### **Objetivos**

Como objetivo general del trabajo, se plantea desarrollar un análisis comparativo de la industria vitivinícola chilena y argentina

Los objetivos específicos corresponden a:

1. Caracterizar la evolución de las principales variables vitivinícolas del sector elaborador de vino chileno y argentino.
2. Determinar las proyecciones de la industria vitivinícola chilena y argentina
3. Establecer una comparación estratégica de la vitivinicultura chilena y argentina.

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Materiales

#### Principales fuentes de información

El estudio se construyó en base a recopilación de datos, acerca de las principales variables vitivinícolas de Chile y Argentina en publicaciones, sitios web, y libros de registros de algunas instituciones como FAO, CEPAL, ODEPA, OIV, INV, SAG, SAGyP.

También en base a encuestas, realizadas a personas ligadas al mundo del vino, de ambos países.

El análisis estadístico de la encuesta se realizó ocupando el programa computacional SPSS 15.0 y el análisis del modelo econométrico se estimó utilizando el programa computacional E-views 6.0

### Metodología

A continuación, se presenta el objetivo específico a analizar y el método utilizado

#### **Caracterizar la evolución de las principales variables vitivinícolas del sector elaborador de vino chileno y argentino.**

El procedimiento se basó en la investigación de diversas fuentes bibliográficas y sitios web de instituciones relacionadas con el vino, como las citadas anteriormente, de datos correspondientes al período 2000-2007.

En este estudio, se consideró las siguientes variables vitivinícolas: superficie territorial, superficie vitícola, superficie vitivinícola, provincias productoras de uva vinífera, hectareaje, cepajes, producción de vino, consumo nacional de vino, exportación de vino en términos de volumen y en términos económicos, valor unitario del vino, importación de vino y cantidad de bodegas: tanto para Chile, como para Argentina.

Con los datos obtenidos se realizó cuadros (apéndices del I al XXIV), a fin de poder comparar en cifras la realidad vitivinícola de ambos países. Finalmente la información se presenta en gráficos.

**Determinar las proyecciones de la industria vitivinícola.**

El logro de este objetivo, se realizó utilizando 2 métodos:

**Encuesta perspectivas de la industria vitivinícola**

Se elaboró la encuesta sobre las perspectivas de la industria vitivinícola (apéndice XXV) que constó de 54 preguntas cerradas y 11 preguntas de completación. Se realizó a diez viñas chilenas y a 10 viñas argentinas.

El análisis estadístico de los datos, se realizó, mediante el Método Univariante conocido como Análisis Descriptivo.

El análisis Descriptivo, utiliza Frecuencia que es la cantidad que se repite un evento dentro de una distribución determinada y está generalmente expresada en porcentaje.

Los análisis de frecuencia, se aplicaron sobre variables descriptivas relacionadas con características de las empresas encuestadas (cuadro 3), así como también en las sentencias que presentaron mayor discrepancia entre los entrevistados (cuadro 12). En ambos casos, se utilizó la prueba estadística Chi-cuadrado Pearson, para identificar que parámetros presentaban diferencia significativa.

El Análisis descriptivo, también se basa en el análisis de varianza o ANDEVA, en el cual, se presentan medidas de dispersión o la llamada desviación estándar, que es la raíz cuadrada de la varianza y medidas de tendencia central como la media.

Hernández (2006), describe la media como la medida de tendencia central más utilizada y señala que puede definirse como el promedio aritmético de una distribución. El promedio es la suma de todos los valores divididos por el número de casos, por su parte, la desviación estándar o típica, es el promedio de la desviación de las puntuaciones con respecto a la media.

Los cálculos de la media y desviación típica, se aplicaron en la valoración de afirmaciones relacionadas con la proyección de la industria vitivinícola (cuadros 4 y 5); en la valoración de afirmaciones relacionadas con la proyección de la industria vitivinícola argentina (cuadros 6, 7 y 8) y en la valoración de afirmaciones relacionadas con la proyección de la industria vitivinícola chilena (cuadros 9, 10 y 11).

Para la valoración de éstas afirmaciones, se aplicó una escala, “escala de Likert”, cuya técnica consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes, es decir se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externalice su reacción, eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico (Hernández, 2006).

En este estudio se aplicó la escala de 1 a 5, desde 1 que indica “completamente en desacuerdo” hasta 5 que indica “completamente en acuerdo”. Con el fin de facilitar la

interpretación de los datos se subdividió la escala estimando 3 niveles en función del valor de la media, de acuerdo a la siguiente relación:

1. Nivel de acuerdo: valor de la media entre 3,5 y 5
2. Nivel de indiferencia: valor de la media entre 3,4 y 2,5
3. Nivel de rechazo: valor de la media entre 2,4 y 1

### **Modelo econométrico de la oferta exportable**

Para poder proyectar la industria vitivinícola de ambos países se obtuvo 2 modelos, uno para Argentina y otro para Chile.

### **Estimación del modelo econométrico**

Según Perloff (2004) la cantidad ofertada de un bien o servicio por parte de las empresas depende del precio de venta del producto, de los costos del mismo, de las normativas gubernamentales y de otros factores.

Una variación del precio provoca un movimiento a lo largo de la curva de oferta. Una variación del precio de un factor productivo, o de una normativa del gobierno provoca un desplazamiento de la curva de oferta. La curva de oferta total es la suma horizontal de las curvas de oferta de las empresas individuales (Perloff, 2004)

La función de oferta de vino exportable puede representarse como sigue:

$$Q_V = \beta_0 + \beta_1 P_V + \beta_2 \Omega + \varepsilon_t$$

Donde:

$Q_V$  = cantidad de vino exportado

$\beta_0$  = intercepto con el eje x

$P_V$  = precio de vino exportado

$\beta_1$  = coeficiente numérico del impacto del precio del vino, sobre la cantidad exportada

$\Omega$  = otras variables de oferta que son determinantes en la cantidad de vino exportado

$\beta_2$  = coeficiente numérico del impacto de otras variables de oferta, que son determinantes en la cantidad de vino exportado.

$\varepsilon_t$  = componente de error

### **Especificación de los datos utilizados**

Los modelos, como ya ha sido mencionado, fueron estimados considerando información anual período comprendido entre los años 1990 - 2007.

#### **VARIABLES MODELO ARGENTINO**

Las variables utilizadas para el modelo argentino, se detallan a continuación en el cuadro 1 y apéndices XXIX y XXX.

En el modelo econométrico argentino la variable dependiente utilizada, es la **cantidad de vino exportada en términos de volumen o hectólitros** y las variables independientes utilizadas son:

**Precio FOB:** es un precio de compra venta internacional; la sigla, significa: Free on board, o que el vendedor asume los gastos (incoterms) hasta la puesta de la mercancía en el barco o medio de transporte. Se utiliza porque es el precio pagado al exportador.

**Índice de Remuneraciones Medias Reales de la Industria Manufacturera:** se ocupa en esta investigación debido a que representa, el pago de la fuerza laboral utilizada en la industria manufacturera, a la cual pertenece la industria elaboradora de bebidas alcohólicas o vino.

**Superficie vitivinícola:** representa un porcentaje de la superficie vitícola y es de suma importancia, debido a que representa la materia prima de la industria elaboradora de vino. Cabe destacar en este sentido que en Mendoza, que es donde se concentra la mayor producción, no se utilizan contratos de compra-venta de uva a largo plazo, salvo en aquellos huertos acondicionados con mallas antigranizo, por tanto, existe cierta incertidumbre de la cantidad potencial de vino a elaborar.

**Variable Dummy:** se utiliza en los años 1995 y 2000-2001; donde ocurrieron 2 grandes crisis económicas. El año 1995 el llamado Efecto Tequila y el año 2001 la gran crisis económica que terminó con el llamado Corralito. Como se verá en apartados posteriores.

Cuadro 1. Detalle de las variables utilizadas en el modelo argentino.

Sigla	Significado	Unidad	Fuente
LnQ <sub>V</sub>	Logaritmo natural de la cantidad de vino exportado	Hectolitros (hl)	INV: Instituto Nacional de Vitivinicultura
LnP <sub>F</sub>	Logaritmo natural del precio FOB de vino exportado.	Miles de Dólares (US\$) por hectólitro (hl)	INV: Instituto Nacional de Vitivinicultura
LnRE	Logaritmo natural del índice de remuneraciones de la industria manufacturera	Índice base 100 año 2000	CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe
LnAR	Logaritmo natural de la superficie vitivinícola	Hectáreas (há)	INV: Instituto Nacional de Vitivinicultura

Fuente: Elaboración propia

#### **Variables modelo chileno**

Las variables utilizadas para el modelo chileno se detallan a continuación en el cuadro 2 y apéndice XXXI.

En el modelo econométrico chileno la variable dependiente utilizada, es la **cantidad de vino exportada en términos de volumen o hectólitros** y las variables independientes utilizadas son:

**Precio FOB:** se ocupa, por las mismas razones argumentadas para el modelo argentino.

**Ingreso Nacional:** esto merece una mención especial; debido a que todos los demás parámetros son variables de la función de oferta; ya que lo que se está tratando de explicar en la investigación es la oferta exportable de vino, sin embargo, el ingreso nacional es una variable explicativa de la función de demanda, debido a que al tener más ingresos aumenta la demanda. Se utilizó en el trabajo, debido a que es una variable que afecta el consumo de un bien, en este sentido, a mayor ingreso nacional, se podría pensar que aumenta el consumo de bienes no tradicionales, como el vino, y su repercusión en forma indirecta en la exportación.

**Superficie vitivinícola:** se utilizó rezagada en 3 temporadas, debido a que se probó la superficie normal y rezagada en una y dos temporadas y con la que el modelo arrojó mejores resultados fue rezagada en 3 temporadas. Esto tiene cierta lógica, debido a que la parra para entrar en plena producción requiere de 3 y hasta 5 años. Aparte para consumir un vino embotellado que es la forma en que mayoritariamente se exporta en Chile, por lo menos debe pasar un año tras la elaboración.



**Precio de vino a granel:** se utilizó para ver qué ocurre si disminuye el precio del vino a granel, aumentará el consumo interno y como incide esto en la cantidad de vino exportado.

Cuadro 2. Detalle de las variables utilizadas en el modelo chileno.

Sigla	Significado	Unidad	Fuente	Observaciones
LnQ <sub>V</sub>	Logaritmo natural de la cantidad de vino exportado	Hectolitros (hl)	Costa, V	ninguna
LnP <sub>F</sub>	Logaritmo natural del precio FOB de vino exportado.	Miles de Dólares (US)	Vinos de Chile	ninguna
LnIn	Logaritmo natural del Ingreso Nacional	Pesos chilenos (\$)	Banco Central	Ingreso nacional (pesos chilenos del 2003)
LnA <sub>R(t-3)</sub>	Logaritmo natural de la superficie vitivinícola rezagada en 3 temporadas	Hectáreas (há)	SAG	ninguna
LnPN	Logaritmo natural del precio de vino a granel.	Pesos chilenos (\$)	ODEPA	ninguna

Fuente: Elaboración propia

### **Establecer una comparación estratégica de la vitivinicultura chilena y argentina.**

El logro de este objetivo, se realizó utilizando 2 análisis:

#### **Análisis FODA**

En esta investigación, el análisis FODA, se realizó ocupando resultados obtenidos de los dos primeros objetivos específicos; además, se aplicó una encuesta con 4 preguntas de desarrollo (ver apéndice XXVIII) a los mismos profesionales que contestaron la encuesta anterior. Esto se completó con bibliografía necesaria.

El análisis FODA es la sigla de fortalezas, debilidades, amenazas y debilidades que enfrenta una determinada empresa o industria. Las debilidades y fortalezas son internas a la empresa; las amenazas y oportunidades se presentan en la industria.

Cuadro 3: Descripción de los parámetros del análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidades distintas.</li> <li>- Ventajas naturales.</li> <li>- Recursos productivos de calidad.</li> <li>- ¿Qué ventajas tiene la empresa?</li> <li>- ¿Qué hace la empresa mejor que cualquier otra?</li> <li>- ¿A que recursos de bajo costo o de manera única se tiene acceso?</li> <li>- ¿Qué percibe la gente del mercado como una fortaleza?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos y capacidades escasas.</li> <li>- Resistencia al cambio.</li> <li>- Problemas de motivación de las personas involucradas.</li> <li>- ¿Qué se puede mejorar?</li> <li>- ¿Que se debería evitar?</li> <li>- ¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad?</li> <li>- ¿Qué factores reducen el éxito de la empresa?</li> </ul>
Análisis Externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas tecnologías.</li> <li>- Debilitamiento de competidores.</li> <li>- Posicionamiento estratégico.</li> <li>- ¿A que buenas oportunidades se enfrenta la industria?</li> <li>- ¿De que tendencias del Mercado se tiene información?</li> <li>- ¿Existe una coyuntura en la economía del país?</li> <li>- ¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?.</li> <li>- ¿Qué cambios en la normatividad legal y/o política se están presentando?</li> <li>- ¿Que cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Altos riesgos.</li> <li>- Cambios en el entorno.</li> <li>- ¿A qué obstáculos se enfrenta la industria?</li> <li>- ¿Qué están haciendo los competidores?</li> <li>- ¿Los requerimientos de productos están cambiando?</li> <li>- Se tiene problemas de recursos de capital?</li> <li>- ¿Puede algunas de las amenazas impedir totalmente la actividad de la industria?</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Para crear una estrategia competitiva, se realiza una matriz que relaciona las oportunidades y amenazas con las fortalezas y debilidades.

Cuadro 4: Creación de una ventaja competitiva

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	- ¿Cómo esta fortaleza podría contribuir a aprovechar esta oportunidad?.	- ¿Cómo esta fortaleza podría contrarrestar esta amenaza?.
DEBILIDADES	- ¿Cómo esta debilidad nos impediría aprovechar esta oportunidad	- ¿Cómo esta debilidad nos impediría contrarrestar esta amenazas?

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis Porter**

El análisis Porter, en este trabajo, se realizó, en base a los resultados obtenidos de los dos primeros objetivos específicos, y del análisis FODA, además de bibliografía apropiada. El análisis Porter, nos permite tener una mirada del ambiente externo o del entorno de la industria vitivinícola. Fija las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle.

Porter (2006), describe cinco fuerzas competitivas que marcan el fracaso o éxito de un sector o empresa. Estas son: (ver figura 1)

**Amenaza de entrada de nuevos competidores.** El mercado no es atractivo, si las barreras de entrada son fáciles de flanquear por nuevos participantes, que pueden llegar con nuevas capacidades o recursos.

**La rivalidad entre los competidores.** Para una corporación será mas difícil competir en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precio, campañas publicitarias agresivas, promociones y entradas de nuevos competidores.

**Poder de negociación de los proveedores.** Un mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al empresario le conviene integrarse hacia delante.

**Poder de negociación de los compradores.** Un mercado no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene vario o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que

puede hacer sustituciones por igual o mas bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace mas compleja si los compradores se sindicalizan.

**Amenaza de entrada de productos sustitutos.** Un mercado no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están mas avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios mas bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación.

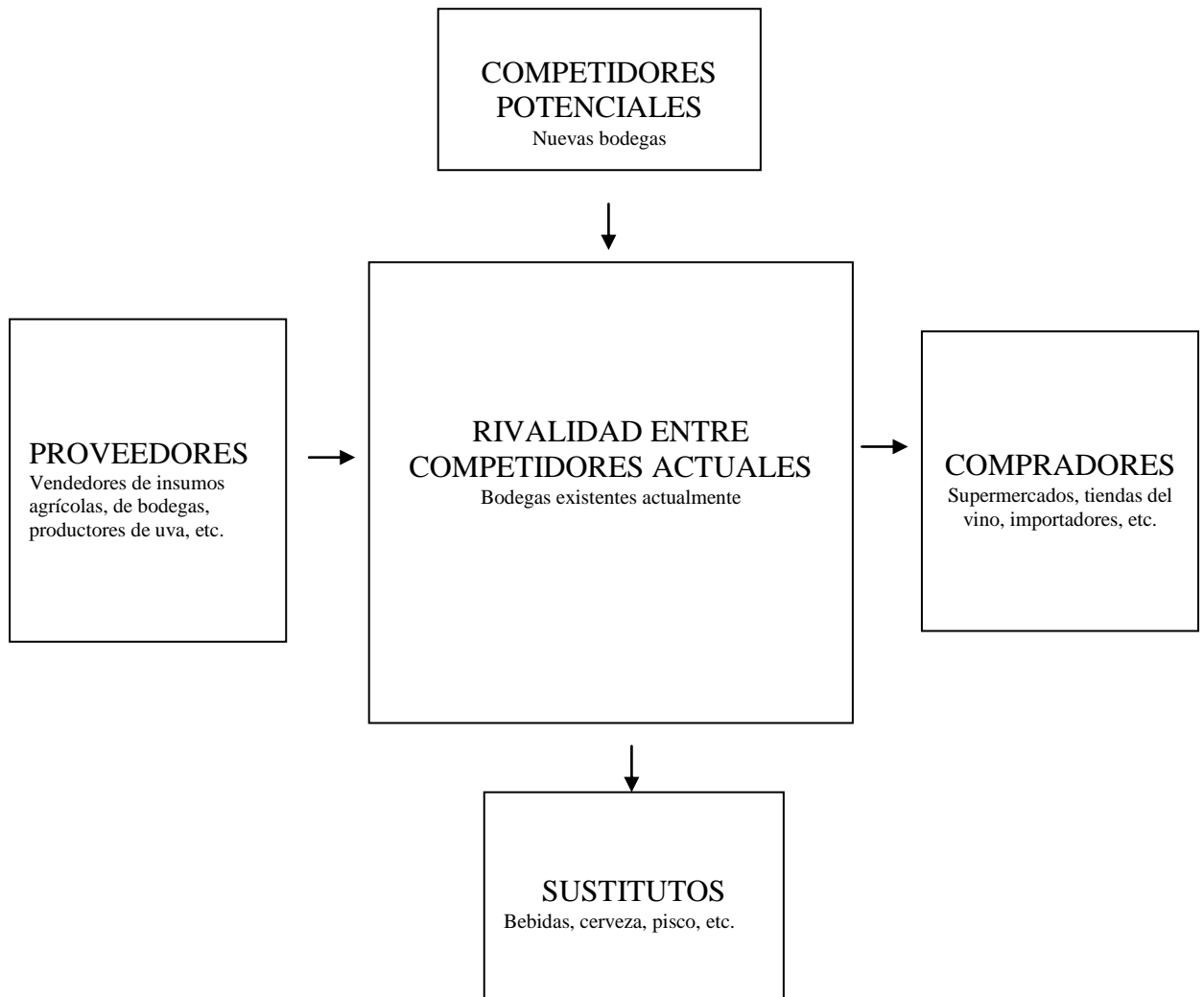


Figura1: Las cinco fuerzas competitivas de Porter, adaptado a esta investigación.

Fuente: Elaboración propia en base a Kotler, 2006.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### Comparación de la evolución de las principales variables vitivinícolas del sector elaborador de vino chileno y argentino.

#### Superficie territorial

Argentina, posee una extensa superficie territorial de 2.780.400 km<sup>2</sup>; es el segundo estado más extenso de América Latina, cuarto en el continente americano y octavo en el mundo, considerando solamente la superficie continental sujeta a su soberanía efectiva. Si se consideran las islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y Aurora (hoy administradas por el Reino Unido y reivindicadas por la Argentina), más el área antártica reclamada al sur del paralelo 60° S, denominada Antártida Argentina (que incluye a las islas Orcadas del Sur y Shetland del Sur), la superficie total se elevaría a 3.761.274 km<sup>2</sup>, convirtiéndose en el séptimo país más grande del mundo. Sin embargo, esta reclamación está afectada por lo establecido por el Tratado Antártico, sin que su firma constituya una renuncia. Por tanto, la superficie de Argentina efectivamente ocupada corresponde a 2.780.400 km<sup>2</sup>.

El espacio terrestre de Chile tiene una superficie total de 2.006.626 km<sup>2</sup>, de los cuales 756.626 km<sup>2</sup> corresponden a Chile americano e islas oceánicas, y 1.250.000 km<sup>2</sup> a Chile Antártico. Si consideramos sólo la superficie de Chile efectivamente ocupado, es decir los 756.626, en comparación con los países sudamericanos, es uno de los más pequeños, ocupa el 7° lugar.

Si se efectúa una comparación de la superficie continental soberana de Chile y Argentina, se tiene, que Chile representa un 27% de la superficie Argentina, o también se podría afirmar, que Chile es poco más de un cuarto de Argentina en superficie. Esto se puede apreciar en la figura 2.

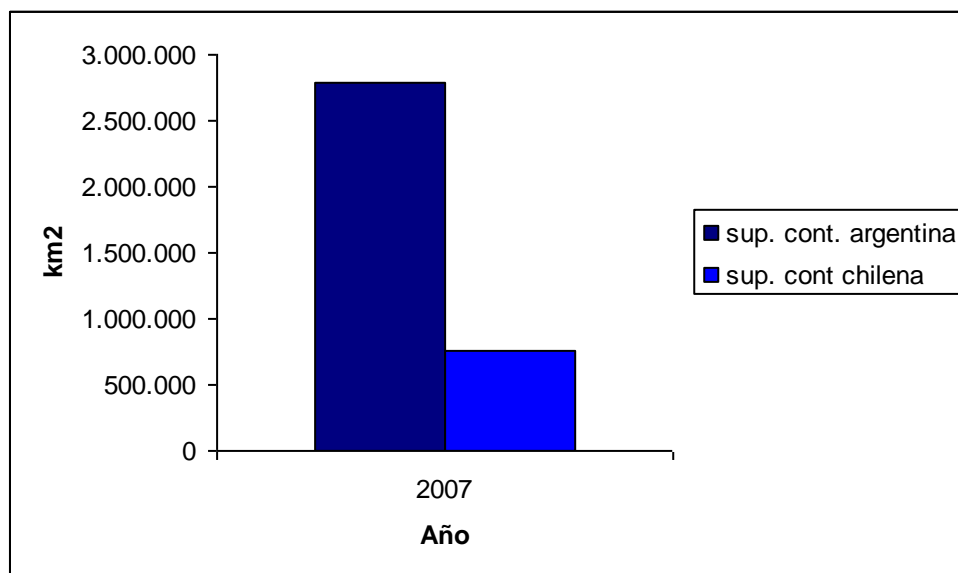


Figura 2: Comparación de la superficie continental chilena y argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas de Anónimo, 2006.

### Superficie vitícola

La superficie vitícola argentina ha experimentado un crecimiento sostenido en el tiempo, siendo el año 2000 de 201.113 hás y el año 2007 de 225.846 hás, con una tasa de crecimiento del orden de un 12,2%, lo que se observa en el apéndice I y la figura 3.

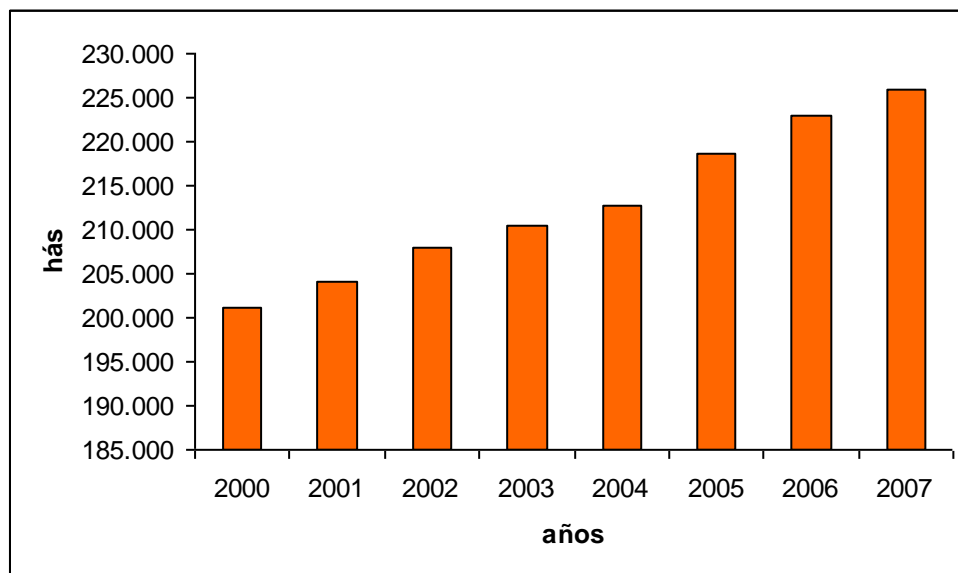


Figura 3: Evolución de la superficie vitícola argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

La superficie vitícola chilena ha ido en aumento a lo largo del tiempo, siendo el año 2000 de 164.770 hás y el año 2007 de 182.661 hás, con una tasa de crecimiento del orden del 10,9%, lo que se observa en el apéndice II y la figura 4.

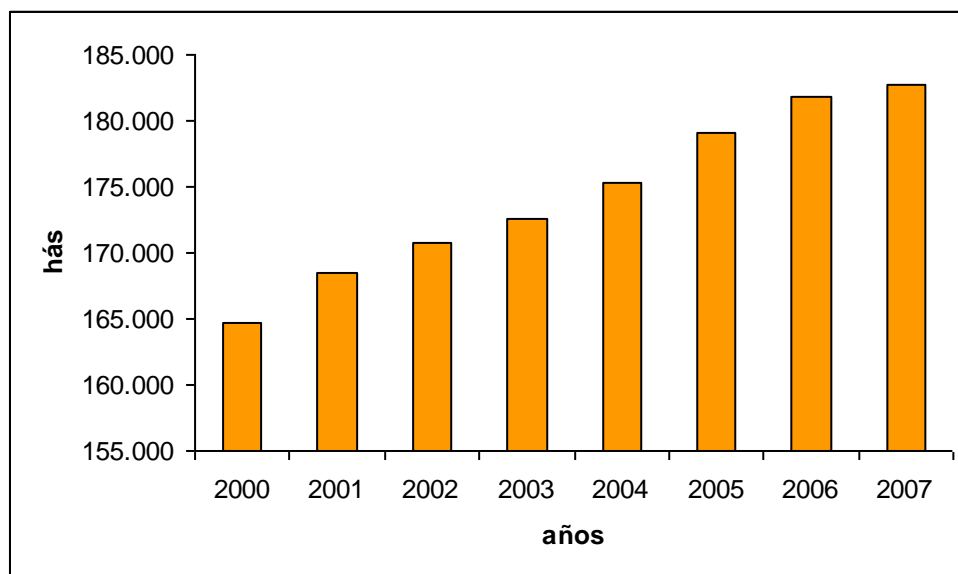


Figura 4: Evolución de la superficie vitícola chilena.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

Al comparar la evolución de la superficie vitícola chilena y argentina durante el período, se puede observar que ambas se incrementaron, pero la tasa de crecimiento de Argentina fue del 12,2 % y la de Chile del 10,8%. Esto se puede observar en los apéndices I y II y la figura 5.

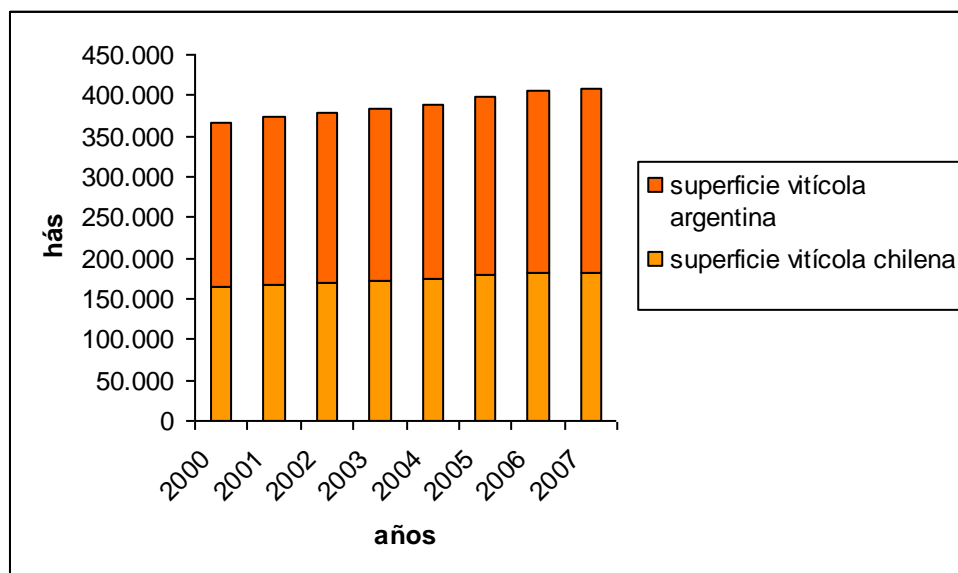


Figura 5: Evolución de la superficie vitícola chilena.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007) y SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

### Superficie vitivinícola

La superficie vitivinícola argentina ha ido al alza, siendo el año 2000 de 188.398 hás y el año 2007 de 211.231 hás, con una tasa de crecimiento de 12, 1%, lo que se observa en el apéndice III y la figura 6.

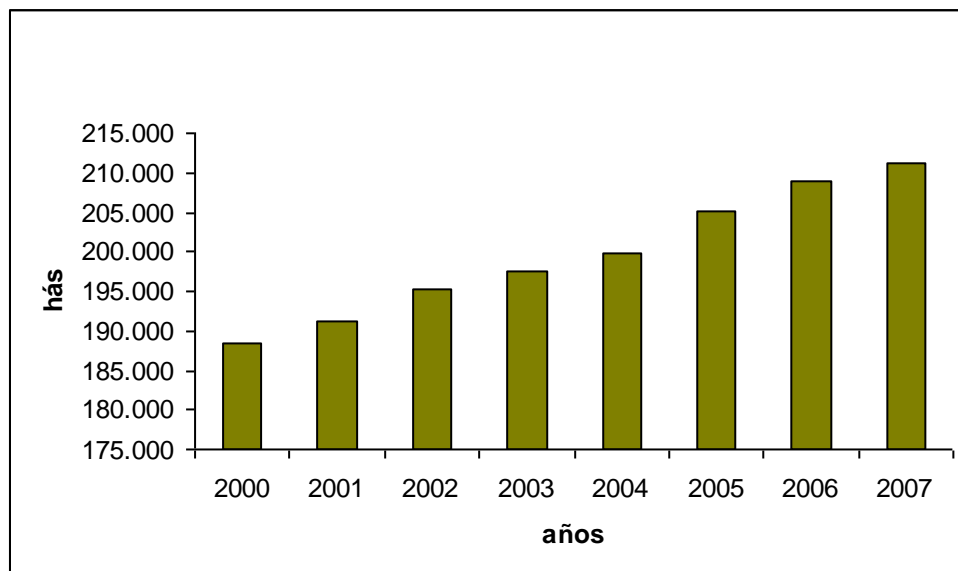


Figura 6: Evolución de la superficie vitivinícola argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).



La superficie plantada con vid vinífera argentina el año 2000 representa un 93,6% de la superficie vitícola total, y la superficie plantada con vid vinífera el año 2007 representa un 93,5% de la superficie vitícola total. Por tanto, se puede afirmar que casi no ha sufrido variaciones. Ver apéndices I y III.

La superficie vitivinícola chilena ha experimentado un crecimiento sostenido en el tiempo, siendo el año 2000 de 103.876 hás y el año 2007 de 128.993 hás, con una tasa de crecimiento del orden del 24,1%, lo que se observa en el apéndice IV y la figura 7.

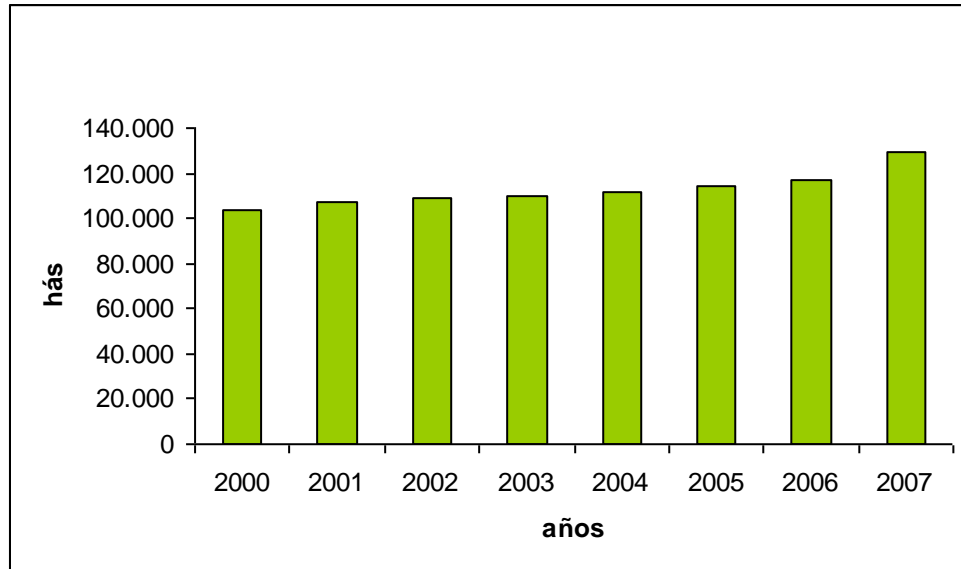


Figura 7: Evolución de la superficie vitivinícola chilena.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

La superficie plantada con vid vinífera el año 2000 representa un 63% de la superficie vitícola total, y la superficie plantada con vid vinífera el año 2007 representa un 70,6% de la superficie vitícola total. Ver Apéndices II y IV.

Si vemos que porcentaje de la superficie continental Argentina representa la superficie vitivinícola Argentina del año 2007, se tiene que representa un 0,07% de ésta (medida en m<sup>2</sup>). Esto se evidencia en el apéndice V.

Si vemos que porcentaje de la superficie continental chilena representa la superficie vitivinícola chilena del año 2007, se tiene que representa un 0,17% de ésta (medida en m<sup>2</sup>). Esto se evidencia en el apéndice VI.

Al comparar ambas superficies, podemos observar que el año 2000, la cantidad de hectáreas chilenas plantadas con vid vinífera eran un 55,1% de la cantidad de hectáreas plantadas con vid vinífera argentina, mientras que el año 2007 ese porcentaje aumenta a 61,5%. Ver apéndices III y IV y la figura 8.

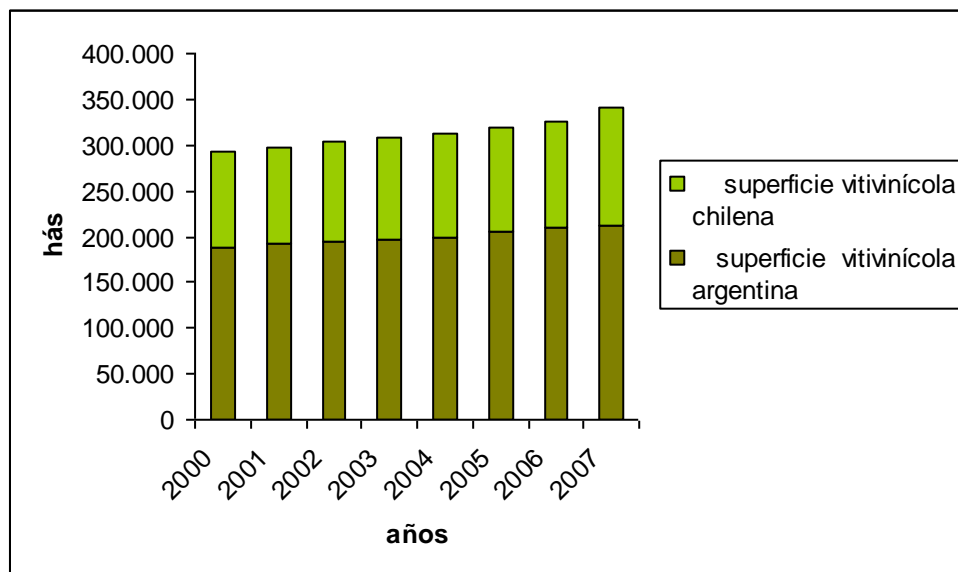


Figura 8: Comparación de la superficie vitivinícola argentina y chilena.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007) y SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

### Provincias productoras de uva vinífera

Argentina posee 17 provincias productoras de uva que son en orden descendente Mendoza, San Juan, La Rioja, Río Negro, Catamarca, Salta, Neuquén, Córdoba, La Pampa, Tucumán, Chubut, San Luis, Santiago del Estero, Buenos Aires, Misiones, Entre Ríos, Jujuy. Sin embargo sólo 2 de estas provincias concentran la mayor producción siendo el año 2002 el 92,3% de la superficie vitícola total. Donde Mendoza posee más de la mitad de la participación, es decir, 69,7% del total, San Juan 22,6%. El año 2006, éstas provincias también concentran el 92% del la superficie vitícola total, aumentando Mendoza a un 70,2% del total y disminuyendo San Juan a un 21,8% del total. Ver apéndice VII y las figuras 9 y 10.

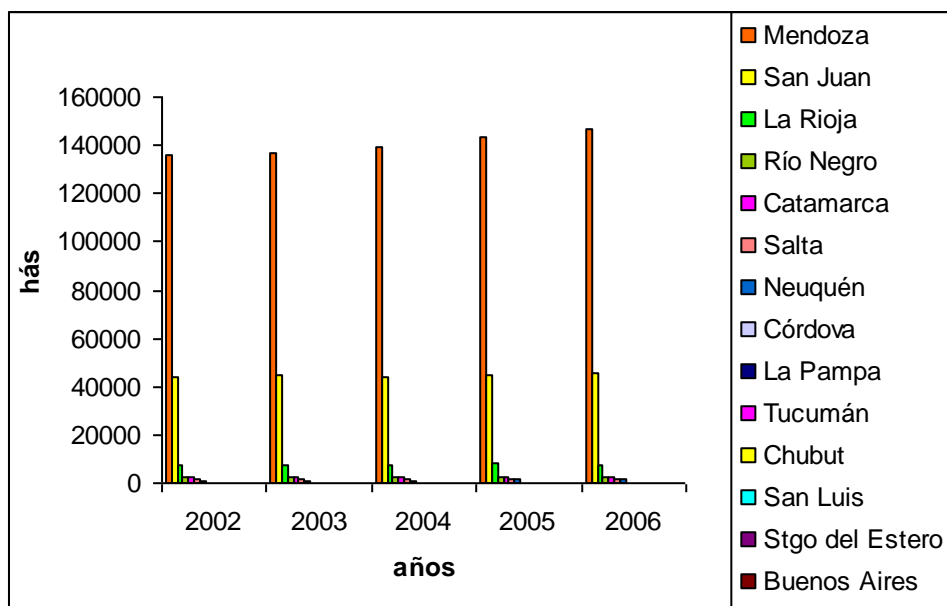


Figura 9: Evolución de la distribución de las regiones vitivinícolas argentinas.  
Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

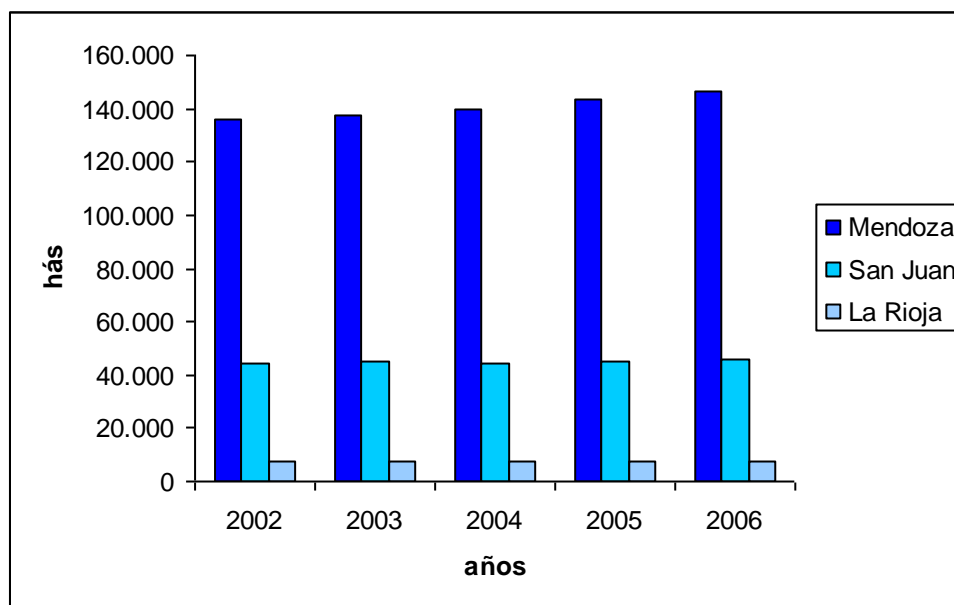


Figura 10: Evolución de la distribución de las principales regiones vitivinícolas argentinas.  
Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

Chile posee 8 provincias productoras de uva. De ellas la principal productora es la Región del Maule, que concentra alrededor de un 43% de la superficie vitivinícola total. Luego la Región Del Libertador Bernardo O'Higgins que produce alrededor de un 28%, le sigue, La

Región del Bio Bio, con un 13%, la Metropolitana que concentra alrededor de un 10%, Valparaíso con un 5%, Coquimbo con un 2% y las otras 2 regiones La Araucanía y Los Lagos, con un aporte muy bajo en la producción.

Todas las regiones han experimentado la misma tasa de crecimiento a largo del tiempo. Esto se puede ver en el apéndice VIII y la figura 11.

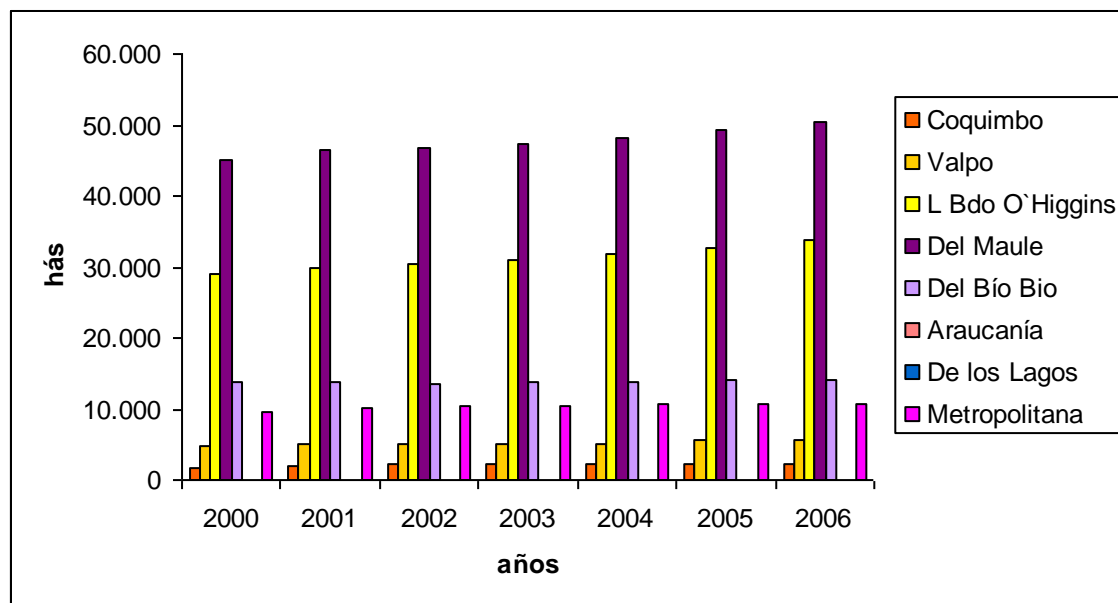


Figura 11: Evolución de la distribución de las regiones vitivinícolas chilenas.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

### Superficie de plantación

Al indagar acerca de la evolución de las propiedades destinadas a vides de vinificación, en términos de hectáreas en argentina, se puede afirmar que el año 2002, las propiedades cuyas medidas se encontraron entre 0,001 a 0,5 hás. ocuparon el menor porcentaje con un 0,4%, al contrario, el mismo año las propiedades cuyas medidas se encontraron entre 25,001 a 50 hás ocuparon el mayor porcentaje con un 17,5%. Al año 2006 si comparamos, las propiedades cuyas medidas se encontraron entre 0,001 a 0,5 hás. también, ocuparon el menor porcentaje con un 0,3%, al contrario, el mismo año las propiedades cuyas medidas se encontraron entre 25,001 a 50 hás también ocuparon el mayor porcentaje con un 16,8%, por lo que disminuyó un 0,7%. En general durante este período se observa una menor adquisición de terrenos cuyas dimensiones van entre las 0,0001 hás hasta los que poseen 50 hás y un claro aumento de terrenos cuyas dimensiones van entre las 50,0001 y mayores a 100 hás, cuya tasa de crecimiento en conjunto del año 2002 al 2006 fue de 2,1%. Apéndice IX y figura 12.

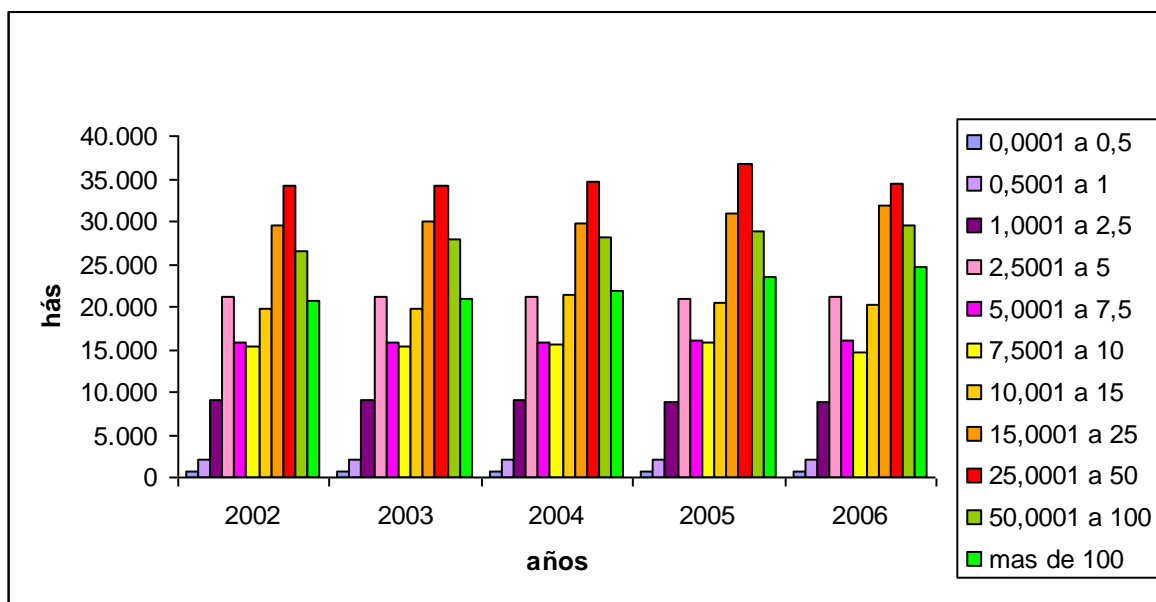


Figura 12: Evolución de Propiedades de vides destinadas a vinificación, según rangos de superficie en hectáreas.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

Al indagar acerca de la evolución de las propiedades destinadas a vides de vinificación, en términos de hectáreas en Chile, se puede afirmar que el año 2002, las propiedades cuyas medidas eran mayor a 50 hás ocuparon el menor porcentaje con un 2,6%, al contrario, el mismo año las propiedades cuyas medidas se encontraron entre 0 a 1 hás ocuparon el mayor porcentaje con un 43%. Al año 2006 si comparamos, las propiedades cuyas medidas eran mayor a 50 hás también ocuparon el menor porcentaje con un 2,8%, notándose un aumento de un 0,2%; al contrario, el mismo año las propiedades cuyas medidas se encontraron entre 0 a 1 hás también ocuparon el mayor porcentaje con un 40%, notándose una disminución de un 0,3%. En general durante este período se observa una menor adquisición de terrenos cuyas dimensiones van entre las 0 a 1 hás, siguen sin cambios los terrenos que van entre 1,1 a 5 hás y una mayor adquisición de terrenos cuyas dimensiones fluctúan entre 5,1 hás y mayores a 50 hás, cuya tasa de crecimiento en conjunto del año 2002 al 2006 fue de un 2,3%. Apéndice X y figura 13.

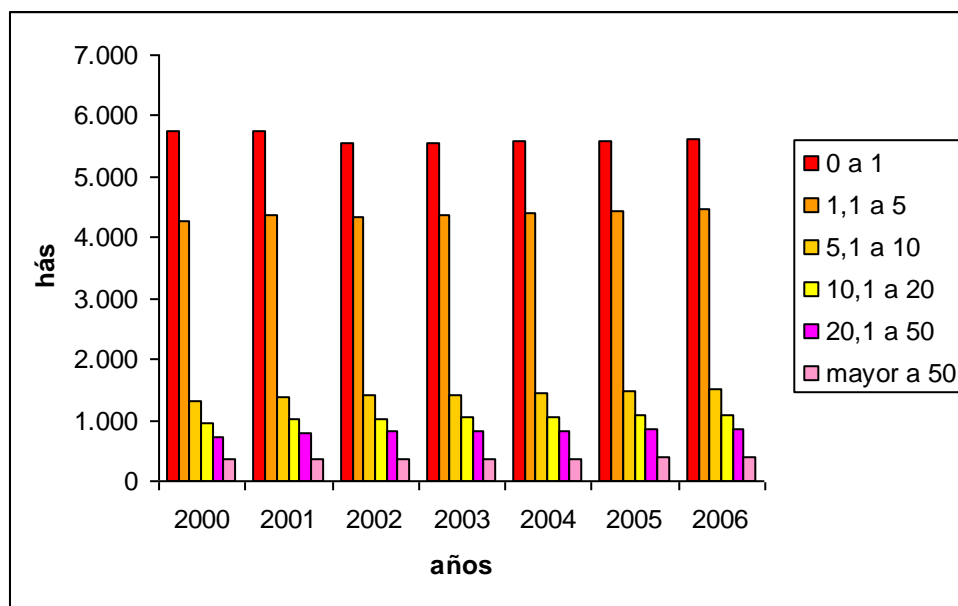


Figura 13: Evolución de Propiedades de vides destinadas a vinificación, según rangos de superficie en hectáreas.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

Al comparar el hectareaje chileno y argentino, se puede ver que en Argentina se venden terrenos de amplias dimensiones que fluctúan entre las 0,0001 has y mayores a 100 hás. En Chile el rango es menor, los terrenos van entre 0 a 50 hás. Pero en ambos se observa una similitud, que es la evolución de la compra de terrenos cada vez con mayores dimensiones.

### Cepajes

A continuación, en el cuadro 2, se mencionaran las principales cepas de Argentina.

Cuadro 2: Principales cepajes de Argentina

Ppales. cepajes argentinos		
Cepas tintas	Cepas blancas	Cepas rosadas
Barbera	Chardonnay	Cereza
Bonarda	Chenin	Criolla
Cabernet Franc	Pedro Gimenez	Moscatel rosada
Cabernet Sauvignon	Pinot Blanco	
Malbec	Sauvignon	
Merlot	Sauvignonasse	

(continúa)

Cuadro 2 (continuación): Principales cepajes de Argentina

	Ppales. cepajes argentinos	
Cepas tintas	Cepas blancas	Cepas rosadas
Pinto Negro	Semillon	
Sangiovese	Torrontés Riojano	
Syrah	Ugni Blanc	
Tannat	Viognier	
Tempranillo		

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

En Argentina como se mencionó anteriormente, en el cuadro 7, la superficie vitivinícola aumentó un 11% el año 2006 respecto al 2000. Si observamos la distribución que han tenido las diversas cepas en la superficie vitivinícola, tendremos, que ha disminuido la producción de cepas blancas y tintas en un 3% y en un 8% respectivamente durante el período 2000-2006. Al contrario, las variedades tintas han aumentado su producción y ese incremento fue del orden del 39% en el mismo período. Apéndice XI y figura 14.

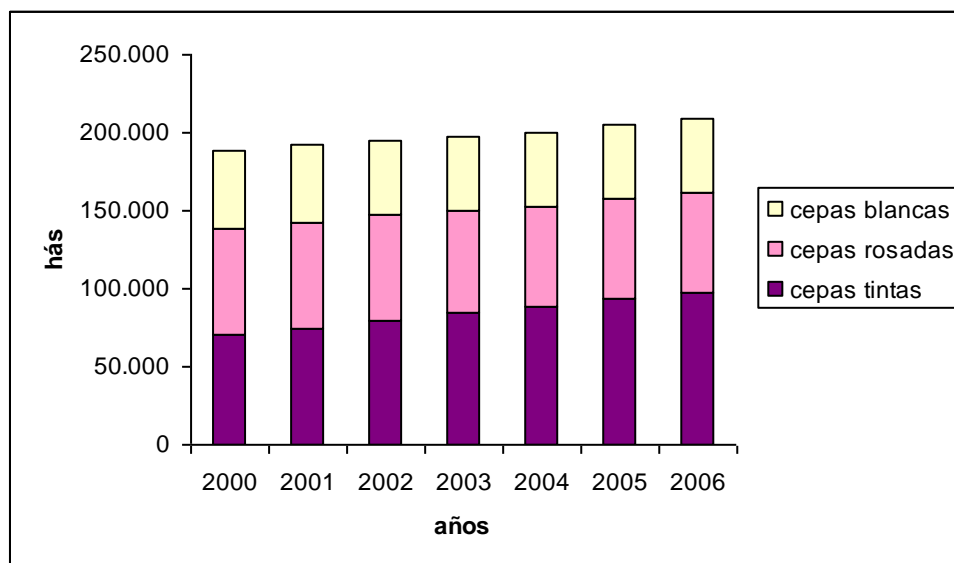


Figura 14: Evolución de la superficie argentina plantada con cepas (rosadas, blancas y tintas).

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

La evolución de la cantidad total de hectáreas plantadas en la superficie vitivinícola chilena presenta un aumento del 12% del año 2006 respecto al 2000, como se mencionó anteriormente en el cuadro 8. Este aumento es muy similar para las cepas tintas y blancas, presentando un incremento del 13% para las blancas y del 12% para las tintas durante el período 2000-2006. Apéndice XII y figura 15.

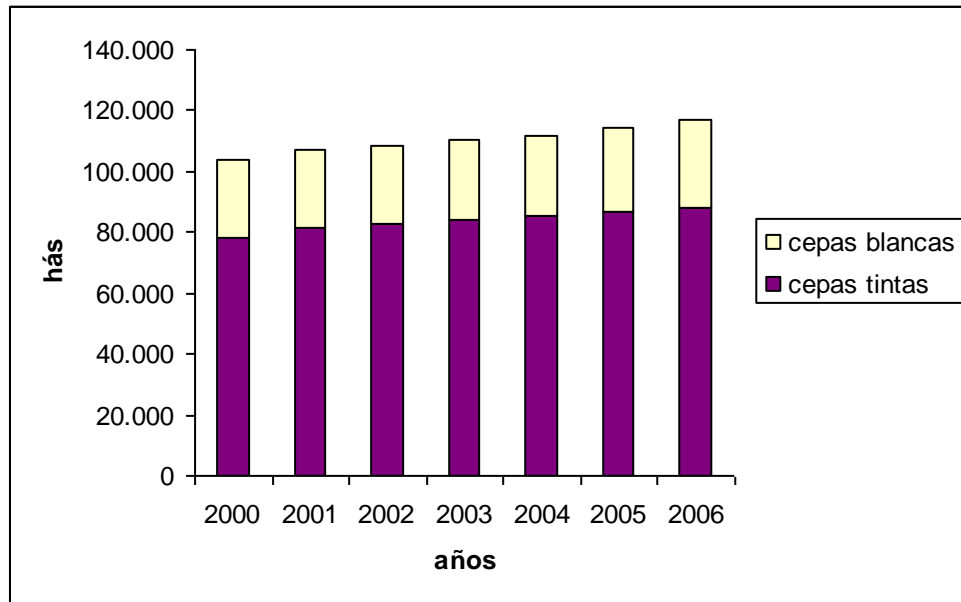


Figura 15: Evolución de la superficie chilena plantada con cepas (blancas y tintas).

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

Al efectuar un análisis comparativo entre la cantidad de hás plantadas de cepas tintas en Chile respecto a Argentina, podemos concluir, que el año 2000 Chile presentó una superficie plantada con estas cepas un 11% superior a Argentina, sin embargo al año 2006 Chile presenta un porcentaje inferior de superficie plantada con estas cepas, exactamente un 10% por debajo de Argentina (año 2000: 88.325 hás Chile y año 2006: 97.489 hás Argentina). Ver cuadros XI y XII y la figura 16.



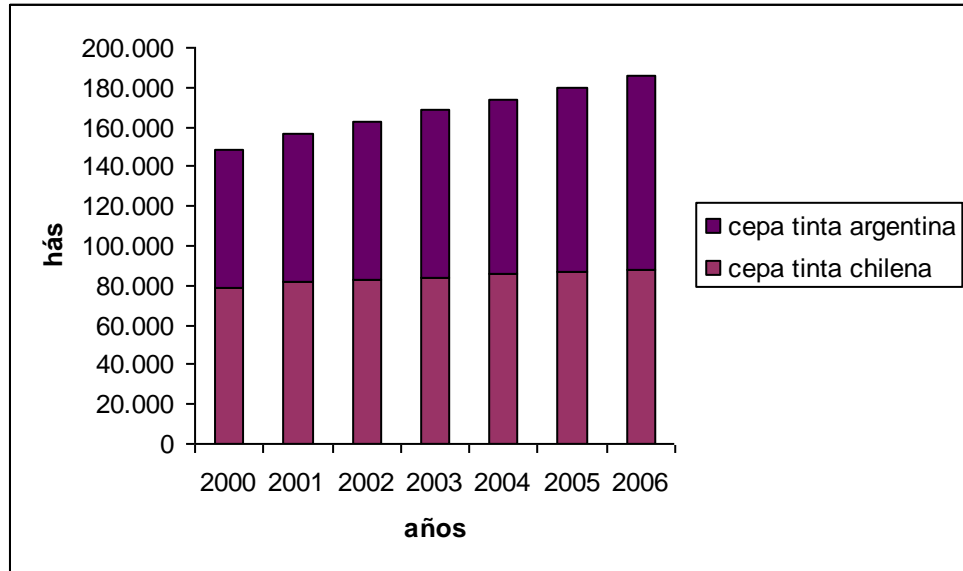


Figura 16: Análisis comparativo superficie plantada con cepas tintas de Chile y de Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007) y SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

Al efectuar un análisis comparativo entre la cantidad de hás plantadas de cepas blancas de Chile respecto a Argentina, podemos concluir, que el año 2000 Chile presentó una superficie plantada con esta cepa un 94% inferior a Argentina, al año 2006, este porcentaje disminuye a 69%. Esta disminución se explica porque Chile aumenta la superficie plantada de cepas blancas en un 12% durante el período 2000 a 2006, mientras, que Argentina disminuye la superficie plantada de cepas blancas en un 3%, durante el mismo período. Ver cuadros XI y XII y la figura 17.

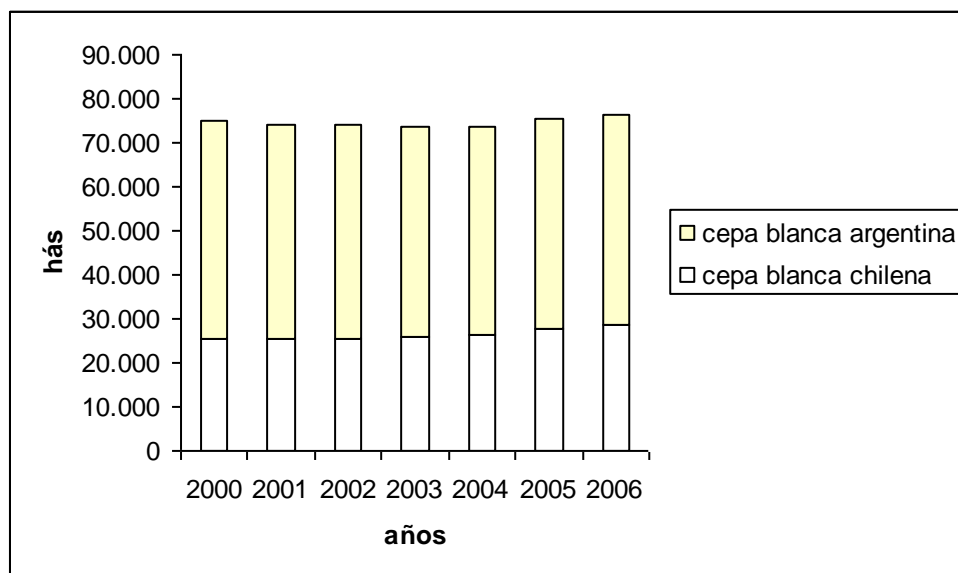


Figura 17: Análisis comparativo superficie plantada con cepas blancas de Chile y Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007) y SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

### Producción de vino

Con respecto a la producción de vino argentino producido en el período 2000 a 2007, se observa una disminución sustancial en la cantidad de vino, alcanzando una disminución del 11% de la cantidad producida el año 2007 respecto al 2000. El punto de inflexión máximo de esta disminución se produce en el Año 2004 respecto al 2003, donde alcanza un 10%. Esto se evidencia en el apéndice XIII y la figura 18.

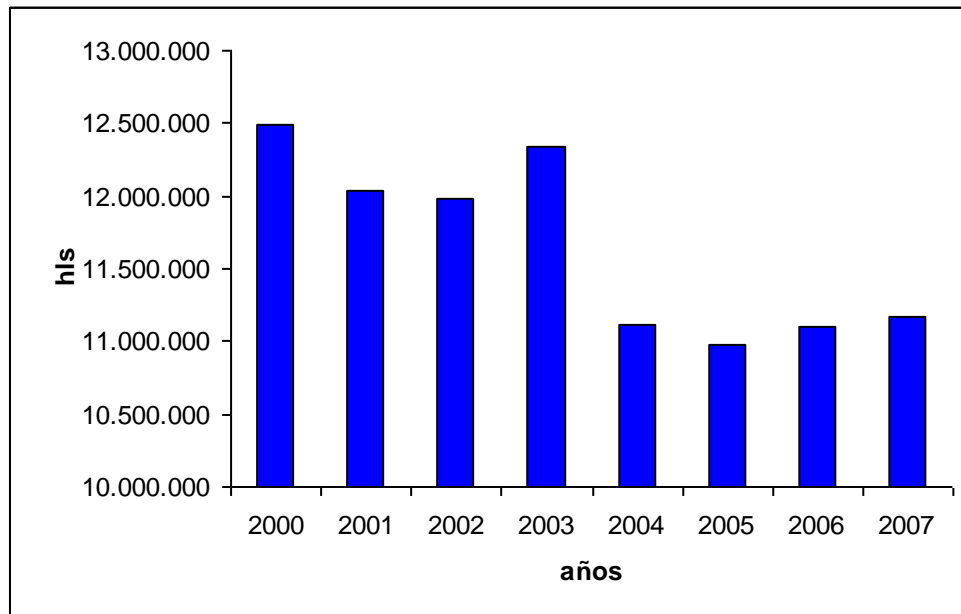


Figura 18: Producción de vino argentino en hectólitros.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

Si observamos la cantidad de vino chileno producido en el período 2000 a 2007, se observa un aumento de vino, alcanzando un 27% de la cantidad producida el año 2007 respecto al 2000. Tanto el año 2003, como el 2005 contribuyeron a que este aumento se presentara a fines del 2007, alcanzando aumentos del 22 y 23% respecto a los años 2002, como 2004. Apéndice XIV y figura 19.

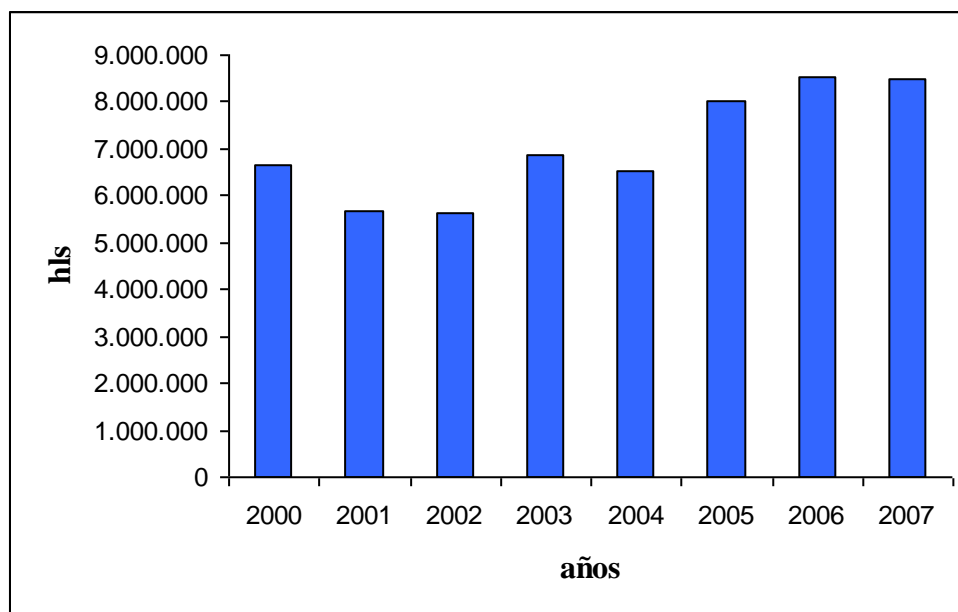


Figura 19: Producción de vino chileno en hectólitos.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008).

Al efectuar un análisis comparativo entre la cantidad producida de vino en hectólitos de Chile respecto a Argentina, podemos concluir, que Chile en el año 2000, producía un 53% de lo que producía Argentina el mismo año, al año 2007 este porcentaje aumenta a 76% respecto a Argentina. Esto se observa en los cuadros XIII y XIV y la figura 20.

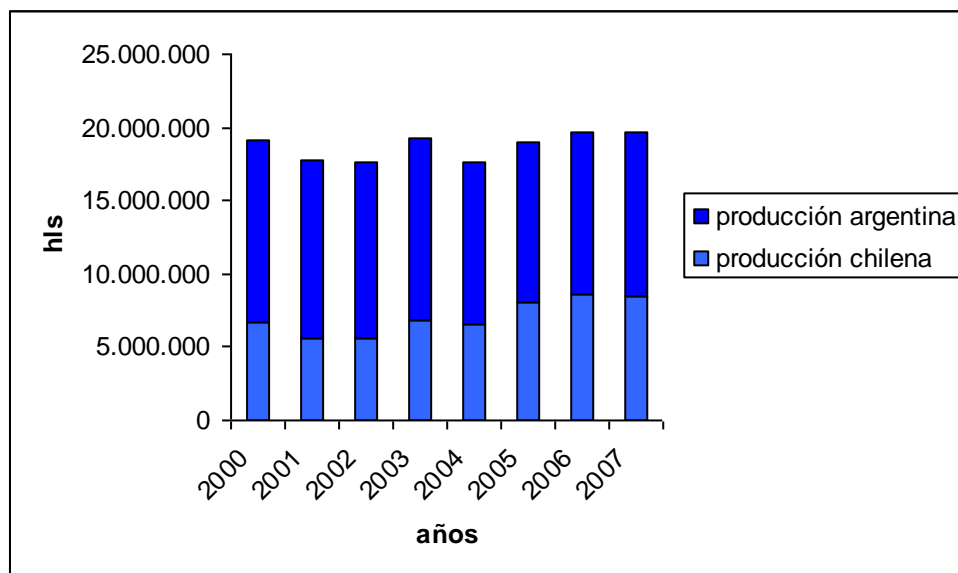


Figura 20: Análisis comparativo producción de vino chilena y argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008 y Costa, V (2004 y 2008).

### Consumo nacional de vino

La evolución del consumo argentino de vino per cápita durante el período 2000 a 2007, demuestra que hubo una disminución del orden del 23% del consumo de vino Argentino por habitante. En promedio el vino Argentino disminuyó un 4% año a año. Esto se aprecia en el apéndice XV y la figura 21.

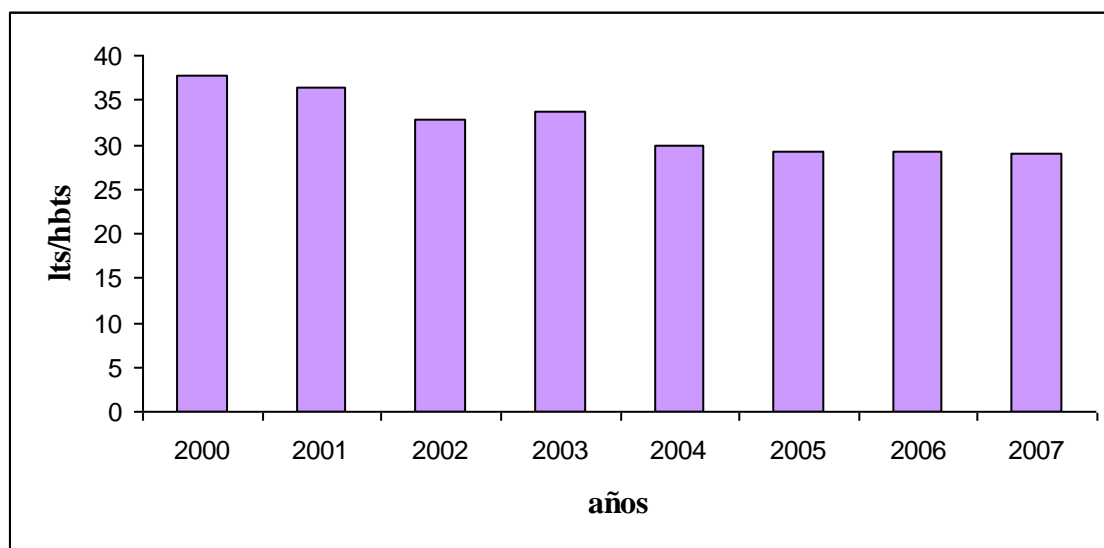


Figura 21: Consumo de vino argentino por habitante.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

Al ver el consumo chileno de vino per cápita durante el período 2000 a 2007, se observa un aumento del orden del 20% del consumo de vino Chileno por habitante. En promedio el vino Chileno aumentó un 3% año a año. Apéndice XVI y figura 22.

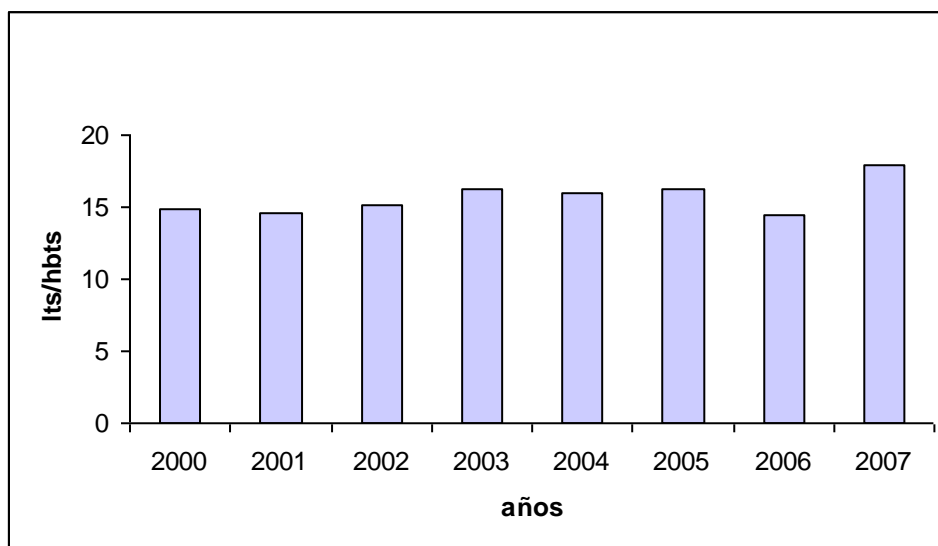


Figura 22: Consumo de vino chileno por habitante.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008).

Al efectuar un análisis comparativo entre el consumo de vino en litros por habitante de Chile respecto a Argentina, podemos concluir, que Chile en el año 2000, consumía un 39% de lo que consumía Argentina el mismo año, al año 2007 este porcentaje aumenta a 62% respecto a Argentina. Apéndices XV y XVI y la figura 23.

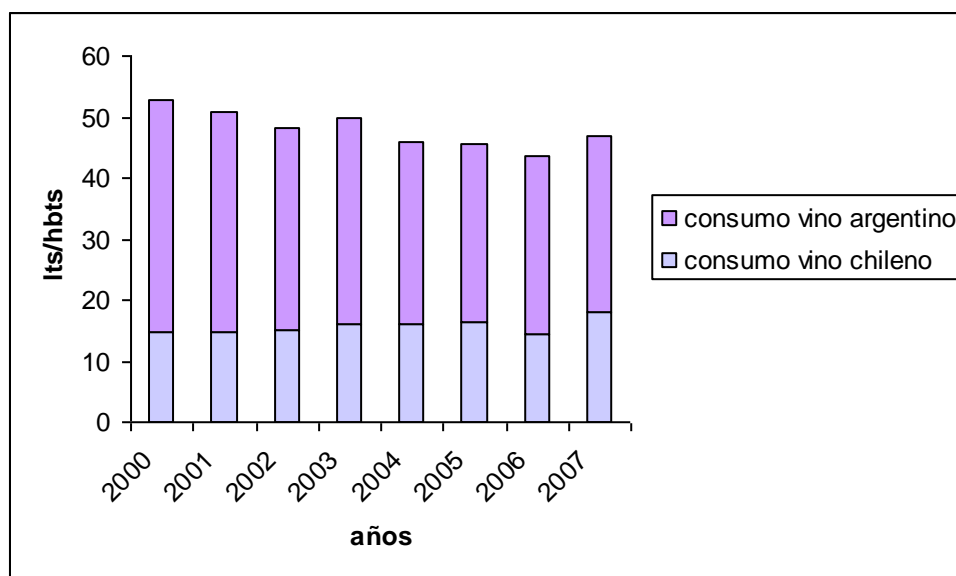


Figura 23: Análisis comparativo del consumo aparente de vino (litro por habitante) de Chile y Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008 y Costa, V (2004 y 2008).

## Exportación de vino

### Exportación de vino en términos de volumen

Al indagar sobre la exportación de vino argentino en términos de volumen, se tiene, que durante el período 2000 a 2007, se observa un gran aumento del orden 327% de la exportación de vino Argentino en hectolitros. En promedio el vino Argentino aumentó 25% año a año. Interesante es observar el punto de inflexión desde el año 2003 al 2004, donde se produce una disminución de un 16%. De no haber ocurrido esta disminución el aumento producido sería aún mayor. Esto se evidencia en el apéndice XVII y la figura 24.

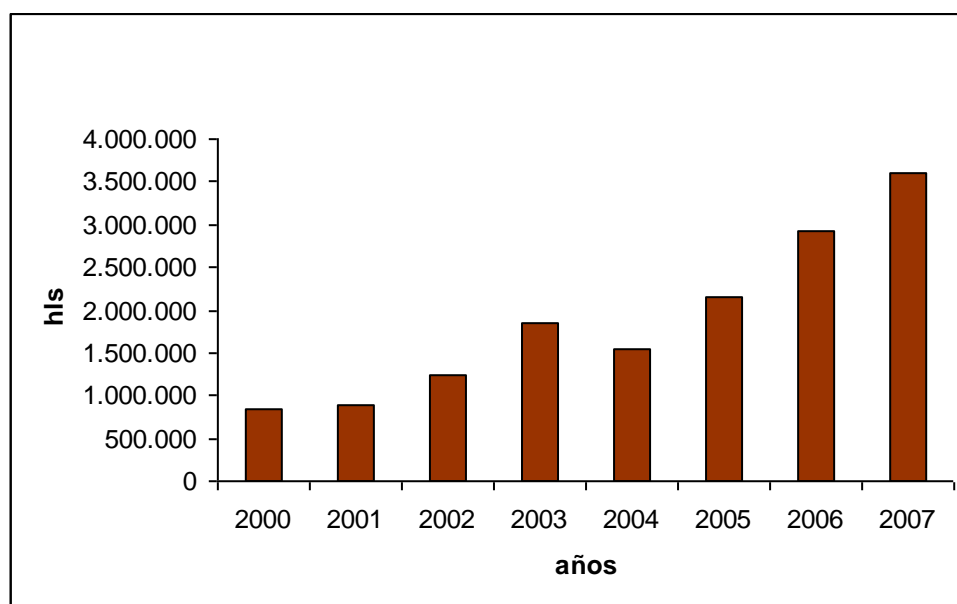


Figura 24: Evolución de la exportación de vino argentino en hectólitos.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

En el ámbito de exportación de vino chileno, en términos de volumen; en el período 2000 a 2007, se observa un aumento del orden del 130% de la exportación de vino chileno en hectolitros. En promedio el vino chileno aumentó 13% año a año. La única disminución observada es la producida del año 2004 al 2005 de un 9%. De no haber ocurrido esta disminución el aumento producido sería aún mayor. Ver apéndice XVIII y la figura 25.

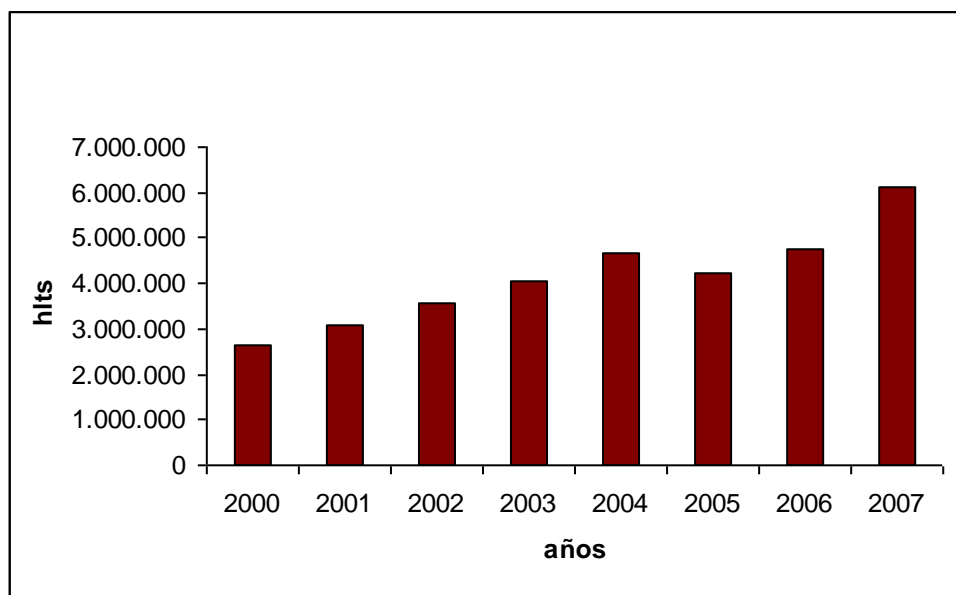


Figura 25: Evolución de la exportación de vino chileno en hectólitros.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008).

Al realizar un análisis comparativo entre la exportación en hectólitros de vino de Chile respecto a Argentina, podemos concluir, que la exportación de Argentina en el año 2000 representaba un 31,8% de la exportación chilena, este porcentaje aumenta a 58,9%, lo que implica que aún cuando la exportación de Chile ha aumentado, la de Argentina tiene la misma tendencia pero en una mayor proporción. Apéndices XVII y XVIII y la figura 26.

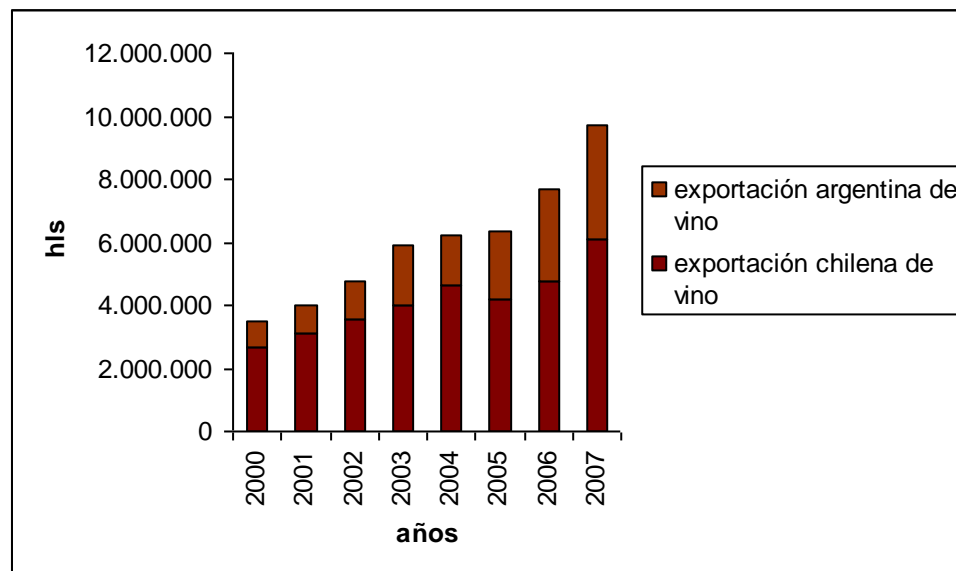


Figura 26: Análisis comparativo exportación en hectólitros Chile y Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008 y Costa, V (2004 y 2008).



### Exportación de vino en términos económicos

En el ámbito de exportación de vino argentino, en términos económicos; en el período 2000 a 2007, se observa un aumento del orden 220% de la exportación de vino Argentino en dólares. En promedio el vino Argentino aumentó 19% año a año. Apéndice XIX y figura 27.

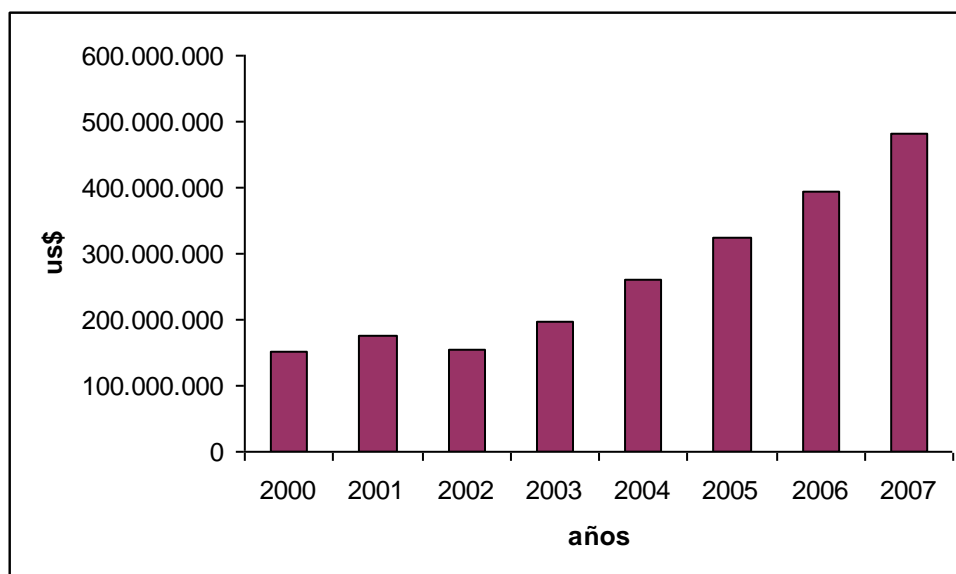


Figura 27: Evolución de la exportación de vino argentino en dólares.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

Al indagar sobre la exportación de vino chileno en términos económicos, se tiene, que durante el período 2000 a 2007, se observa un aumento del orden 81% de la exportación de vino Chileno en dólares. En promedio el vino Chileno aumentó 9% año a año, siendo 2004 y 2007 los años con mayores ingresos. Esto se ve en el apéndice XX y la figura 28.

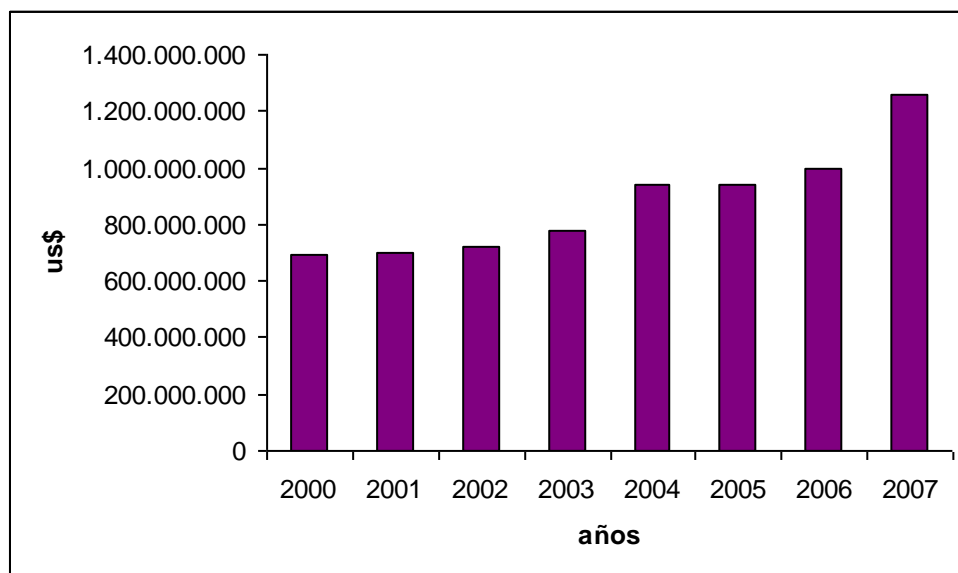


Figura 28: Evolución de la exportación de vino chileno en dólares.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas de Vinos de Chile, 2007.

Al efectuar un análisis comparativo entre la exportación en dólares de vino de Chile respecto a Argentina, podemos concluir, que la exportación de Argentina en el año 2000 representaba un 22% de la exportación chilena, este porcentaje aumenta a 38% en el año 2007, lo que implica que aún cuando la exportación de Chile ha aumentado, la de Argentina tiene la misma tendencia pero en una mayor proporción. Ver apéndices XIX y XX y figura 29.

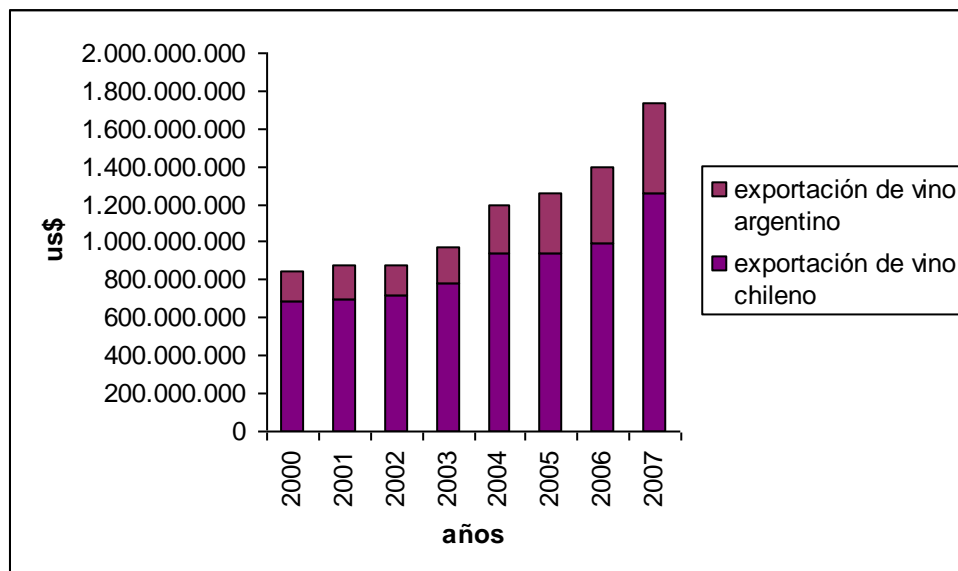


Figura 29: Análisis comparativo exportación en dólares Chile y Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008 y Vinos de Chile, 2007.

### Valor unitario del vino

Al estudiar el comportamiento del valor unitario de vino argentino durante el período 2000 a 2007, se observa que, no hubo variación del valor unitario de vino Argentino en dólares. Apéndice XXI y figura 30.

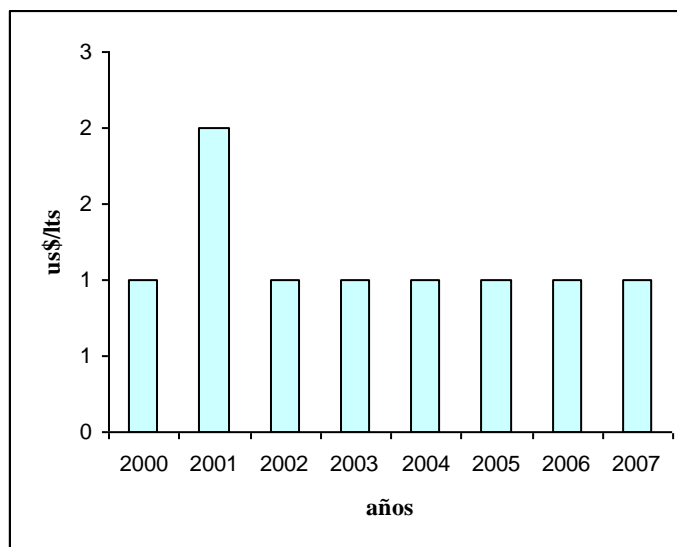


Figura 30: Evolución del valor unitario del vino argentino en precio FOB (US\$) por litro exportado.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

Si vemos la evolución del valor unitario de vino chileno, se tiene, que en el período 2000 a 2007, se observa una disminución del orden del 19% del valor unitario de vino chileno en dólares. En promedio el valor unitario de vino chileno disminuyó 3% año a año. Cabe destacar que el valor promedio de cada año está influenciado en forma importante por el mix de venta que componen las exportaciones de cada período. Observar apéndice XXII y figura 31.

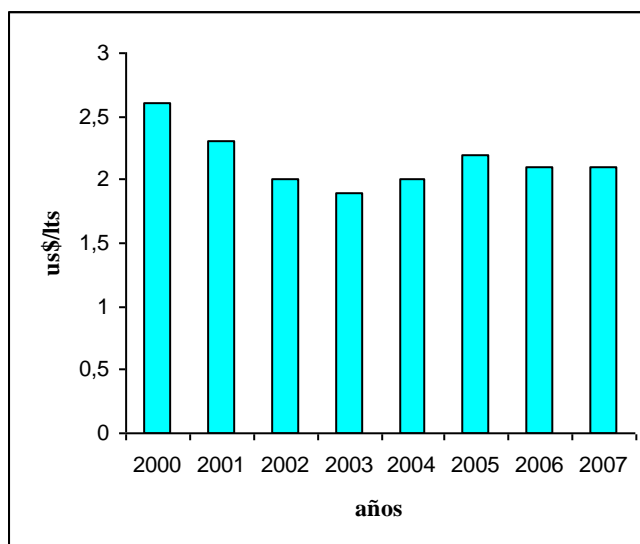


Figura 31: Evolución del precio promedio del vino chileno en precio FOB (US\$) por litro exportado.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004-2008) y Vinos de Chile, 2007.

Si comparamos el valor unitario del vino, podremos observar que el año 2000, el valor unitario de vino argentino representaba un 38,4% del valor unitario de vino chileno. El año 2007, el valor unitario de vino argentino representa un 47,6% del valor unitario de vino chileno; esto se explica por una disminución en el valor unitario de vino chileno durante este período. Ver apéndices XXI y XXII y figura 32.

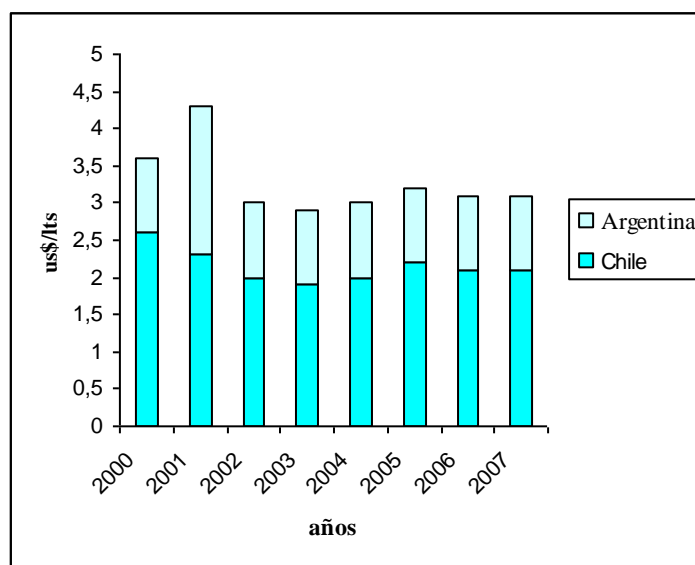


Figura 32: Análisis comparativo valor unitario de vino de Chile y Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008 ; Costa, V (2004 y 2008) y Vinos de Chile, 2007.

### Importación de vinos

Argentina, a diferencia de Chile, importa vino. Al estimar la importación de vino que hizo Argentina durante el período 2000 a 2007, se observa una disminución del orden del 94%. En promedio la importación disminuyó un 19,5% año a año. Analizar apéndice XXIII y figura 33.

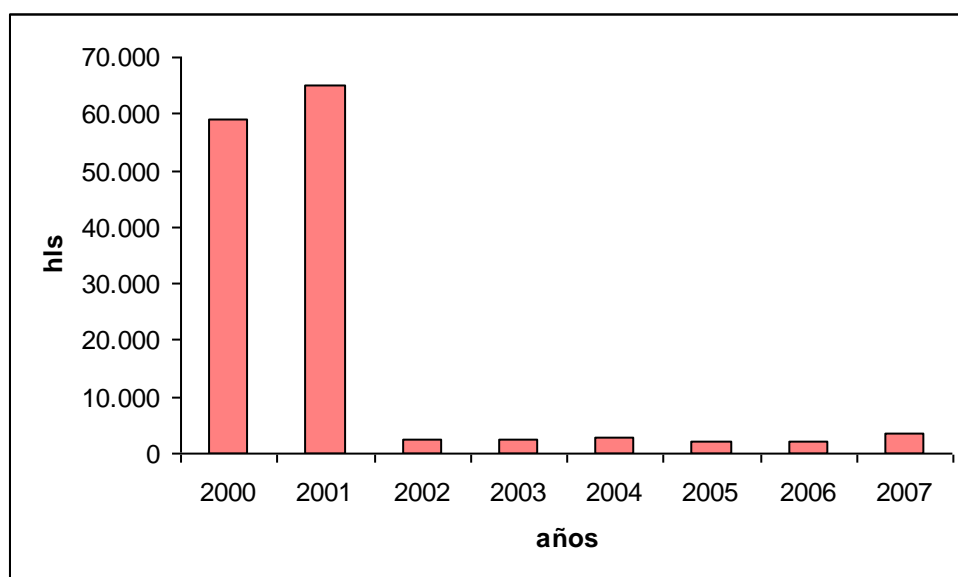


Figura 33: Evolución de la importación de vinos en Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

### Cantidad de bodegas

Al estimar la cantidad de bodegas que existe en Argentina, podemos observar que estas han aumentado alrededor de un 5,7% desde el año 2000 al 2007. El incremento fue en promedio de un 0,8% de año en año. Ver apéndice XXIV y figura 34.

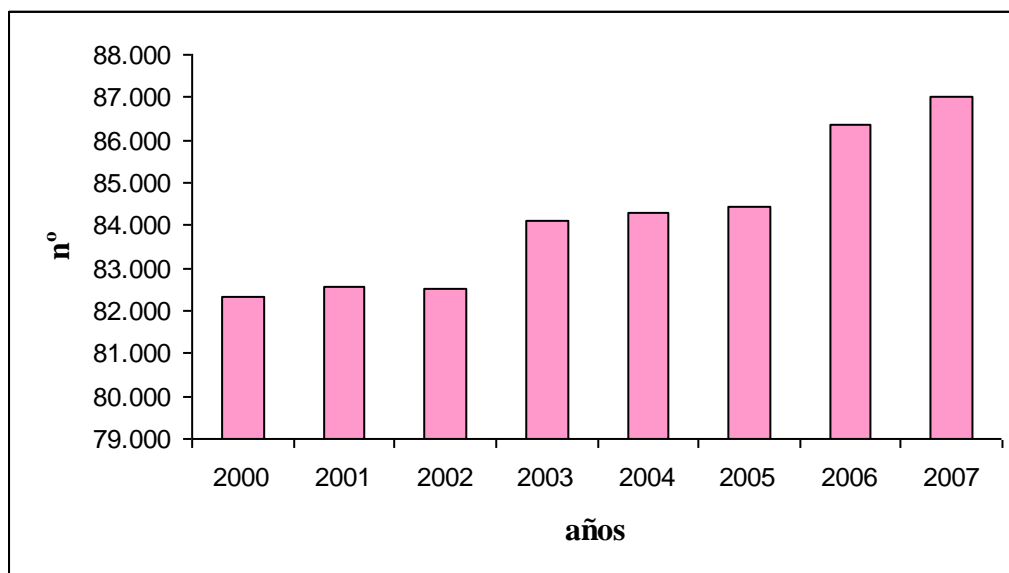


Figura 34: Evolución de la cantidad de bodegas argentinas.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

En el caso de la cantidad de bodegas chilenas no se evaluó el período 2000-2007. Sólo se menciona una cifra, que corresponde al año 2003; del período antes mencionado, no existen registros.

Según la CCV, el año 2003 en Chile, hay un total de 451 bodegas. Al realizar una comparación entre el número de bodegas chilenas y argentinas, se tiene que el número de bodegas chilenas el año 2003, representa un 0,54% del número de bodegas argentinas existentes el mismo año. Ver apéndice XXIV y figura 35.

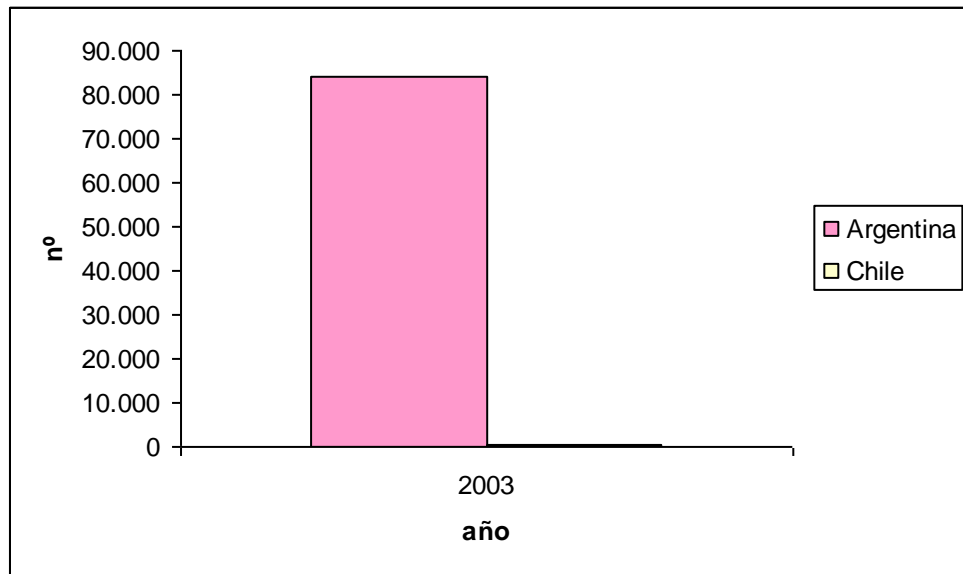


Figura 35: Número de bodegas chilenas con respecto al número de bodegas argentinas, año 2003.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas del INV, 2008 y CCV, 2004

## **Determinación de la proyección de la industria vitivinícola chilena y argentina.**

### **Encuestas**

#### **Caracterización de las empresas encuestadas**

En este apartado se analizarán aspectos de las empresas encuestadas. Ver cuadro 3 y apéndice XXVI y XXVII.

Dentro de las empresas encuestadas se determinó que el 100% de las viñas argentinas y el 90% de las viñas chilenas producían entre 1 y 60.000.000 de litros de vino, correspondiendo al 95% del total de las empresas.

La producción de vino destinada a la exportación, por su parte, señaló que el 100% de las viñas argentinas y el 90% de las viñas chilenas exportaban entre 0 y 60.000.000 de litros de vino, correspondiendo al 95% del total de la muestra.

Con respecto, a la antigüedad de la viña, el 70% de las viñas argentinas y el 60% de las viñas chilenas tenían entre 10 y 50 años, representando al 65% del universo de datos.

Al comparar la cantidad de años exportando, se puede indicar que el 90% de las empresas argentinas y el 100% de las empresas chilenas llevan entre 0 y 20 años exportando, representando al 95% del total de las empresas.

Si se compara el N° de variedades producidas se observa que el 50% de las empresas argentinas producen entre 9 y 12 variedades y si se compara hay un 30% de empresas chilenas produciendo tal cantidad, representando un 40% del total de las empresas.

Al estimar el N° de variedades de vino mas exportada, el 70% de las viñas argentinas y el 100% de las chilenas, poseen entre 0 y 1 variedad de vino para exportar. Representando el 85% del total de las empresas. Malbec, representa la cepa mayoritaria en el caso argentino y Cabernet sauvignon en el caso chileno.



Cuadro 3: Características de la muestra

Datos comerciales	Viñas argentinas	Viñas chilenas	Total
<b>Producción de vino (L)</b>			
Entre 1 y 60.000.000	100	90	95
Mas de 60.000.001	0	10	5
<b>Producción de vino destinada a la exportación(L)</b>			
Entre 0 y 60.000.000	100	90	95
Mas de 60.000.001	0	10	5
<b>Antigüedad de la viña (años)</b>			
Entre 10 y 50	70	60	65
Entre 51 y 100	10	20	15
Mas de 101	20	20	20
<b>Nº de años exportando</b>			
Entre 0 y 20	90	100	95
Mas de 20	10	0	5
<b>Nº de variedades producidas</b>			
Entre 0 y 4	30	0	15
Entre 5 y 8	20	40	30
Entre 9 y 12	50	30	40
Mas de 12	0	30	15
<b>Nº de variedades de vino mas exportadas</b>			
Entre 0 y 1	70	100	85
Mas de 1	30	0	15

Fuente: Elaboración propia

### **Valoración de los enunciados propuestos en la encuesta por parte de los agentes elaboradores de vino.**

En este apartado se evaluó la percepción del entorno vitivinícola que poseen los entrevistados (enólogos y presidentes de viñas) frente a afirmaciones positivas y negativas relacionadas con la industria vitivinícola.

### **Valoración de los enunciados por parte de la industria vitivinícola**

#### **Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de acuerdo.**

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de acuerdo* (3,5 a 5) del universo de datos se presenta en el cuadro 4.

Sintetizando la información, tanto, los agentes vitivinícolas chilenos como argentinos valoraron positivamente las afirmaciones que resaltan que la industria vitivinícola seguirá creciendo. Según esto existe conciencia que en ambos países existe una estrategia vitivinícola clara, así como también que seguirá aumentando el n° de hectáreas destinadas a vid vinífera, el n° de bodegas, y que las ya existentes poseen una adecuada infraestructura y equipamiento. En ambos países se trabaja con levaduras seleccionadas y con una adecuada higiene y se legisla sobre los riles (ver anexos XIV y XV). Coinciden en que la innovación, capacitación y buena calificación de todos los agentes hacedores de vino han mejorado la eficiencia productiva. Se menciona que se utiliza viticultura de precisión, que se planta según el terroir y que estas variedades están en concordancia con la demanda externa. Que por el clima se generan pocas plagas y enfermedades. Y que hay una adecuada zonificación vitícola que va de acuerdo a la geografía-país. Y están de acuerdo que la hermosura de las bodegas favorece el Enoturismo.

Con respecto a la exportación se desprende que seguirá aumentando, que los tratados comerciales, aumentarán la demanda de vino en el exterior. Que en el exterior es clave una buena imagen país y que las estrategias de marketing son indispensables para aumentar la demanda interna y externa por vino. Que la tradición vitivinícola y una correcta política aumentan el flujo de capitales extranjeros. Que los vinos tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su calidad, por su precio, por su relación precio-calidad, que existen vinos innovadores que ocupan nichos específicos de mercado y que los vinos varietales y con denominación de origen han generado una buena comercialización en el extranjero.

Para favorecer la exportación, todos los agentes de la cadena del vino deben articularse y asociarse. Se piensa que los costos de insumos vitivinícolas seguirán creciendo, así como también que los costos de embotellación y embalaje de vino, son altos pudiendo frenar la exportación.

Cuadro 4: Nivel de acuerdo del universo de datos

Afirmaciones del universo de datos	Media	Desv. Típ.
La industria vitivinícola aumentará significativamente sus exportaciones en los próximos 2 años	4,9	0,4
Los diversos tratados comerciales firmados por el país contribuirán a ampliar la demanda de vinos en el mercado externo	4,7	0,6
La demanda de vino en el mercado interno aumentará en los próximos años	4,7	0,7
El N° de hectáreas plantadas con vid vinífera seguirá en aumento en los próximos años	4,7	0,7
El N° de bodegas seguirá en aumento en los próximos años	4,5	0,6
En el país existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años competitivamente los mercados internacionales	4,5	0,8
A nivel de valles existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años	4,5	1,1
La asociatividad para enfrentar los mercados internacionales es fundamental.	4,5	1,0
Es necesario la articulación de los diferentes agentes que participan de la cadena vitivinícola (proveedores de servicios e insumos, proveedores de uva, elaboradores de vino, investigadores, instituciones de fomento, entre otros), para enfrentar competitivamente los mercados internacionales	4,4	1,1

(continúa)

Cuadro 4 (continuación): Nivel de acuerdo del universo de datos

Afirmaciones del universo de datos	Media	Desv. Típ.
El desarrollo de la capacidad tecnológica en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional	4,3	0,9
La capacidad de innovación en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional	4,3	1,0
En el país se realizan estudios de mercado que analizan continuamente el comportamiento del consumidor del mercado objetivo	4,3	0,8
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área vitícola	4,3	0,8
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área enológica	4,2	0,9
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área del comercio vitivinícola	4,2	0,7
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área de marketing vitivinícola	4,2	0,8
En general, la mayoría de las viñas han mejorado sus niveles de eficiencia productiva	4,1	0,6
El marketing vitivinícola es una excelente herramienta para mejorar la competitividad de la industria en el exterior	4,1	0,9
Existe una correcta asociación entre la geografía del país y la zonificación vitícola	4,1	1,0
La hermosura de las bodegas hace posible el desarrollo del Enoturismo	4,1	0,9
El terroir es una variable importante a la hora de decidir que cepa se planta en un determinado lugar	4,0	1,2
Las variedades o cepas de uva vinífera producidas en el país, están en concordancia con las variedades de vino exigidas en los mercados internacionales	4,0	0,8
En el país, se utiliza viticultura de precisión	4,0	0,9
A nivel de productor, la parra de vid vinífera se mantiene en déficit hídrico para disminuir su rendimiento	3,9	1,0
El país es privilegiado, ya que gracias al clima hay pocas plagas y enfermedades que controlar a lo largo del ciclo de la vid, lo que abarata los costos de producción	3,9	0,9
El alto costo de insumos a nivel de campo crecerá en los próximos años	3,9	1,0
El nivel de calificación de los operarios es competitivo	3,9	0,9
El nivel de calificación de técnicos y profesionales es competitivo	3,8	1,4
En el país se ocupan mayoritariamente levaduras seleccionadas para evitar las desviaciones organolépticas indeseadas	3,8	1,0
En el país, en general existe una buena infraestructura y equipamiento para la elaboración del vino de calidad	3,8	1,2
Existe una adecuada trazabilidad y aseguramiento de la calidad en bodega	3,8	1,0
La higiene en cada uno de los procesos de elaboración de vino es relevante para acceder a mercados internacionales exigentes	3,7	1,0
En el país, se legisla acerca del tema de la eliminación de los residuos líquidos industriales derivados de la actividad vitivinícola	3,7	1,2
La imagen país juega un rol preponderante en el proceso exportador de vino	3,7	1,3
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen política positiva del país	3,6	1,3
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen vitivinícola del país	3,6	1,2
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por sus bajos precios	3,6	1,1
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su calidad	3,6	1,1
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su relación precio-calidad	3,6	0,8
La creación de vinos innovadores (ocupan nichos específicos de mercado) han tenido buena aceptabilidad en el extranjero	3,6	1,3
Las denominaciones de origen son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	3,6	1,2
Los vinos varietales son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	3,5	0,8
Los altos costos de embotellación y embalaje de vino son una limitante para su exportación	3,5	1,1

Fuente: Elaboración propia

### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de indiferencia.

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de indiferencia* (3,4 a 2,5) del universo de datos se presentan en el cuadro 5.

Para resumir aquí, se mencionan sentencias que tienen relación con los costos de producción, por ejemplo: que la asociatividad genera mayores volúmenes de exportación, que una viña con poco volumen no puede exportar; del grado de información de los elaboradores del precio de los insumos, que el alto costo de los insumos enológicos se debe a la poca cantidad de proveedores existentes, que los productores de vino han debido integrarse hacia atrás para disminuir sus costos. Así como también sentencias que hablan de la agresividad de los competidores en el mercado interno; sentencias que hablan que ha cambiado la preferencia de los consumidores locales privilegiando calidad ante precio; enunciados que mencionan que la comercialización mayoritaria en el mercado externo, se realiza, a través de supermercados y sentencias que mencionan que la calidad del producto final se debe al uso de buenas prácticas agrícolas en el viñedo. Todas estas frases generaron dudas en los entrevistados, algunos las apoyaron, otros no.

Cuadro 5: Nivel de indiferencia del universo de datos

Nivel de indiferencia del universo de datos	Media	Desv. Típ.
La asociatividad lograda por las empresas vitivinícolas ha sido indispensable para generar mayores volúmenes exportables	3,3	1,1
Un volumen pequeño de producción de vino no permite no permite desarrollar el proceso exportador	3,3	1,0
El uso de buenas prácticas agrícolas en el viñedo contribuye a la calidad del producto final.	3,3	1,4
En el extranjero la mayoría de los vinos se vende en supermercados	3,1	1,2
En el mercado local, el consumidor a comenzado a privilegiar la calidad más que precio	3,0	1,3
El grado de competencia de las bodegas en el mercado interno es muy alto	3,0	1,4
La existencia de pocos proveedores de insumos enológicos encarece los costos de elaboración de vinos	3,0	1,1
Los elaboradores de vino están bien informados acerca de los precios de los insumos ofrecidos por los proveedores	2,9	1,2
Los elaboradores de vino han debido transformarse en productores de uva con el fin de disminuir sus costos	2,9	1,1
Las rutas del vino han contribuido notablemente a mejorar la imagen de los vinos en el exterior	2,8	1,5

Fuente: Elaboración propia

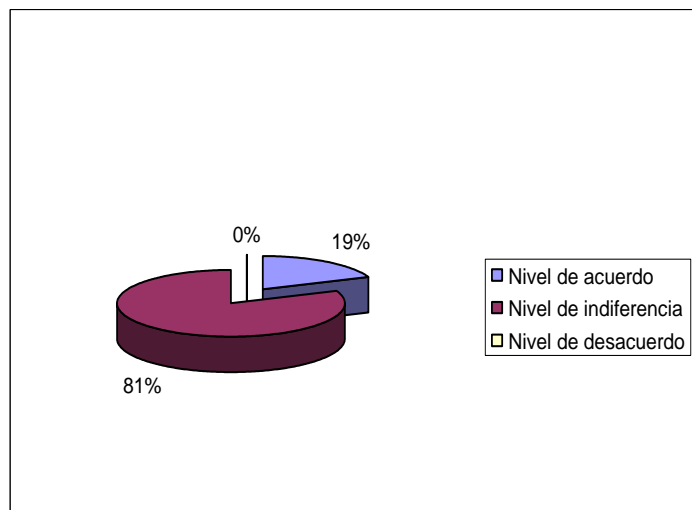


Figura 36: Composición porcentual de las afirmaciones del universo de datos.

Fuente: Elaboración propia, en base a datos aportados por los encuestados

### Valoración de los enunciados por parte de la industria argentina

#### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de acuerdo.

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de acuerdo* (3,5 a 5) de las encuestas aplicadas a viñas argentinas, se presentan en el cuadro 6.

Cuadro 6: Nivel de acuerdo de viñas argentinas

Afirmaciones de agentes argentinos	Media	Desv. Típ.
La industria vitivinícola aumentará significativamente sus exportaciones en los próximos 2 años	4,8	0,4
Los diversos tratados comerciales firmados por el país contribuirán a ampliar la demanda de vinos en el mercado externo	4,8	0,4
La demanda de vino en el mercado interno aumentará en los próximos años	4,5	1,0
El N° de hectáreas plantadas con vid vinífera seguirá en aumento en los próximos años	4,5	1,0
El N° de bodegas seguirá en aumento en los próximos años	4,4	0,8
En el país existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años competitivamente los mercados internacionales	4,4	0,8
A nivel de valles existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años	4,4	0,7
La asociatividad para enfrentar los mercados internacionales es fundamental.	4,3	0,9
Es necesario la articulación de los diferentes agentes que participan de la cadena vitivinícola (proveedores de servicios e insumos, proveedores de uva, elaboradores de vino, investigadores, instituciones de fomento, entre otros), para enfrentar competitivamente los mercados internacionales	4,3	0,7
El desarrollo de la capacidad tecnológica en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional	4,3	1,1
La capacidad de innovación en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional	4,2	1,0
En el país se realizan estudios de mercado que analizan continuamente el comportamiento del consumidor del mercado objetivo	4,2	1,0

Continúa

Cuadro 6 (continuación): Nivel de acuerdo de viñas argentinas

Afirmaciones de agentes argentinos	Media	Desv. Típ.
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área vitícola	4,2	0,6
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área enológica	4,2	0,8
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área del comercio vitivinícola	4,2	1,0
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área de marketing vitivinícola	4,2	0,9
En general, la mayoría de las viñas han mejorado sus niveles de eficiencia productiva	4,2	0,8
El marketing vitivinícola es una excelente herramienta para mejorar la competitividad de la industria en el exterior	4,1	0,6
Existe una correcta asociación entre la geografía del país y la zonificación vitícola	4,0	0,7
La hermosura de las bodegas hace posible el desarrollo del Enoturismo	4,0	0,9
El terroir es una variable importante a la hora de decidir que cepa se planta en un determinado lugar	4,0	0,7
Las variedades o cepas de uva vinífera producidas en el país, están en concordancia con las variedades de vino exigidas en los mercados internacionales	4,0	0,8
En el país, se utiliza viticultura de precisión	3,9	0,9
A nivel de productor, la parra de vid vinífera se mantiene en déficit hídrico para disminuir su rendimiento	3,9	1,4
El país es privilegiado, ya que gracias al clima hay pocas plagas y enfermedades que controlar a lo largo del ciclo de la vid, lo que abarata los costos de producción	3,9	1,0
El alto costo de insumos a nivel de campo crecerá en los próximos años	3,8	1,1
El nivel de calificación de los operarios es competitivo	3,8	0,9
El nivel de calificación de técnicos y profesionales es competitivo	3,7	0,9
En el país se ocupan mayoritariamente levaduras seleccionadas para evitar las desviaciones organolépticas indeseadas	3,7	0,8
En el país, en general existe una buena infraestructura y equipamiento para la elaboración del vino de calidad	3,7	0,7
Existe una adecuada trazabilidad y aseguramiento de la calidad en bodega	3,7	1,3
La higiene en cada uno de los procesos de elaboración de vino es relevante para acceder a mercados internacionales exigentes	3,6	1,2
En el país, se legisla acerca del tema de la eliminación de los residuos líquidos industriales derivados de la actividad vitivinícola	3,6	0,8
La imagen país juega un rol preponderante en el proceso exportador de vino	3,6	1,4
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen política positiva del país	3,6	1,1
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen vitivinícola del país	3,6	1,4
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por sus bajos precios	3,6	1,2
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su calidad	3,5	1,5
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su relación precio-calidad	3,5	1,0
La creación de vinos innovadores (ocupan nichos específicos de mercado) han tenido buena aceptabilidad en el extranjero	3,5	1,0

Fuente: Elaboración propia

### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de indiferencia.

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de indiferencia* (3,4 a 2,5) de las encuestas aplicadas a viñas argentinas, se presentan en el cuadro 7.

Si se comparan las sentencias agrupadas en el nivel de indiferencia del universo de datos con los agentes argentinos se observa que se agregan 3 sentencias más, 2 de ellas tienen que ver con la forma en que se comercializan los vinos en el exterior. Hay desacuerdo en que las denominaciones de origen y que los vinos varietales se venden más fácilmente en el extranjero. Así como también hay desacuerdo en una sentencia relacionada con costos y es

que los costos de embotellación y embalaje frenan la exportación. Además se vé que falta la última sentencia porque cae en el nivel de desacuerdo.

Cuadro 7: Nivel de indiferencia de viñas argentinas

Nivel de indiferencia de los agentes argentinos	Media	Desv.Típ.
Las denominaciones de origen son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	3,4	1,6
Los vinos varietales son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	3,4	1,2
Los altos costos de embotellación y embalaje de vino son una limitante para su exportación	3,4	1,2
La asociatividad lograda por las empresas vitivinícolas ha sido indispensable para generar mayores volúmenes exportables	3,3	1,2
Un volumen pequeño de producción de vino no permite desarrollar el proceso exportador	3,3	1,3
El uso de buenas prácticas agrícolas en el viñedo contribuye a la calidad del producto final.	3,2	1,1
En el extranjero la mayoría de los vinos se vende en supermercados	3,2	1,1
En el mercado local, el consumidor a comenzado a privilegiar la calidad más que precio	3,1	1,4
El grado de competencia de las bodegas en el mercado interno es muy alto	3,1	1,6
La existencia de pocos proveedores de insumos enológicos encarece los costos de elaboración de vinos	2,9	1,6
Los elaboradores de vino están bien informados acerca de los precios de insumos ofrecidos por los proveedores	2,8	1,1
Los elaboradores de vino han debido transformarse en productores de uva con el fin de disminuir sus costos	2,8	0,9

Fuente: Elaboración propia

### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de desacuerdo.

La afirmación que cae en el *nivel de rechazo* (2,4 a 1) de las encuestas aplicadas a viñas argentinas se presenta en el cuadro 8.

Los agentes argentinos piensan que las rutas del vino no mejoran la imagen del vino en el exterior.

Cuadro 8: Nivel de desacuerdo de viñas argentinas

Negaciones de los agentes argentinos	Media	Desv.Típ.
Las rutas del vino han contribuido notablemente a mejorar la imagen de los vinos en el exterior	2,4	1,1

Fuente: Elaboración propia

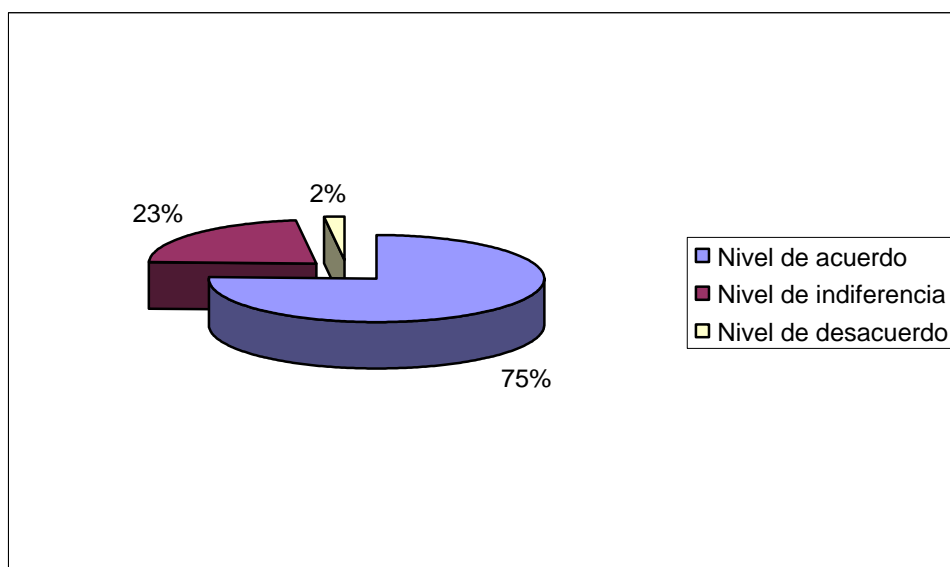


Figura 37: Composición porcentual de las afirmaciones de encuestados argentinos.  
Fuente: Elaboración propia, en base a datos aportados por los encuestados.

### Valoración de los enunciados por parte de la industria chilena.

#### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de acuerdo.

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de acuerdo* (3,5 a 5) de las encuestas aplicadas a viñas chilenas, se presentan en el cuadro 9.

Cuadro 9: Nivel de acuerdo de las viñas chilenas

Afirmaciones de agentes argentinos	Media	Desv. Típ.
La industria vitivinícola aumentará significativamente sus exportaciones en los próximos 2 años	4,9	0,3
Los diversos tratados comerciales firmados por el país contribuirán a ampliar la demanda de vinos en el mercado externo	4,9	0,3
La demanda de vino en el mercado interno aumentará en los próximos años	4,9	0,3
El N° de hectáreas plantadas con vid vinífera seguirá en aumento en los próximos años	4,9	0,3
El N° de bodegas seguirá en aumento en los próximos años	4,8	0,4
En el país existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años competitivamente los mercados internacionales	4,7	0,5
A nivel de valles existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años	4,6	0,7
La asociatividad para enfrentar los mercados internacionales es fundamental.	4,6	1,0
Es necesario la articulación de los diferentes agentes que participan de la cadena vitivinícola (proveedores de servicios e insumos, proveedores de uva, elaboradores de vino, investigadores, instituciones de fomento, entre otros), para enfrentar competitivamente los mercados internacionales	4,4	0,8
El desarrollo de la capacidad tecnológica en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional	4,4	1,3
La capacidad de innovación en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional	4,3	0,9

(continúa)



Cuadro 9 (continuación): Nivel de acuerdo de las viñas chilenas

Afirmaciones de agentes argentinos	Media	Desv. Típ.
En el país se realizan estudios de mercado que analizan continuamente el comportamiento del consumidor del mercado objetivo	4,3	0,9
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área vitícola	4,3	0,5
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área enológica	4,2	0,9
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área del comercio vitivinícola	4,2	0,6
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área de marketing vitivinícola	4,2	1,3
En general, la mayoría de las viñas han mejorado sus niveles de eficiencia productiva	4,2	0,9
El marketing vitivinícola es una excelente herramienta para mejorar la competitividad de la industria en el exterior	4,2	0,4
Existe una correcta asociación entre la geografía del país y la zonificación vitícola	4,2	0,8
La hermosura de las bodegas hace posible el desarrollo del Enoturismo	4,1	1,3
El terroir es una variable importante a la hora de decidir que cepa se planta en un determinado lugar	4,1	0,9
Las variedades o cepas de uva vinífera producidas en el país, están en concordancia con las variedades de vino exigidas en los mercados internacionales	4,1	1,2
En el país, se utiliza viticultura de precisión	4,1	0,7
A nivel de productor, la parra de vid vinífera se mantiene en déficit hídrico para disminuir su rendimiento	4,0	0,9
El país es privilegiado, ya que gracias al clima hay pocas plagas y enfermedades que controlar a lo largo del ciclo de la vid, lo que abarata los costos de producción	4,0	0,8
El alto costo de insumos a nivel de campo crecerá en los próximos años	4,0	0,9
El nivel de calificación de los operarios es competitivo	4,0	0,8
El nivel de calificación de técnicos y profesionales es competitivo	4,0	1,2
En el país se ocupan mayoritariamente levaduras seleccionadas para evitar las desviaciones organolépticas indeseadas	3,9	1,1
En el país, en general existe una buena infraestructura y equipamiento para la elaboración del vino de calidad	3,9	1,1
Existe una adecuada trazabilidad y aseguramiento de la calidad en bodega	3,9	0,9
La higiene en cada uno de los procesos de elaboración de vino es relevante para acceder a mercados internacionales exigentes	3,8	1,0
En el país, se legisla acerca del tema de la eliminación de los residuos líquidos industriales derivados de la actividad vitivinícola	3,8	0,9
La imagen país juega un rol preponderante en el proceso exportador de vino	3,8	0,9
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen política positiva del país	3,7	0,9
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen vitivinícola del país	3,7	1,3
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por sus bajos precios	3,7	1,1
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su relación precio-calidad	3,7	1,3
La creación de vinos innovadores (ocupan nichos específicos de mercado) han tenido buena aceptabilidad en el extranjero	3,6	1,3
Las denominaciones de origen son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	3,5	1,1

Fuente: Elaboración propia

### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de indiferencia.

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de indiferencia* (3,4 a 2,5) de las encuestas aplicadas a viñas chilenas, se presentan en el cuadro 10.

Si se comparan las sentencias agrupadas en el nivel de indiferencia del universo de datos con los agentes chilenos se vé que faltan las 2 últimas sentencias porque caen en el nivel de desacuerdo.

Si se comparan las sentencias agrupadas en el nivel de indiferencia de los agentes argentinos con respecto a los chilenos. Podremos ver que hay 3 sentencias menos en el caso chileno. Las 2 sentencias referidas a la forma de comercialización del vino en el extranjero y la otra sentencia que menciona del costo de los insumos que es que los productores de vino se han debido integrar hacia atrás.

Cuadro 10: Nivel de indiferencia de viñas chilenas

Nivel de indiferencia de los agentes chilenos	Media	Desv. Típ.
Los altos costos de embotellación y embalaje de vino son una limitante para su exportación	3,4	1,0
La asociatividad lograda por las empresas vitivinícolas ha sido indispensable para generar mayores volúmenes exportables	3,3	1,1
Un volumen pequeño de producción de vino no permite desarrollar el proceso exportador	3,3	0,8
El uso de buenas prácticas agrícolas en el viñedo contribuye a la calidad del producto final.	3,2	1,1
En el extranjero la mayoría de los vinos se vende en supermercados	2,9	1,4
En el mercado local, el consumidor ha comenzado a privilegiar la calidad más que precio	2,9	1,3
El grado de competencia de las bodegas en el mercado interno es muy alto	2,8	1,2
La existencia de pocos proveedores de insumos enológicos encarece los costos de elaboración de vinos	2,7	1,5
Los elaboradores de vino están bien informados acerca de los precios de los insumos ofrecidos por los proveedores	2,6	1,2

Fuente: Elaboración propia

#### Valoración de los enunciados que cayeron en el nivel de rechazo.

Las afirmaciones agrupadas en el *nivel de desacuerdo* (2,4 a ) de las encuestas aplicadas a viñas chilenas, se presentan en el cuadro 11.

Al igual que en el caso argentino, los agentes chilenos piensan que el enoturismo no ha mejorado la imagen del vino en el exterior, como tampoco piensan que los productores de vino han debido integrarse hacia atrás para disminuir sus costos.

Cuadro 11: Nivel de desacuerdo de viñas chilenas

Negaciones de los agentes chilenos	Media	Desv. Típ.
Los elaboradores de vino han debido transformarse en productores de uva con el fin de disminuir sus costos	2,4	0,8
Las rutas del vino han contribuido notablemente a mejorar la imagen de los vinos en el exterior	2,3	0,7

Fuente: Elaboración propia

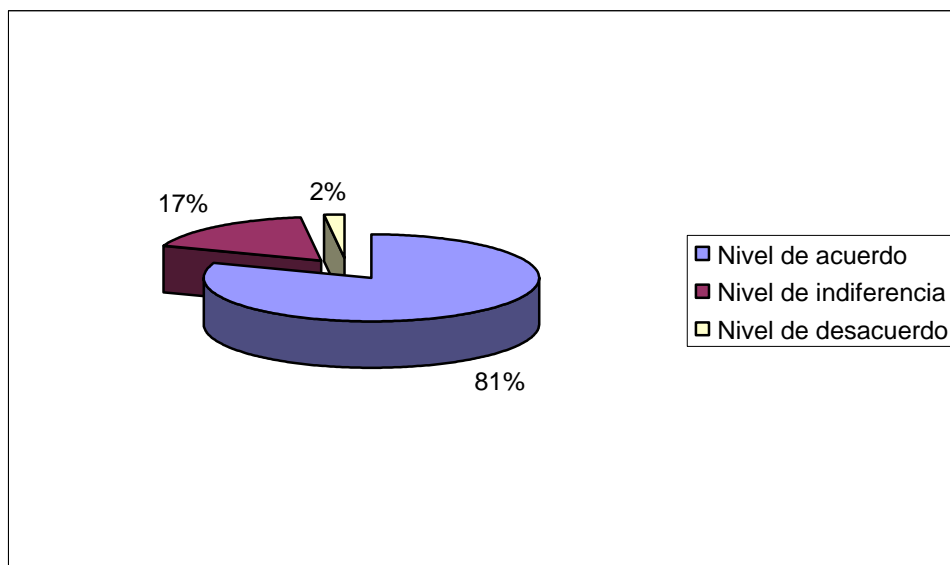


Figura 38: Composición porcentual de las afirmaciones de encuestados chilenos.  
Fuente: Elaboración propia, en base a datos aportados por los encuestados.

#### **Sentencias de la encuesta que presentaron diferencia significativa.**

En este apartado se dará a conocer las sentencias que causaron especial divergencia entre los entrevistados (Ver cuadro 12)

Frente a la sentencia: *“En el país existe adecuada oferta de capacitación en el área de comercio vitivinícola”* un 40% de los entrevistados argentinos mencionaron que estaban parcialmente en acuerdo, mientras que por el contrario, un 50% de los entrevistados chilenos mencionaron que estaban parcialmente en desacuerdo. Con Chi-cuadrado Pearson de 0,026, lo que implica un nivel de diferencia significativa al 5%.

Ante la afirmación: *“El marketing vitivinícola es una excelente herramienta para mejorar la competitividad de la industria en el exterior”* un 50% de los encuestados argentinos mencionaron que estaban parcialmente en acuerdo, mientras que un 90% de los encuestados chilenos mencionaron que estaban completamente en acuerdo. Con Chi-cuadrado Pearson de 0,053, lo que implica un nivel de diferencia significativa al 10%.

Al estimar si: *“En el país se legisla acerca del tema de la eliminación de los residuos líquidos industriales derivados de la actividad vitivinícola”* un 50% de los argentinos mencionaron que no estaban ni en acuerdo, ni en desacuerdo; mientras que un 50% de los chilenos mencionaron que estaban parcialmente en acuerdo. Con Chi-cuadrado Pearson de 0,073, lo que implica un nivel de diferencia significativa al 10%.

Al sondear si: *“Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por sus bajos precios”* un 40% de los entrevistados argentinos mencionaron que no estaban ni en acuerdo, ni en desacuerdo; mientras que, un 80% de los entrevistados chilenos mencionaron

que estaban parcialmente en desacuerdo. Con Chi-cuadrado Pearson de 0,072, lo que implica un nivel de diferencia significativa al 10%.

En el enunciado: “*Las denominaciones de origen son instrumentos suficientes para la comercialización en el mercado externo*” un 40% de los encuestados argentinos mencionaron que estaban parcialmente en desacuerdo, mientras que un 50% de los 87 encuestados chilenos mencionaron que estaban parcialmente en acuerdo. Con Chi-cuadrado Pearson de 0,02, lo que implica un nivel de diferencia significativa al 5%.

Ante la afirmación: “*Los altos costos de embotellación y embalaje son una limitante para su exportación*” un 60% de los encuestados argentinos mencionaron que estaban parcialmente en acuerdo, mientras que la opinión de los encuestados chilenos estaba dividida un 30% estaba ni en acuerdo, ni en desacuerdo y un 30% estaba parcialmente en acuerdo. Con Chi-cuadrado Pearson de 0,092, lo que implica un nivel de diferencia significativa al 10%.

Cuadro 12: Sentencias de la encuesta que presentaron diferencia significativa.

Enunciado	Viñas		Total
	Argentinas	Chilenas	
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área de comercio vitivinícola*			
Completamente en desacuerdo	0	10	5
Parcialmente en desacuerdo	20	50	35
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	10	40	25
Parcialmente en acuerdo	40	0	20
Completamente en acuerdo	30	0	15
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área de comercio vitivinícola*			
Con chi-cuadrado Pearson = 0,026			
El marketing vitivinícola es una excelente herramienta para mejorar la competitividad de la industria en el exterior**			
Completamente en desacuerdo	0	0	0
Parcialmente en desacuerdo	10	0	5
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	10	0	5
Parcialmente en acuerdo	50	10	30
Completamente en acuerdo	30	90	60
Con chi-cuadrado Pearson = 0,053			

(continúa)

Cuadro 12 (continuación): Sentencias de la encuesta que presentaron diferencia significativa.

Enunciado	Viñas		Total
	Argentinas	Chilenas	
En el país se legisla acerca del tema de la eliminación de residuos líquidos industriales derivados de la actividad vitivinícola**			
Completamente en desacuerdo	0	0	0
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	50	0	25
Parcialmente en acuerdo	20	50	35
Completamente en acuerdo	20	40	30
Con chi-cuadrado Pearson = 0,073			
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por sus bajos precios**			
Completamente en desacuerdo	10	0	5
Parcialmente en desacuerdo	10	0	5
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	40	0	20
Parcialmente en acuerdo	30	80	55
Completamente en acuerdo	10	20	15
Con chi-cuadrado Pearson = 0,072			
Las denominaciones de origen son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo*			
Completamente en desacuerdo	20	10	15
Parcialmente en desacuerdo	40	0	20
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	20	0	10
Parcialmente en acuerdo	20	50	35
Completamente en acuerdo	0	40	20
Con chi-cuadrado Pearson = 0,02			
Los altos costos de embotellación y embalaje de vino son una limitante para su exportación**			
Completamente en desacuerdo	20	0	10
Parcialmente en desacuerdo	0	20	10
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	0	30	15
Parcialmente en acuerdo	60	30	45
Completamente en acuerdo	20	20	20
Con chi-cuadrado Pearson = 0,092			

(\*) Diferencia significativa al 5%. (\*\*) Diferencia significativa al 10%.

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de estadísticas obtenidas en la encuesta

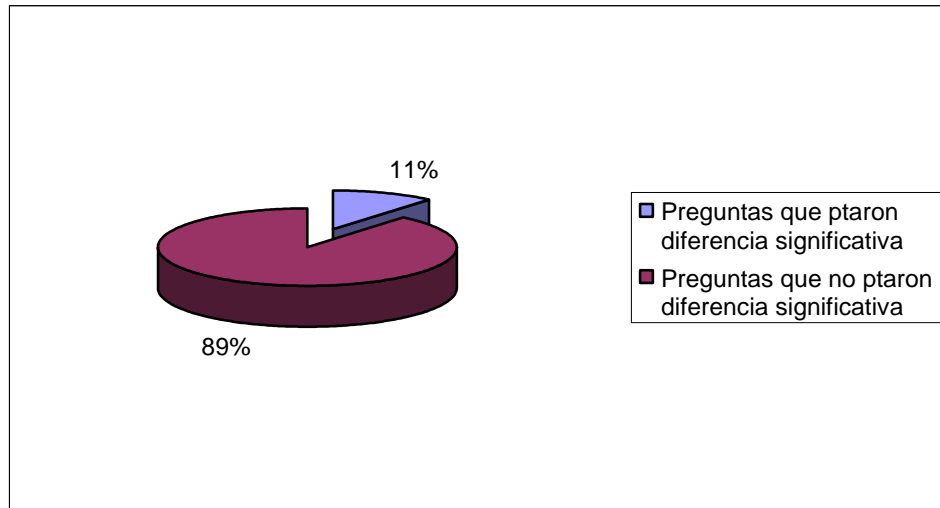


Figura 39: Composición porcentual de las afirmaciones que presentaron o no diferencia significativa en la encuesta.

Fuente: Elaboración propia, en base a datos aportados por los encuestados.

## Modelos Econométricos

En el siguiente apartado se presentan los modelos econométricos propuestos según ciertos parámetros (anexo XIII).

### Estimación de los modelos

#### Modelo y Significancia parcial de los coeficientes del modelo

Tal y como se mencionó anteriormente se estimaron dos ecuaciones, una ecuación que representa la realidad de la industria vitivinícola argentina y la otra que representa la realidad de la industria vitivinícola chilena.

La primera ecuación correspondió a una función de oferta exportable de vino argentino, que relacionó la cantidad exportable de vino argentino, con precio FOB, remuneraciones de la industria manufacturera, área de la superficie vitivinícola argentina y una variable dicotómica. Lo anterior puede verse en el Cuadro 13.

La segunda ecuación correspondió a una función de oferta exportable de vino chileno, que relacionó la cantidad exportable de vino chileno, con precio FOB, área de la superficie vitivinícola chilena rezagada en 3 años, ingreso nacional y precio nacional de vino a granel. Lo anterior puede verse en el Cuadro 14.

Cuadro 13. Ecuación de oferta de vino de exportación de Argentina, para el período 1990-2007

Método de estimación: Mínimos cuadrados (MCO)				
Muestra: 1 a 18				
Método de estimación: (MCO)				
Observaciones incluidas: 18				
Total de observaciones del sistema 66				
	Coefficiente	Error Std.	Estadístico t	Prob.
$\beta_0$ (autónomo)	-204,5997	49,88714	-4,101251	0,0013
$\beta_1$ (LnP <sub>F</sub> )	0,711488	0,073275	9,709828	0,0000
$\beta_2$ (LnR <sub>E</sub> )	-3,724505	1,309741	-2,843696	0,0138
$\beta_3$ (LnA <sub>R</sub> )	18,19791	4,439717	4,098890	0,0013
$\beta_4$ (D <sub>1</sub> )	0,871992	0,263194	3,313110	0,0056
Ecuación:				
$\text{LnQ}_V = \beta_0 + \beta_1 \text{LnP}_F + \beta_2 \text{LnR}_E + \beta_3 \text{LnA}_R + \beta_4 D_1$				
Observaciones: 18				
R-cuadrado	0,916772			
R-cuadrado ajustado	0,891163			
E.E. de la regresión	0,288911			
Prob(Estadístico-F)	0,000001			

Cuadro 14. Ecuación de oferta de vino de exportación de Chile, para el período 1993-2007.

Método de estimación: Mínimos cuadrados				
Muestra: 1 a 15				
Observaciones incluidas: 15				
Total de observaciones del sistema 66				
	Coefficiente	Error Std.	Estadístico t	Prob.
$\beta_0$ (autónomo)	11,38637	3,179722	3,580932	0,0050
$\beta_1$ (LnP <sub>F</sub> )	1,388406	0,107272	12,94290	0,0000
$\beta_2$ (LnI <sub>N</sub> )	-1,445185	0,283247	-5,102206	0,0005
$\beta_3$ (LnA <sub>R(t-3)</sub> )	0,901054	0,084880	10,61561	0,0000
$\beta_4$ (LnP <sub>N</sub> )	-1,389717	0,196058	-7,088303	0,0000
Ecuación:				
$\text{LnQ}_V = \beta_0 + \beta_1 \text{LnP}_F + \beta_2 \text{LnI}_N + \beta_3 \text{LnA}_{R(t-3)} + \beta_4 \text{LnP}_N$				
Observaciones: 15				
R-cuadrado	0,997668			
R-cuadrado ajustado	0,996735			
E.E. de la regresión	0,033017			
Prob(Estadístico-F)	0,000000			

### Significancia Global del Modelo

La significancia global del modelo se evaluó con la prueba de F. Los resultados se presentan en el Cuadro 15.

Cuadro 15. Resultados prueba F.

Ecuación	F calculado	Prob F (95% sign.)	Decisión
Argentina	35,79934	0,000001	Rechazar H0
Ecuación	F calculado	Prob F (95% sign.)	Decisión
Chile	1.069,482	0	Rechazar H0

Los resultados arrojan que los coeficientes de las ecuaciones son distintos de cero si son evaluados conjuntamente para cada ecuación.

### Significancia de los coeficientes individuales

La significancia parcial de los coeficientes fue medida con la prueba de t de Student, a un nivel del 5%, donde se observó que todos los parámetros eran significativos. Por lo que todos son válidos dentro de las correspondientes ecuaciones: modelo de la oferta exportable de vino argentino y modelo de la oferta exportable de vino chileno:

$$\ln Q_V = \beta_0 + \beta_1 \ln P_F + \beta_2 \ln R_E + \beta_3 A_R + \beta_4 D_1$$

$$\ln Q_V = \beta_0 + \beta_1 \ln P_F + \beta_2 \ln I_N + \beta_3 \ln A_{R(t-3)} + \beta_4 \ln P_N$$

Los resultados de esa prueba pueden verse en los cuadros 16 y 17.

Cuadro 16. Resultados prueba t Ecuación argentina.

Coefficiente	t calculado	t de tabla	Decisión
$\beta_0$	-4,101251	2,179	Rechazar H0
$\beta_1$	9,709828	2,179	Rechazar H0
$\beta_2$	-2,843696	2,179	Rechazar H0
$\beta_3$	4,098890	2,179	Rechazar H0
$\beta_4$	3,313110	2,179	Rechazar H0

Cuadro 17, Resultados prueba t Ecuación chilena,

Coefficiente	t calculado	t de tabla	Decisión
$\beta_0$	3,580932	2,228	Rechazar H0
$\beta_1$	12,94290	2,228	Rechazar H0
$\beta_2$	-5,102206	2,228	Rechazar H0
$\beta_3$	10,61561	2,228	Rechazar H0
$\beta_4$	-7,088303	2,228	Rechazar H0



Los resultados indican que todos los coeficientes, de la ecuación argentina y chilena, poseen significancia estadística al 5%, por tanto, se rechaza  $H_0$ , lo que implica que las variables consideradas para ambos modelos son importantes para la investigación.

### Examen de Estacionariedad de las series utilizadas

Para examinar la Estacionariedad de las series de tiempo de las variables se aplicó la prueba de Dickey-Fuller Aumentada que corresponde a una prueba sobre la existencia de una raíz unitaria en la serie.

Para el caso del modelo argentino, los resultados obtenidos se aprecian en el cuadro 18

Cuadro 18. Resultados de la Prueba de raíz unitaria ADF

Variable	ADF	Valores Críticos			Decisión
		1%	5%	10%	
LnQ <sub>V</sub>	-1,081	-3,89	-3,05	-2,67	No estacionaria
LnP <sub>F</sub>	-0,807	-3,98	-3,05	-2,67	No estacionaria
LnR <sub>E</sub>	-2,679	-3,98	-3,05	-2,67	Estacionaria al 10%
LnA <sub>R</sub>	-1,291	-3,92	-3,06	-2,67	No estacionaria

La única variable que presentó estacionariedad dentro de los valores críticos establecidos fue la remuneración (LnR<sub>E</sub>). El resto de las variables no presentaron estacionariedad en esos rangos estadísticos. Por esto se realizó la prueba de raíz unitaria en primera diferencia como se ve en el cuadro 19.

Cuadro 19. Resultados de la Prueba de raíz unitaria ADF en primera diferencia

Variable	ADF	Valores Críticos			Decisión
		1%	5%	10%	
LnQ <sub>V</sub>	-5,099	-3,92	-3,06	-2,67	Estacionaria al 1%
LnP <sub>F</sub>	-4,694	-3,92	-3,06	-2,67	Estacionaria al 1%
LnA <sub>R</sub>	-2,500	-3,92	-3,06	-2,67	No estacionaria

En la prueba de raíz unitaria en primera diferencia resultó que presentaron estacionariedad al 1% LnQ<sub>V</sub> y LnP<sub>F</sub>. Finalmente se hace la prueba de raíz unitaria en segunda diferencia, como se observa en el cuadro 20.

Cuadro 20. Resultados de la Prueba de raíz unitaria ADF en segunda diferencia

Variable	ADF	Valores Críticos			Decisión
		1%	5%	10%	
LnA <sub>R</sub>	-4,575	-4,00	-3,10	-2,69	Estacionaria al 1%

Como se puede mirar, en la prueba de raíz unitaria en segunda diferencia, se observa que el A<sub>R</sub> resultó ser estacionaria al 1%.

Para el caso del modelo chileno, los resultados obtenidos se aprecian en el cuadro 21.

Cuadro 21. Resultados de la Prueba de raíz unitaria ADF

Variable	ADF	Valores Críticos			Decisión
		1%	5%	10%	
LnQv	-2,335	-3,89	-3,05	-2,67	No estacionaria
LnP <sub>F</sub>	-1,690	-3,96	-3,08	-2,68	No estacionaria
LnA <sub>R(t-3)</sub>	-1,131	-4,12	-3,14	-2,71	No estacionaria
LnIn	-1,291	-3,89	-3,05	-2,67	No estacionaria
LnPn	-0,968	-3,96	-3,08	-2,68	No estacionaria

La única variable que presentó estacionariedad dentro de los valores críticos establecidos fue la remuneración (LnR<sub>E</sub>). El resto de las variables no presentaron estacionariedad en esos rangos estadísticos. Por esto se realizó la prueba de raíz unitaria en primera diferencia como se ve en el cuadro 22.

Cuadro 22. Resultados de la Prueba de raíz unitaria ADF en primera diferencia

Variable	ADF	Valores Críticos			Decisión
		1%	5%	10%	
LnQv	-3,984	-3,92	-3,06	-2,67	Estacionaria al 1%
LnP <sub>F</sub>	-2,766	-3,92	-3,06	-2,67	Estacionaria al 10%
LnA <sub>R(t-3)</sub>	-2,010	-4,06	-3,12	-2,70	No estacionaria
LnIn	-2,992	-3,92	-3,06	-2,67	Estacionaria al 10%
LnPn	-6,303	-3,96	-3,08	-2,68	Estacionaria al 1%

En la prueba de raíz unitaria en primera diferencia resultó que presentaron estacionariedad al 1% LnQ<sub>V</sub> y LnP<sub>F</sub>. Finalmente se hace la prueba de raíz unitaria en segunda diferencia, como se observa en el cuadro 23.

Cuadro 23. Resultados de la Prueba de raíz unitaria ADF en segunda diferencia

Variable	ADF	Valores Críticos			Decisión
		1%	5%	10%	
LnA <sub>R(t-3)</sub>	-4,857	-4,12	-3,14	-2,71	Estacionaria al 1%

Como se puede mirar, en la prueba de raíz unitaria en segunda diferencia, se observa que el LnA<sub>R</sub> resultó ser estacionaria al 1%.

### Prueba de raíz unitaria de los residuos

De manera similar a lo hecho anteriormente con las variables, se comprobó si los residuos de las ecuaciones presentan raíz unitaria (no estacionariedad) por medio de la prueba de Dickey-Fuller aumentada.

Para el caso de la función de oferta exportable de vino argentino, los errores son estacionarios en un 10% de significancia, ya que el valor t de la prueba DFA es  $-3.037727$

y el valor crítico al 10% de significancia es de  $-2.701103$ . Esto se puede apreciar en el Cuadro 24, y en la Figura 40 se puede apreciar la distribución lineal gráfica de los residuos.

Cuadro 24. Prueba de Dickey-Fuller aumentada sobre residuos de función de Argentina

		Estadístico t	Prob.
Estadístico de Prueba de DFA		-3.037727	0.0514
Valores críticos prueba	1% level	-4.057910	
	5% level	-3.119910	
	10% level	-2.701103	

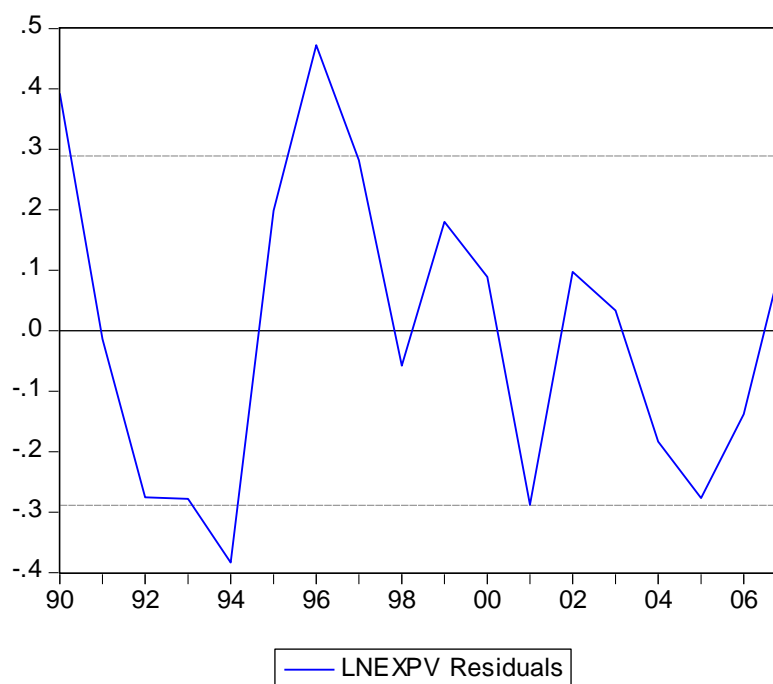


Figura 40. Gráfico lineal de los residuos de la función de Argentina.

Para el caso de la función de oferta exportable de vino chileno, los errores son estacionarios en un 1% de significancia, ya que el valor t de la prueba DFA es  $-5.042520$  y el valor crítico al 1% de significancia es de  $-4.004425$ . Esto se puede apreciar en el Cuadro 25, y en la Figura 41 se puede apreciar la distribución lineal gráfica de los residuos.

Cuadro 25. Prueba de Dickey-Fuller aumentada sobre residuos de la función de Chile

		Estadístico t	Prob.
Estadístico de Prueba de DFA		-5.042520	0.0016
Valores críticos prueba	1% level	-4.004425	
	5% level	-3.098896	
	10% level	-2.690439	

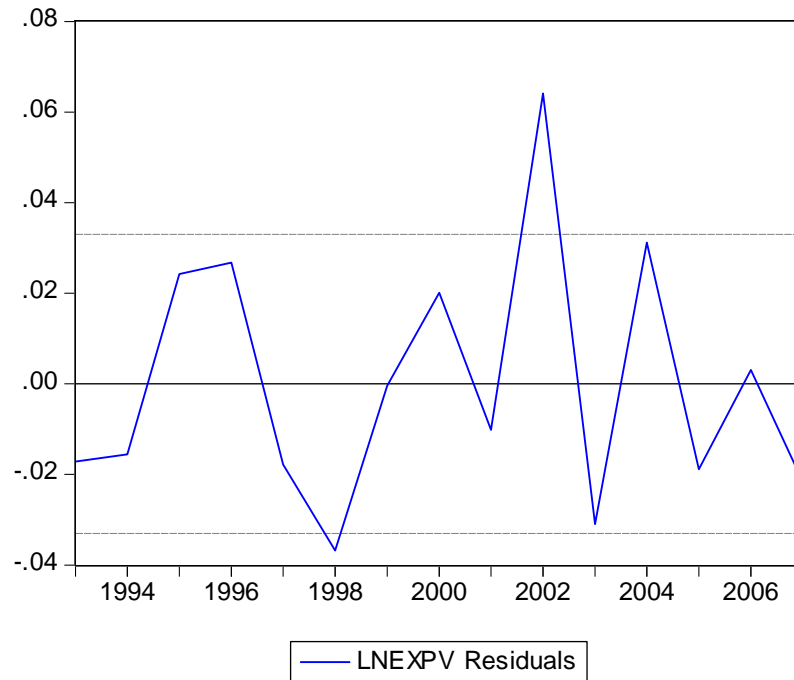


Figura 41. Gráfico lineal de los residuos de la función de Chile

Entonces en vista de los hechos se concluye que los residuos de cada ecuación son estacionarios, lo que ayuda de algún modo a contrarrestar la no estacionariedad de algunas de las variables (las cuales no todas eran estacionarias a los niveles críticos de confianza establecidos) y nos entrega información de que existe cointegración de las variables para cada ecuación por separado, por lo que la relación entre variables es válida en cada función a largo plazo.

### Examen de autocorrelación

Se realizó la prueba  $d$  de Durbin-Watson para medir presencia de autocorrelación serial de los errores.

Para la función de Argentina considerando un  $n$  de 18 y un  $k$  de 5; la tabla del estadístico  $d$  arroja valores  $d_L = 0,820$  y  $d_U = 1,872$  y un  $d = 1,222$ , que cae en la zona de indecisión. Por lo que no se puede asegurar si existe o no autocorrelación. Esto se evidencia en la figura 42

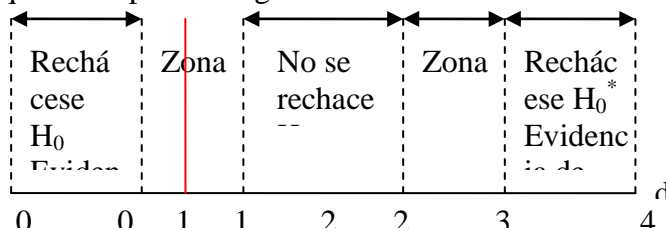


Figura 42: Examen de autocorrelación ecuación argentina.

Para la función de Chile considerando un  $n$  de 15 y un  $k$  de 5; la tabla del estadístico  $d$  arroja valores  $d_L = 0,488$  y  $d_U = 1,704$  y un  $d = 1,65$ , que cae en la zona de indecisión. Por lo que no se puede asegurar si existe o no autocorrelación. Esto se puede observar en la figura 43.

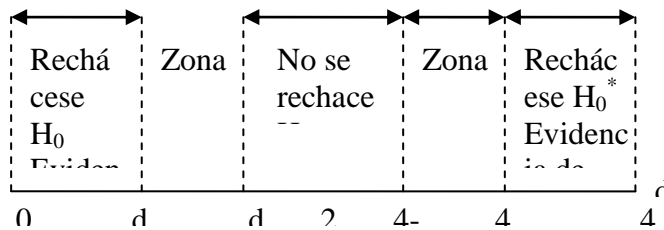


Figura 43: Examen de autocorrelación ecuación chilena.

### Prueba de normalidad de los errores

Para medir si los residuos de las ecuaciones del sistema se distribuyen de manera normal, se realizó la prueba de Jarque-Bera y un histograma de los errores. Los resultados se presentan a continuación en las Figura 44 para la ecuación de la oferta exportable de vino argentino y en la Figura 45 para la ecuación de la oferta exportable de vino chileno

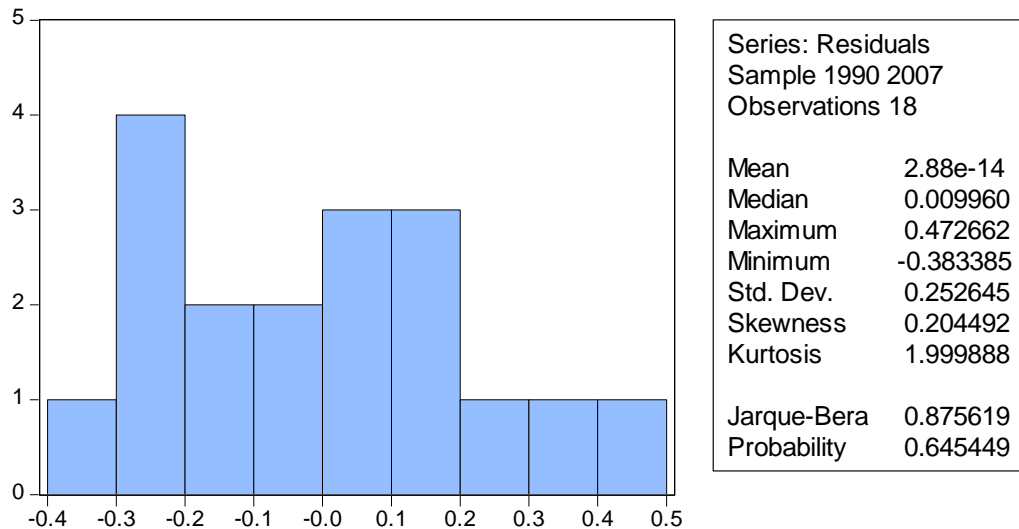


Figura 44. Test de normalidad e histograma de los errores de la función de oferta exportable de vino argentino.

Para la función de oferta exportable de vino argentino existe un 64,5% de probabilidad de que los errores se distribuyan de forma normal. Lo cual si bien no es lo óptimo (por lo menos niveles del 90%) permite decir que la ecuación cumple con los aspectos del Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

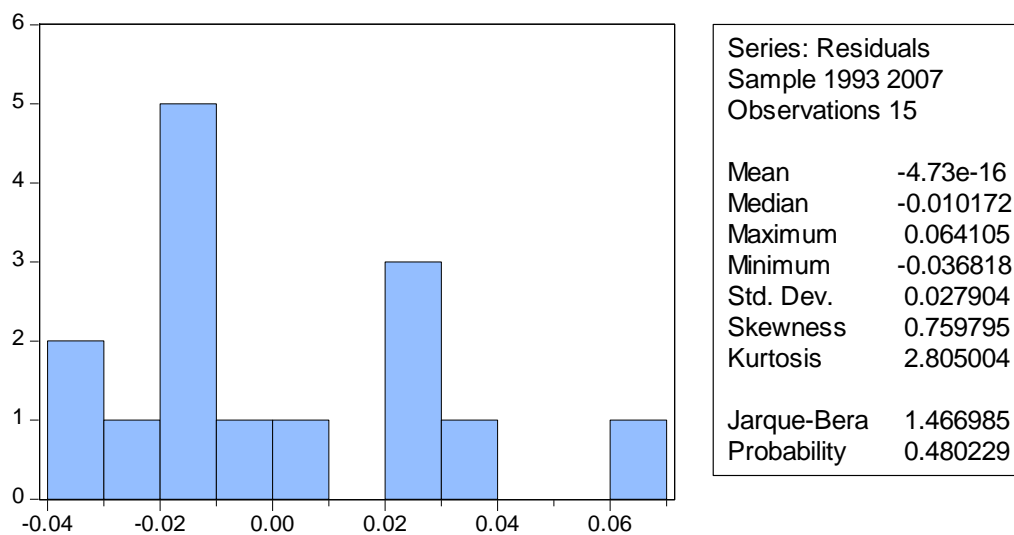


Figura 45. Test de normalidad e histograma de los errores de la función de oferta exportable de vino chile

Para la función de oferta exportable de vino chileno existe un 48,02% de probabilidad de que los errores se distribuyan de forma normal. Lo cual es deficiente, sin embargo es el mejor resultado obtenido después de la aplicación de ajustes a la ecuación. Con este resultado es probable en casi la mitad de los casos que los estimadores de la función sean menos confiables y consistentes.

#### **Estabilidad del modelo:**

Se probó la estabilidad del modelo con el test de Cusum Cuadrado, para detectar si existe algún cambio estructural significativo en el modelo para el período de tiempo establecido.

Para el caso de la función de oferta exportable de vino argentino según se muestra en la Figura 46, se puede apreciar que las fluctuaciones no abandonan las bandas de significancia al 5%, por lo que no se rechaza la hipótesis nula de que no existe cambio estructural dentro de la serie, y por lo tanto el modelo presenta estabilidad en el tiempo. Figura 46.

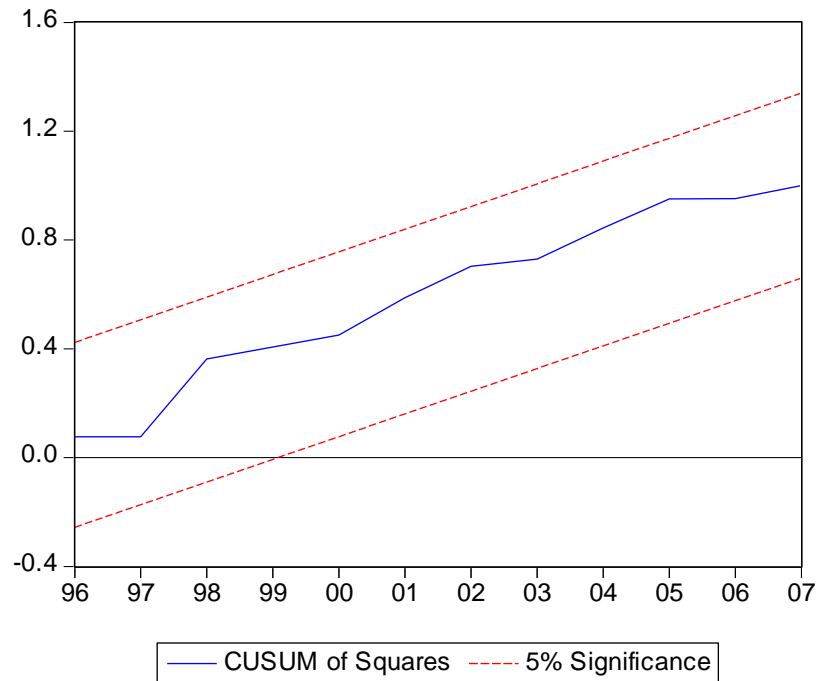


Figura 46. Prueba de Cusum Cuadrado función de oferta exportable de vino argentino.

Para el caso de la función de oferta exportable de vino chileno según se muestra en la Figura 47, se puede apreciar que las fluctuaciones, al igual que en la función anterior, tampoco abandonan las bandas de significancia al 5%, por lo que no se rechaza la hipótesis nula de que no existe cambio estructural dentro de la serie, y por lo tanto el modelo presenta estabilidad en el tiempo. Figura 47.

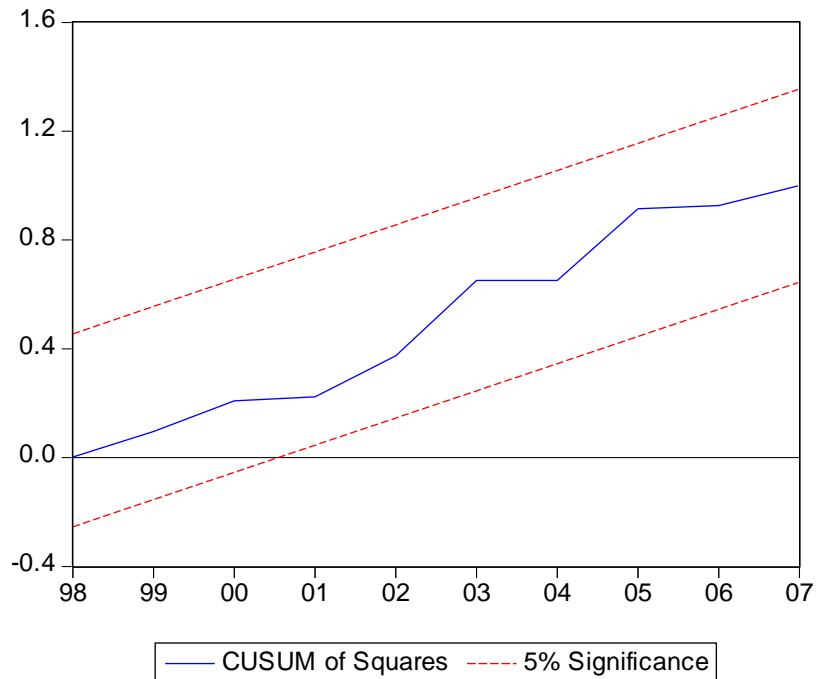


Figura 47. Prueba de Cusum Cuadrado función de oferta exportable de vino chileno.

### **Estabilidad de los parámetros del modelo:**

Para medir la estabilidad de los parámetros en forma individual se usó la prueba de los estimadores recursivos.

Para el caso de los coeficientes de la ecuación de oferta exportable de vino argentino, según se muestra en la figura 48, existe una clara tendencia de cambio en todos los estimadores recursivos, entre los años 2000-2001-2002, esto se debe a la gran crisis económica que golpeó a argentina, durante este período, conocida como corralito.

Dentro de las condiciones que se deben cumplir para que los parámetros tengan cierta estabilidad, se puede decir que: el último valor del estadígrafo debe estar dentro del intervalo de confianza de la observación inicial en el gráfico, esto se cumple para los coeficientes  $\beta_0$  (C1),  $\beta_1$  (C2) y  $\beta_4$  (C5). También cabe destacar que ningún parámetro cumple con la condición de que la banda no presente tendencia, esto es mas notorio en  $\beta_2$  (C3) banda hacia arriba y  $\beta_3$  (C4) y  $\beta_4$  (C5) hacia abajo. Sin embargo, todos los parámetros cumplen con la condición de que la banda va disminuyendo a lo largo del tiempo,  $\beta_0$  (C1),  $\beta_1$  (C2),  $\beta_2$  (C3),  $\beta_3$  (C4) y  $\beta_4$  (C5). Por tanto se puede concluir que existen cambios estructurales a lo largo del tiempo, pero no son completamente inestables, debido a que cumplen parte de los requisitos establecidos.



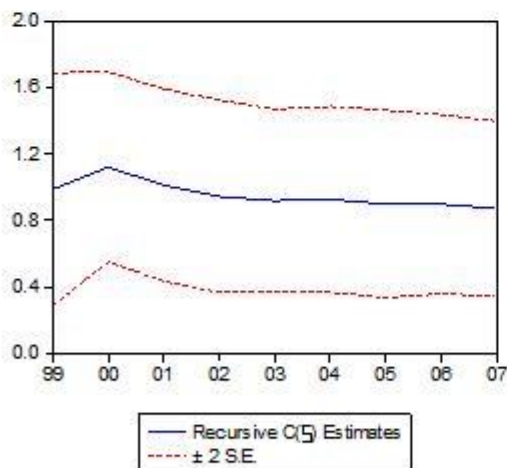
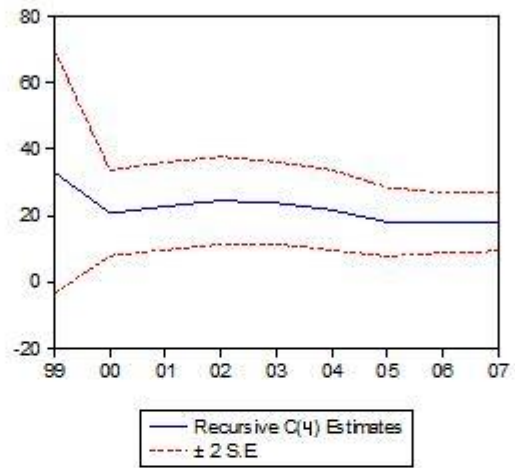
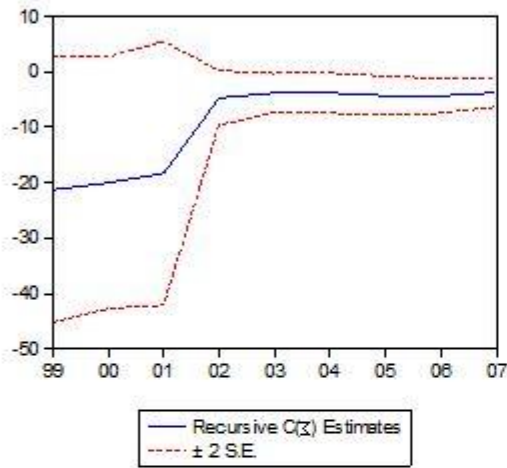
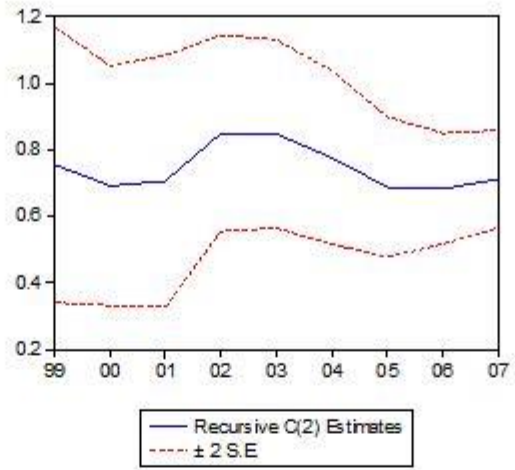
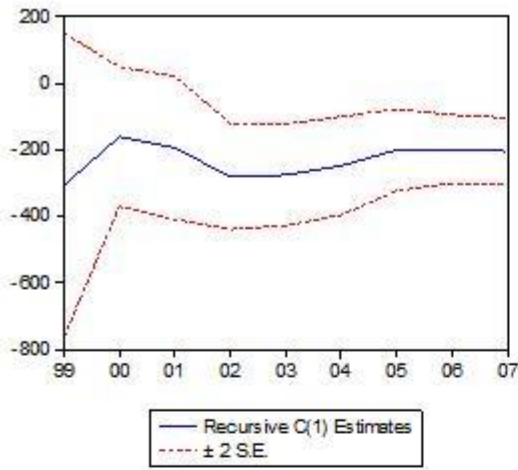
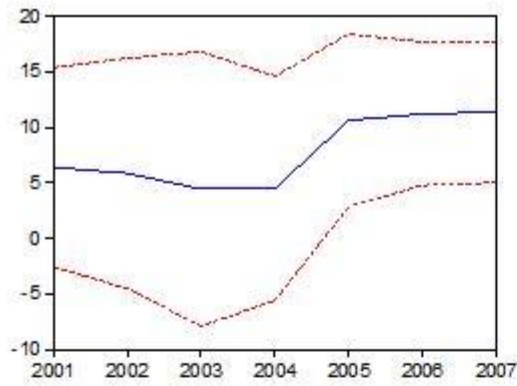
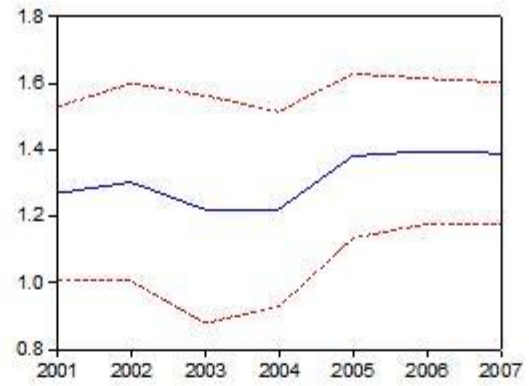


Figura 48: Test de los estimadores recursivos de la oferta exportable de vino argentino.

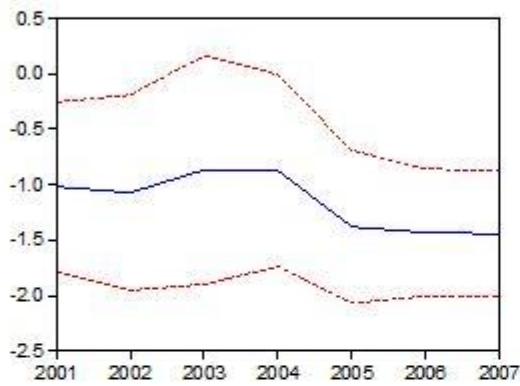
Para el caso de los coeficientes de la ecuación de oferta exportable de vino chileno, según se muestra en la figura 49. Dentro de las condiciones que se deben cumplir para que los parámetros tengan cierta estabilidad, se puede decir de: que el último valor del estadígrafo debe estar dentro del intervalo de confianza de la observación inicial en el gráfico, ésto se cumple para los coeficientes  $\beta_3$ (C3) y  $\beta_4$  (C5). También cabe destacar que ningún parámetro cumple con la condición de que la banda no presente tendencia, esto es mas notorio en  $\beta_0$  (C1) y  $\beta_1$  (C2) banda hacia arriba y  $\beta_2$  (C3) hacia abajo. Sin embargo, en casi todos los parámetros se cumple la condición de que la banda va disminuyendo a lo largo del tiempo,  $\beta_0$  (C1),  $\beta_1$  (C2),  $\beta_2$  (C3) y  $\beta_3$  (C4). Por tanto se puede concluir que existen cambios estructurales a lo largo del tiempo, pero no son completamente inestables, debido a que cumplen parte de los requisitos establecidos.



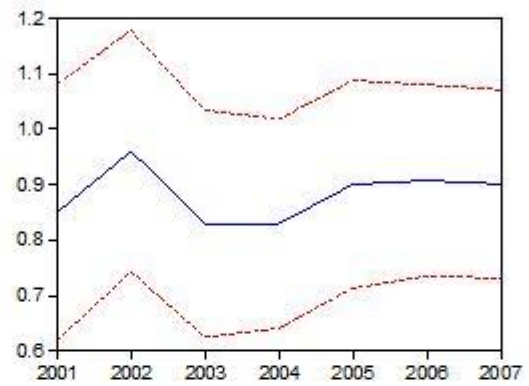
— Recursive C(1) Estimates  
- - - ± 2 S.E.



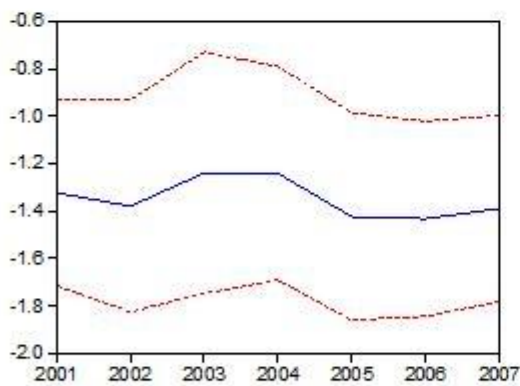
— Recursive C(2) Estimates  
- - - ± 2 S.E.



— Recursive C(3) Estimates  
- - - ± 2 S.E.



— Recursive C(4) Estimates  
- - - ± 2 S.E.



— Recursive C(5) Estimates  
- - - ± 2 S.E.

Figura 49. Test de los estimadores recursivos función de la oferta exportable de vino chileno

### Heterocedasticidad

Para medir si la varianza de los errores no permanece constante se usó la prueba de White.

En el caso de la función de Argentina, el valor  $\chi^2$  calculado obtenido es de 12.75993, y el valor  $\chi^2$  de tabla al 5% de significancia es de 14,0671, por lo que se cumple que  $\chi^2$  calculado es menor que  $\chi^2$  de tabla, lo que indica que no se rechaza la hipótesis nula de no presencia de heterocedasticidad; por lo que los residuos son homocedásticos. Parte de los resultados pueden verse en el Cuadro 26.

Cuadro 26. Prueba de White para función de Argentina.

Estadístico-F	1.704549	Prob. F(10,7)	0,2463
Obs*R-cuadrado	12.75993	Prob. Chi-Cuadrado(10)	0,2374

En el caso de la función de Chile, el valor  $\chi^2$  calculado obtenido es de 7.151395, y el valor  $\chi^2$  de tabla al 5% de significancia es de 7,81473, por lo que se cumple que  $\chi^2$  calculado es menor que  $\chi^2$  de tabla, lo que indica que no se rechaza la hipótesis nula de no presencia de heterocedasticidad; por lo que los residuos son homocedásticos. Parte de los resultados pueden verse en el Cuadro 27.

Cuadro 27. Prueba de White para función Chile.

Estadístico-F	0.248500	Prob. F(11,3)	0,9630
Obs*R-cuadrado	7.151395	Prob. Chi-Cuadrado(11)	0,7867

### Multicolinealidad

Se analizó la presencia de Multicolinealidad en base a la inspección de síntomas como: coeficiente de determinación alto, parámetros no significativos o poco significativos, altas correlaciones entre parejas de regresores y regresiones auxiliares.

En el caso de la función Argentina en lo referente al valor de coeficiente de determinación alto (91,68%), esto se cumple, sin embargo todos los parámetros de las variables presentan valores de t altos, a excepción de  $\beta_2$  y  $\beta_3$ , pero no en 2 de los 3 casos, por lo que se desestima la presencia de Multicolinealidad por esas características.

Respecto a las correlaciones parciales y análisis con regresiones auxiliares éstas no presentaron mayor indicación de Multicolinealidad, salvo, la cantidad de vino exportada con el precio FOB, y las remuneraciones con el área; pero sólo en el caso de las correlaciones parciales (pues no presentan para el análisis con regresiones auxiliares), lo cual se puede explicar por el hecho de existir una relación más o menos estable entre estas variables en la realidad, sin embargo, es necesario que ambas estén presentes pues arrojan importante información para el modelo.

En resumen no se encuentra evidencia mayor de Multicolinealidad en el modelo, salvo las variables mencionadas, pero que tampoco es totalmente certero. La información de referencia se presenta en el Cuadro 28.

Cuadro 28. Valores de referencia para observar multicolinealidad en la función de Argentina

VARIABLES	R <sup>2</sup>	r
Ec. Argentina	0,9168	-
LnQ <sub>V</sub> y LnP <sub>F</sub>	0,8069	0,8983
LnQ <sub>V</sub> y LnR <sub>E</sub>	0,0008	0,0283
LnQ <sub>V</sub> y LnA <sub>R</sub>	0,0657	0,2563
LnP <sub>F</sub> y LnR <sub>E</sub>	0,0010	0,0316
LnP <sub>F</sub> y LnA <sub>R</sub>	0,0111	0,1054
LnR <sub>E</sub> y LnA <sub>R</sub>	1	1,0000

En el caso de la función de Chile en lo referente al valor de coeficiente de determinación alto, esto se cumple más o menos debido a que el R<sup>2</sup> es de 99,77% lo cual es muy alto, además todos los parámetros de las variables presentan valores de t altos, salvo el área rezagada en 3 temporadas, pero en uno de los 3 casos, por lo que se desestima la presencia de Multicolinealidad por esas características.

Respecto a las correlaciones parciales y análisis con regresiones auxiliares éstas no presentaron indicación de Multicolinealidad. La información de referencia se presenta en el Cuadro 29.

Cuadro 29. Valores de referencia para observar multicolinealidad en la función de oferta exportable chilena de vinos

VARIABLES	R <sup>2</sup>	r
Ec. Chile	0,995	-
LnQ <sub>V</sub> y LnP <sub>F</sub>	0,13	0,3606
LnQ <sub>V</sub> y LnA <sub>R(t-3)</sub>	0,5726	0,7567
LnQ <sub>V</sub> y LnI <sub>N</sub>	0,9646	0,9821
LnQ <sub>V</sub> y LnP <sub>N</sub>	0,6848	0,8275
LnP <sub>F</sub> y LnA <sub>R(t-3)</sub>	0,0249	0,1578
LnP <sub>F</sub> y LnI <sub>N</sub>	0,123	0,3507
LnP <sub>F</sub> y LnP <sub>N</sub>	0,1432	0,3784
LnA <sub>R(t-3)</sub> y LnI <sub>N</sub>	0,6009	0,7752
LnA <sub>R(t-3)</sub> y LnP <sub>N</sub>	0,281	0,5301
LnI <sub>N</sub> y LnP <sub>N</sub>	0,6103	0,7812

## Establecimiento de una comparación estratégica de la vitivinicultura chilena y argentina

A través del análisis FODA y las cinco fuerzas competitivas de Porter se lleva a cabo la propuesta y planeamiento estratégico para la industria vitivinícola chilena y argentina.

### **Análisis del comportamiento interno y externo de la industria vitivinícola chilena y argentina**

El análisis FODA permite tener una visión mas clara en el comportamiento de la industria vitivinícola en su conjunto, con el fin de elaborar para cada país una propuesta para mantener y mejorar su participación el mercado. El análisis efectuado se realizó primeramente analizando la industria desde dentro, pudiendo identificar fortalezas y debilidades y posteriormente analizándola desde fuera pudiendo observar oportunidades y amenazas. Algunas de estas variables se pueden mejorar, otras no.

#### **Análisis FODA industria vitivinícola chilena (Ver cuadro 30)**

Cuadro 30: Matriz FODA industria vitivinícola chilena

Análisis interno	Variables	Chile
Fortalezas	Terroir (anexo I)  Clima	La zona vitivinícola chilena posee un clima templado cálido con régimen de tipo mediterráneo de lluvias, con precipitaciones que varían entre 250 y 800 mm por año de norte a sur. Influenciado por la cordillera de los Andes y el anticiclón del Pacífico. Verano seco y prolongado, radiación solar elevada y una amplitud térmica notable que va de los 8° en la costa y los 14° en el interior durante la época de madurez de la uva. En Verano las temperaturas máximas son mayores a 30°C y las amplitud térmica fluctúa entre 15°C a 18°C, con humedades relativas de 55 a 60%. En Chile la presencia de heladas es sectorizada, pero no hay presencia de granizo. Esto permite plantar vides entre los 30° y 36° de latitud sur

(continúa)

Cuadro 30 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola chilena

Análisis interno	Variables	Chile
Fortalezas		
	Terroir (anexo I)  Suelo	La tendencia general en los suelos es presentar poco desarrollo entre sus perfiles, y por lo tanto, son suelos jóvenes en su evolución. Los de mayor uso vitivinícola son de origen de depósitos glaciares, fluvioglaciares y aluviales localizados en la depresión intermedia de la zona centro sur. Esta diversidad de suelo, permite el adecuado u óptimo comportamiento de distintas cepas.
	Fitosanidad del viñedo	Chile comúnmente es definido como una isla geográfica rodeada por los Andes y el Pacífico. Este aislamiento ha sido clave para que plagas como la filoxera jamás se hayan aparecido por estas costas. Añadido a esto además el clima mediterráneo con un verano cálido y un invierno lluvioso. No posee filoxera y el ataque de hongos es bajísimo, presentándose el Oidio como el hongo mas habitual. Dentro de las plagas y enfermedades que atacan a la vid vinífera las mas comunes son la arañita roja de la vid ( <i>Brevipalpus chilensis</i> ) y Burrito de la vid ( <i>Naupactus Xanthographus</i> , nemátodos como <i>Meloidogine sp</i> y <i>Xiphinema sp</i> y un hemíptero llamado <i>Margadores vitis</i>
	Zonificación de valles	Adecuada, ya que las mayores diferencias climáticas se presentan mas de norte a sur que de este a oeste. La zona norte posee menos precipitaciones al año y mayores temperaturas que la zona sur. El decreto n° 464 de la legislación vitivinícola del país determinó que desde el 14 de Diciembre del año 1994 cuenta con una zonificación vitícola o denominación de origen que divide al país en 5 grandes regiones y 15 sub-regiones (ver Anexo II).
	Imagen país positiva	Asociada al desempeño económico y estabilidad política del país.

(continúa)

Cuadro 30 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola chilena

Análisis interno	Variables	Chile
<b>Fortalezas</b>		
	Costos de producción	Son bajos, debido a que hay pocas plagas, y se gasta menos en sistemas de riego debido a que el índice pluviométrico es mayor que en Argentina. Además la mano de obra es barata.
	Economía	Es considerada la economía mas desarrollada dentro de Latinoamérica. Posee el índice de desarrollo humano mas alto de latinoamérica IDH: 0,783 en 2010 (anexo III) y un PIB per cápita de 14.894 dólares (2010) En mayo de 2010, Chile se convirtió en el primer miembro pleno de la OCDE (anexo IV) en Sudamérica y segundo en Latinoamérica, después de de los sistemas bancarios más estables y desarrollados de América.
	Tratados comerciales	Chile exporta principalmente a Reino Unido y a EEUU, por tanto, los tratados comerciales de mas importancia para el país son: El Tratado de Libre Comercio Chile-EEUU firmado el 6 de junio del 2003, pero vigente desde el 1° de enero del 2004 y El Acuerdo de Asociación Económica Chile Unión Europea firmado el 18 de noviembre del 2002 y vigente desde el 1° de enero del 2003.
	Industria	Moderna y desarrollada, con alta tecnología sobretodo en bodega. Y alta capacidad empresarial.
	Ubicación geográfica	Al estar en el hemisferio Sur se llega a contraestación y con mejor precio a ciertos mercados como: EEUU y Gran Bretaña principalmente. Buena capacidad portuaria, red de transporte y Despacho.

(continúa)



Cuadro 30 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola chilena

Análisis interno	Variables	Chile
<b>Debilidades</b>		
	Falta de un organismo estatal	Se necesita apoyo, que los profesionales experimenten, y no lleguen y ocupen modelos extranjeros, para que puedan surgir: nuevos valles, nuevas cepas, etc.
	Baja inversión en nuevos viñedos	Debido al panorama complicado, por un lado alto costo en insumos y por otra parte uva vinífera mal pagada
	Falta de una mayor diversidad de productos	Se necesita que se abran nuevas líneas de vino.
	Falta que se de mayor auge al mercado nacional	Con esto se podría aumentar el consumo nacional de vino, muy bajo 15 L
	Falta mayor auge del Enoturismo	Se necesita explotar mas nuestros recursos naturales, el bello paisaje y las modernas bodegas a largo de Chile.
	Desconocimiento de idiomas a nivel de cargos medios	Lo que imposibilita la comunicación y nuevos posibles clientes extranjeros.
	Industria concentrada	Concentra grandes volúmenes en pocas empresas: Concha y Toro, San Pedro y Sta Rita.
	Falta de trabajo en equipo	Hay un ambiente de desconfianza, derechamente no se comparte información entre colegas.
	Poca tecnificación en el viñedo	Esto hace que se dependa un 100% de la mano de obra. Esta a su vez, es poco especializada.
	Altos costos operacionales	Energía, combustible, etc

(continúa)

Cuadro 30 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola chilena

Análisis externo	Variables	Chile
Oportunidades		
	Capacitar al consumidor interno	Para que sepa diferenciar un buen vino
	Participación del estado	Se puede seguir creciendo, si es que el estado tiene una mayor participación, si el gobierno genera políticas claras, si hay transparencia, y si se invierte en investigación y desarrollo.
	Promover la articulación entre todos los sectores de la industria	Para ello debiese existir asociación entre los directores de distintas viñas
	Incentivar al consumo nacional	A través de marketing
	Enoturismo	Se debe fomentar aún mas, para percibir nuevos ingresos derivados de la actividad vitivinícola y que además la promuevan.
	Promover nuevas variedades	A parte de las clásicas Carmenere y Cabernet sauvignon
	Se debe capacitar mas a los trabajadores	Con esto habría mayor eficiencia productiva
	Aprovechar el terroir	Chile es un país exótico, vale decir, presenta muchos tipos de clima, por lo tanto, aún queda mucho que explorar. Falta un adecuado plan de plantación de variedades apropiadas en la zona vitivinícola justa o falta zonificación de variedades.
	Se puede bajar el costo de producción	Esto, aumentando los volúmenes a exportar, manteniendo el parámetro precio/calidad
	Se podrían obtener mejores precios, por la tradición exportadora de Chile	Como ya se conoce la calidad de los vinos chilenos en el extranjero, actualmente el consumidor extranjero está dispuesto a consumir vinos por un precio mayor.

(continúa)

Cuadro 30 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola chilena

Análisis externo	Variables	Chile
<b>Oportunidades</b>		
	Formación del cluster Vinnova	Con toda las ventajas que ello implica como facilitar la información fluida y tipos de innovación entre distintas asociaciones, con lo que se ahorra tiempo y costos en buscar información que ya está disponible, y permite seguir desarrollando la ciencia de ahí en adelante
<b>Amenazas</b>		
	Productos sustitutos	Cerveza: el consumo per cápita, alcanza los 28 litros. Pisco: el consumo per cápita, alcanza los 3 litros.
	Riesgos de la industria	Hay que evitar las concentraciones del mercado o el monopolio La caída de rentabilidad provocada por un dólar estancado

Fuente: Elaboración propia

**Análisis FODA industria vitivinícola argentina** (ver cuadro 31)

Cuadro 31: Matriz FODA industria vitivinícola argentina.

Análisis interno	Variables	Argentina
Fortalezas	Terroir (anexo I)  Clima	<p>La amplia zona dedicada a la vitivinicultura, constituye una extensa franja, ubicada al oeste del país, al pie del macizo andino, desde los 22° de latitud sur, hasta aproximadamente los 40° de latitud sur, abarcando toda la zona templada.</p> <p>En la mayor parte de la franja señalada, las altitudes son variables entre los 500 y los 1.500 m sobre el nivel del mar. La Cordillera de los Andes influencia de manera decisiva el clima de buena parte del territorio argentino y principalmente de su zona vitivinícola.</p> <p>El cordón montañoso, determina que las masas de aire húmedo provenientes del océano Pacífico descarguen su humedad sobre territorio chileno y si penetran en argentina, el aire es seco y caliente, como es el caso del viento Zonda.</p> <p>Los frentes húmedos que se desplazan desde el océano Atlántico arriban esporádicamente hasta el pedemonte andino. En general, las precipitaciones se producen principalmente en el litoral, alcanzando hasta las laderas orientales de las sierras de las provincias centrales y del noroeste.</p> <p>Por ello, el clima de la zona vitivinícola es, en general, de carácter continental, semidesértico con estación invernal seca, templado o templado frío, con precipitaciones en el período estival, que varían entre 100 y 300 mm anuales, pudiendo alcanzar en algunos lugares los 400 mm de lluvia al año.</p> <p>Sin embargo las precipitaciones invernales en la Cordillera son importantes como reserva de agua.</p>

(continúa)

Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis interno	Variables	Argentina
Fortalezas		
	Terroir (anexo I)	Los suelos, en general, son de gran aptitud para el cultivo de la vid. Dada la extensión de la zona vitivinícola argentina, presentan diversas características, desde arenosos a arcillosos, con predominio de los suelos sueltos y profundos. Edafológicamente jóvenes, de origen aluvional (aluvial - coluvial), formados por el arrastre de material por el agua de los ríos, por la acción del viento y por los derrubios coluviales de las formaciones montañosas. Son suelos de reacción alcalina, ricos en calcio y potasio y pobres en materia orgánica, nitrógeno total y fósforo. Los valores de pH son por lo general próximos a 8.
	Suelo	
	Fitosanidad del viñedo	La humedad relativa es baja, lo que sumado a la escasa precipitación, constituye una condición excepcional para la calidad y el estado sanitario de las uvas, evitando el desarrollo de enfermedades criptogámicas, sin embargo, a veces se desarrolla <i>Erysiphe necator</i> y otras plagas como: el hemíptero <i>Fitococcus ficus</i> cochinilla harinosa de la vid y el cáncer bacterial <i>Agrobacterium tumefaciens</i>
	Historia vitivinícola	País con mucha tradición vitivinícola. La vitivinicultura argentina posee un componente de gran peso a su favor que es la integración. Ocupa un importante lugar en el contexto vitivinícola mundial y comienza a posicionarse como un exportador altamente competitivo de los tradicionales países vitivinícolas tales como Francia, España e Italia. La inserción en los mercados internacionales ha generado una notable innovación, motivada principalmente por la necesidad de adecuarse a las nuevas exigencias de los mercados importadores.
	Cepa emblemática	Malbec

(continúa)

Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis interno	Variables	Argentina
<b>Fortalezas</b>		
	Consumo interno	País del nuevo mundo, pero parecido al viejo en cuanto a consumo. En cuanto al consumo interno es el doble que el de Chile, aproximadamente 30L/per cápita.
	Imagen país positiva	Imagen país clara y positiva, debido a distintos íconos nacionales, ejemplo: el tango, Maradona, Evita, etc
	Zonificación de valles	La Zona Vitícola Argentina puede ser dividida en tres regiones bien diferenciadas por sus características ecológicas y la diversidad de sus suelos: la Noroeste, la Centro Oeste y la Sur. Representa el 91,34% de la superficie con viñedos del país. Se extiende desde los 29,5° a los 36° de latitud sur. El cultivo de la vid en esta región se realiza a altitudes que superan los 500 metros sobre el nivel del mar. En ella se pueden distinguir dos subregiones: Mendoza y San Juan, con características bien diferenciadas. Esto normado por la ley 25163 decreto reglamentario 57/2004. (Anexo V).
	Comercial	Los países a los que principalmente exporta Argentina son: Rusia, EEUU y Paraguay.
	Tratado bilateral de inversión y acuerdos comerciales	Existen Tratados bilateral de inversión y Acuerdos comerciales:  Suscrito con EEUU el 14 de Noviembre de 1991 y que entró en vigencia el 20 de Octubre de 1994. Y el suscrito con Rusia el 20 de Noviembre del 2000.  Uniones aduaneras suscrito con países miembros del MERCOSUR, como Paraguay, el 26 de Marzo de 1991 y Acuerdos de alcance parcial suscrito también con Paraguay el 6 de Noviembre de 1992
	Enoturismo	Muy desarrollado

(continúa)

Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis interno	Variables	Argentina
<b>Debilidades</b>		
	Inclemencias climáticas	La ocurrencia de heladas tardías o tempranas es un factor climático limitante en determinadas regiones. Otro factor adverso a la vitivinicultura lo constituyen las tormentas de granizo, que en algunas localidades como Mendoza, producen la pérdida de la totalidad o parte de las cosechas. Esto es bastante relevante, debido a que Mendoza concentra casi el 70% de la producción vitícola. También norma el comportamiento de los contratos de compra venta de uva, los que no pueden realizarse a largo plazo como en Chile
	Menor calidad de los vinos baratos	En general, la calidad de los vinos es mucho menor que en Chile. Acá se puede obtener un buen vino por \$2.500, allá por mas de \$10.000.
	Poco sentido de compromiso de las personas	A todo nivel. Desde el hecho que aún cuando se hagan contratos de compra-venta de uva, pocas veces se respetan. Por otro lado, la calidad de los vinos exportados no es homogénea, esto implica que al importador se cree una imagen distorsionada de vinos de un mismo precio, es decir, a veces buenos por \$10.000, a veces malos.
	Inestabilidad política y económica	La economía argentina ha sido muy desigual a lo largo de su historia. A principios del siglo XX era uno de los países con mejores perspectivas del mundo, pero a lo largo de los años ha atravesado diversas crisis que influyeron negativamente en la economía del país. En la actualidad, es considerada como una de las principales economías emergentes. A su vez, por su dimensión económica y experiencia en crisis económicas, forma parte del G-20 (grupo de los 20 países industrializados y emergentes). Ver anexo VI.

(continúa)

Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis interno	Variables	Argentina
Debilidades	Inestabilidad política y económica	<p>Características años 90: apertura económica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Privatización de los servicios públicos. En 1991, el ministro de economía Domingo Cavallo recurrió a la Ley de Convertibilidad (anexo VII); por la inflación que sufrió el país a fines de los 80', con lo que hubo altas tasas de crecimiento entre 1991-1994. A fines de 1994 por el Efecto Tequila (ver anexo VIII), se produjo una disminución en el PIB y las exportaciones argentinas hasta el segundo trimestre del 96'. Luego el PIB y las exportaciones se vuelven a reactivar hasta el 98'. Pero con efectos funestos para mas tarde como:</li> <li>-Fuga de capitales: 8.000 millones de dólares</li> <li>-Argentina debió ser socorrida por prestamistas internacionales que aumentaron el endeudamiento público.</li> <li>-Aumentó 3% el IVA (del 18 al 21%). Se debió armar una red de seguridad del sistema bancario nacional.</li> <li>-Alto desocupación a nivel nacional de un 18,4%.</li> <li>-Cadena de convocatorias y quiebras nacionales.</li> <li>-Bajó el consumo y la inversión mermó el 15,9% reapareció el déficit fiscal.</li> </ul> <p>Crisis del 2001: los problemas de este modelo noventista determinaron una recesión desde 1998 que estalló a fines del 2001, y terminaron por provocar el fin de la Ley de Convertibilidad con importantes secuelas. Una de ellas, el Corralito (Anexo IX). En 2002, en parte por la devaluación que adoptó el país luego del default (Anexo X) de la Deuda Externa (pública y privada); la pobreza alcanzó al 57,5% de la población, la indigencia al 27,5% y la desocupación al 21,5%.</p>

(continúa)



Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis interno	Variables	Argentina
Debilidades	Inestabilidad política y económica	<p>Situación actual (2003 en adelante)</p> <p>-Reestructuración de la deuda externa y el papel del FMI (Anexo XI)</p> <p>Tras la crisis del 2001, la Argentina entró en default. El 14 de enero de 2005 se lanzó oficialmente la operación de canje de la deuda en default. La Argentina ofreció un descuento importante sobre sus obligaciones, un 76 % (esta oferta no incluyó el FMI y otros organismos internacionales, con quienes el país ha cumplido sus deudas).</p> <p>En diciembre de 2005, Néstor Kirchner decidió liquidar la deuda argentina con el FMI en un solo pago, sin nueva financiación, por un total de 9.810 millones de dólares utilizando las reservas internacionales que alcanzaron un valor de 28.000 millones de dólares ese año. El pago en parte fue financiado por Venezuela, quien compró obligaciones argentinas por 1.600 millones de dólares. Según datos del Ministerio de Economía, en septiembre de 2006, las reservas volvieron a alcanzar el nivel previo a la cancelación total de deuda con este organismo de 28.000 millones de dólares. Esto se debe a una de las políticas del Banco Central de Argentina de mantener un dólar alto en relación con el peso argentino. Las cotizaciones se encuentran en 3,89 pesos argentinos por dólar para la venta y 3,85 por dólar para la compra. Indicadores como la pobreza y el desempleo, lograron reducirse en forma sustancial desde 2002.</p> <p>-Recuperación y expansión de la economía</p> <p>Con una "política de dólar alto" que permitió producir bienes y servicios a precios competitivos en el mercado internacional, algunas industrias de la Argentina comenzaron a reflorar después de la crisis</p>

(continúa)

Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis interno	Variables	Argentina
<b>Debilidades</b>		
	Inestabilidad política y económica	A mediados de 2002 se vislumbran signos de reactivación económica y desde 2003 a 2007, el país registró una fase de crecimiento económico con tasas que oscilaron en torno al 9%. Esta política económica favoreció la sustitución de importaciones, lo que ha incrementó la competitividad de la industria argentina
	Gestiones de gobierno	El gobierno solo subsidia cultivares criollos y son muchas las exigencias impuestas a los exportadores.
	Falta innovar	Limitada existencia de investigación conducida localmente
	Se necesita una mejor administración	La mayoría de las compañías son administradas como empresas de familia.
Análisis externo	Variables	Argentina
<b>Oportunidades</b>		
	Mejorar gestiones gobierno	Se debe fomentar el uso de cultivares finas. A través de subsidios del estado
	Aumentar exportaciones	Considerado como un país emergente, en cuanto a las exportaciones y con mucho nicho aún que ganar.
	Posicionamiento de nuevas cepas emblemáticas	Cepas como Torrontés y Tempranillo, podrían diferenciarse bien
	Mejorar en la parte vitícola	Modernización tecnológica de las bodegas y establecer reglas claras y a largo plazo para los inversionistas tanto nacionales como extranjeros en relación a sus inversiones y exportaciones
	Establecer claramente el nicho de mercado	Se debe aprender a establecer el mercado al cual el vino apunta.
	Ampliar enoturismo	Construyendo caminos accesibles a las viñas.

(continúa)

Cuadro 31 (continuación): Matriz FODA industria vitivinícola argentina

Análisis externo	Variables	Argentina
Amenazas	Productos sustitutos	Cerveza: el consumo per cápita, alcanza los 33 litros.
	Riesgos de la industria	El granizo que ralea las viñas La caída de rentabilidad provocada por un dólar estancado La inflación alta Riesgos del modelo australiano que hoy sigue argentina, es decir, apostar por una sola cepa y por un mercado en particular, EEUU.

Fuente: Elaboración propia.

### Análisis de competitividad `` Porter`` en la industria vitivinícola chilena y argentina.

El siguiente apartado se llevó a cabo a través de las cinco fuerzas competitivas, descritas por Porter, ellas determinan la rentabilidad a largo plazo de un determinado mercado. Así, se analiza comparativamente la industria vitivinícola chilena y la industria vitivinícola argentina. Cuadro 32

Cuadro 32: Análisis Porter comparación entre la industria del vino de Chile y Argentina

Amenaza de entrada de nuevos competidores	Argentina	Chile
<b>Barreras a la entrada</b>		
Alta inversión inicial, en tecnología agrícola y sobretodo en bodega	sí	sí
Acceso a tecnología de punta: se necesita poder incorporar tecnologías cada vez mas modernas de producción, proceso y almacenamiento de vinos. Las empresas mas grandes pueden competir con precios mas bajos por poseer economía de escala.	sí	sí
Dependencia de tecnología importada (por ejemplo sistemas de riego, ciertas prensas, etc)	sí	sí
Acceso a sistemas de distribución: actualmente los canales de distribución son un cuello de botella.	sí	sí
Se necesita que exista diferenciación de producto, en cuanto a diseño de botellas, formas de etiquetas y múltiple combinación de cepas.	sí	sí
Se requiere proceso de aprendizaje y experiencia en el rubro por parte de todos los agentes hacedores de vino.	sí	sí
<b>Acciones del gobierno</b>		
Estabilidad y consistencia en las políticas	no hay demasiada	sí
Facilidad para los movimientos de capital entre países	mala imagen de Argentina en el extranjero por incumplimientos en el pago de su deuda externa.	sí
Garantía para la propiedad de la inversión extranjera	existe cierta incertidumbre	sí
Tipo de cambio	depreciación del dólar con respecto al peso argentino.	depreciación del dólar con respecto al peso chileno.

(continúa)

Cuadro 32 (continuación): Análisis Porter comparación entre la industria del vino de Chile y Argentina

Intensidad de la rivalidad entre los competidores	Argentina	Chile
<b>Rivalidad de competidores actuales</b>		
Industria esta altamente concentrada	No. Las ocho primeras empresas (ver anexo XVI) alcanzan el 60% de la participación en el mercado, mostrando una estructura de mercado estratificada.	Sí. Las tres primeras empresas se reparten el 76,4% del mercado (anexo XVII)
En los últimos 7 años, crecimiento anual de la producción, exportaciones y plantaciones	Producción: -10,6% Exportaciones: 326 % Plantaciones: 12 %	Producción: 27 % Exportaciones: 130 % Plantaciones: 24 %
Existe alta diferenciación de productos entre las distintas empresas vinícolas	sí	sí
<b>Barreras a la salida</b>		
Alta especialización de los activos	sí	sí
Alto costo de salida por una sola vez (liquidación de la mano de obra)	sí	sí
Interrelaciones con otros negocios	sí	sí

(continúa)

Cuadro 32 (continuación): Análisis Porter comparación entre la industria del vino de Chile y Argentina

Poder de negociación de los proveedores	Argentina	Chile
El principal insumo de la industria es la uva	se desconoce el dato	Existen 53 empresas
Número de empresas productoras de uva vinífera		
El poder de negociación de los productores de uva es bajo en relación a los compradores	sí, excepto en Mendoza cuando hay daño por granizo en la cosecha	sí
La mayoría de las empresas están integradas hacia atrás, aunque su propia producción es insuficiente	sí	sí
Insumos enológicos	Ver anexo XIV	Ver anexo XV
Nº de proveedores de cápsulas y corchos	5	9
Nº de proveedores de envases	2	5
Nº de proveedores de barricas y duelas	2	7
Poder de negociación de los compradores	Argentina	Chile
Demandantes mayoritarios	Consumo interno Actualmente se consumen 30 litros per-cápita	Consumo externo
Exportaciones	Rusia, EEUU y Paraguay	Inglaterra, Canadá, Alemania, Francia y EEUU (concentran el 61% de las exportaciones)
Los consumidores son cada vez mas exigentes en la relación precio-calidad del vino	sí	sí

(continúa)

Cuadro 32 (continuación): Análisis Porter comparación entre la industria del vino de Chile y Argentina

Amenazas de ingresos de productos sustitutos	Argentina	Chile
Como producto genérico, el vino tiene relativamente pocos sustitutos y se asocia a un estilo de vida elevado	sí.	sí.
Principales sustitutos	Cerveza	Cerveza y Pisco
La tendencia es seguir aumentando el consumo de cerveza	Sí. Actualmente se consumen 33 litros per-cápita	Sí. Actualmente se consumen 28 litros per-cápita

Fuente: Elaboración propia.

:

## CONCLUSIONES

En relación a la evolución de las principales variables vitivinícolas

Las plantaciones con vid vinífera, durante los años 2000 y 2007, en Argentina fueron de 188.398 hectáreas y 211.231 hectáreas respectivamente. Para Chile durante los años 2000 y 2007 fueron de 103.876 hectáreas y de 128.993 hectáreas respectivamente. Lo que significa que las superficies de ambos países fueron al alza, sin embargo la tasa de crecimiento de Chile fue 12% superior a la de Argentina.

Las provincias productoras de uva vinífera en Argentina se encuentran muy concentradas, 2 de ellas concentran el 92% de la producción. Mendoza (70%) y San Juan (22%). En Chile, las provincias productoras se encuentran más atomizadas, 4 de ellas concentran el 94% de la producción. Región del Maule (43%), región Del Libertador Bernardo O'Higgins (28%), región del Bío Bio, (13%), y región Metropolitana (10%).

Hay predominio de grandes superficies vitícolas en Argentina, éstas bordean las 100 hectáreas, en cambio, en Chile predominan predios vitícolas de menos de 50 hectáreas.

Si se evalúan las hectáreas plantadas con distintas cepas, podemos concluir, que la tendencia en ambos países es plantar más cepas tintas que blancas.

Si se analiza la producción de vino se observa que: ambos países presentan una tendencia al alza, pero Chile en una proporción mayor, debido a que aumenta un 23% durante el período.

Si se observa el consumo de vino. Chile aumenta el consumo interno durante el período y Argentina lo disminuye. Aún así, en Argentina se consume el doble de vino que en Chile.

En relación al volumen exportado de vino durante el período (2000-2007) para Argentina fueron de 843.023 hectólitros y 3.597.702 hectólitros respectivamente. Para Chile durante el período (2000-2007) fueron de 2.647.499 hectólitros y 6.099.560 hectólitros respectivamente. Lo que significa que ambos países fueron al alza. Sin embargo, la tasa de crecimiento de Argentina fue 197% superior a Chile.

En cuanto a la exportación de vino en términos económicos, Chile ha aumentado, pero Argentina lo ha hecho aún más, con un alza del 16% durante el período.

Si se compara el precio unitario del vino, se puede observar que: Argentina tuvo un alza del 9,2%, esto no se debe al precio del vino en sí, sino a que el precio del vino chileno disminuyó. Cabe señalar que aún así el precio del vino chileno es el doble que el argentino.

La importación de vino que hizo Argentina durante el período, disminuyó un 94%.

Si se observa el número de bodegas el año 2003, las bodegas argentinas fueron 84.098 comparadas con las chilenas que fueron 451.

Respecto a la determinación de las proyecciones de la industria vitivinícola:

Si se analizan las encuestas, se puede afirmar que: tanto en Argentina como en Chile, se valora positivamente las sentencias que resaltan que la industria vitivinícola seguirá creciendo, así como también se valora positivamente los enunciados que tienen que ver con la exportación, por lo que se desprende que ambas vitiviniculturas tienen proyección futura. De un total de 54 preguntas el 11% presenta diferencia significativa entre las viñas de Chile y de Argentina. En términos generales, sentencias que tienen que ver con la capacitación en el área de comercio vitivinícola; con el marketing vitivinícola; con los residuos líquidos



industriales; con la aceptabilidad del vino en el extranjero por sus bajos precios; con las denominaciones de origen y con los costos de embotellación y embalaje.

Si se comparan los dos modelos econométricos propuestos también se ve que ambas industrias tienen proyecciones futuras.

Con relación a Argentina, el modelo obtenido establece una relación directa entre volumen de vino exportado, con valor unitario (FOB) y con la superficie vitivinícola cultivada. También establece una relación inversa con las remuneraciones de la industria manufacturera. Esto se explica debido a que durante el período evaluado ocurrieron 2 grandes crisis económicas generadas por la Ley de la Convertibilidad argentina, por lo que en el año 2002 el desempleo llegó a sus niveles máximos, lo que concurda con la disminución en las remuneraciones, incluidas las de la industria manufacturera; con lo que disminuyó el poder adquisitivo, así como también el consumo de vino y los productores debieron abrir sus horizontes para no perder su producción y aumentar las exportaciones.

Con relación a Chile, el modelo obtenido establece una relación directa entre volumen de vino exportado, con el precio FOB y con el área de la superficie vitivinícola rezagada en 3 años. También establece una relación inversa al precio nacional de vino a granel, esto se explica debido a que si el precio del vino es bajo, es porque se produjo una gran cantidad, lo que concurda con lo ocurrido en el período evaluado, por lo que existe un mayor volumen exportable; además, la cantidad de vino exportado es inversa al ingreso nacional, esto se explica en el supuesto en que a bajos salarios, habría una baja en el consumo nacional, con el correspondiente aumento en la exportación. Se sabe, que el consumo chileno aumentó durante el período evaluado, por lo tanto, esto no sería una aseveración verdadera y si vamos a la prueba de multicolinealidad, se ve que la ecuación lineal que relaciona ambas variables presenta un coeficiente de determinación muy alto, aproximadamente 0,9646, por lo que quizás sería conveniente desestimar la variable, y en su lugar estimar otras nuevas. No se continuó buscando variables, porque el tiempo no lo permitió, sólo se dejó el modelo más apropiado de muchos propuestos.

Respecto a establecer una comparación estratégica de la vitivinicultura:

Chile posee una industria vitivinícola altamente concentrada, se propone lo siguiente; lo 1º es que las viñas pequeñas se asocien, con el fin lograr economías de escala: producir más a un menor precio, y comercializar en el mercado local; lo 2º es que las viñas pequeñas, generen productos diferenciados que apunte a un nicho específico en el mercado externo.

Para afianzar la imagen país en el extranjero, se debe apoyar las campañas de Wines of Chile; como también, se propone que: cuando el presidente o embajador viajen a un determinado país, se regale o sirva vino en la mesa; que se organicen ferias a nivel internacional y que las embajadas en cada país sean centros de análisis de los gustos y preferencias de ese país en particular, para apuntar a nichos específicos. Hay que resaltar íconos deportivos y aprovechar la tradición vitivinícola y exportadora de Chile, así como también la imagen de un país serio en términos comerciales y con bajos rechazos en el extranjero. Faltan campañas de marketing a nivel nacional que promuevan el consumo de vino, resaltando cualidades positivas para la salud, como buena fuente de antioxidantes; falta que se eduque a la población resaltando nuestra historia vitivinícola y exportadora por la televisión y la radio a fin de afianzar una nueva conciencia de orgullo por lo alcanzado; y por último falta que en bares, pubs y discotecas, exista alguien en la barra, enseñando a catar

vino. Falta desarrollar el enoturismo, cada viña debiese tener un guía, que se dedicara a mostrar características de la viña determinada, cómo se hace y que vino se produce y terminar degustando por un cierto valor económico.

Ausencia de un organismo estatal que se encargue de la investigación y desarrollo, a fin de dejar de copiar modelos extranjeros. Además los profesionales deben compartir las investigaciones que desarrollan, para empezar de ahí en adelante y no perder tiempo.

En Argentina, se debe lograr reposicionar el vino dentro del mercado local, a fin de alcanzar el consumo previo a las crisis económicas, con medidas como las ya mencionadas para Chile. Además, falta crear caminos accesibles a las bodegas. Alrededor del 70% de la producción se concentra en Mendoza, donde ocasionalmente ocurren tormentas de granizo, que producen la pérdida de la totalidad o parte de las cosechas. Esto norma el comportamiento de los contratos de compra venta de uva, los que no pueden realizarse a largo plazo como en Chile. Como medida técnica a adoptar existe la malla antigranizo, con su costo asociado.

Otro problema es la inconsistencia política, existe mala imagen de Argentina en el extranjero por incumplimiento en el pago de su deuda externa e incertidumbre de garantía para la propiedad de la inversión extranjera. Esto solo con el tiempo, podrá ser remediado. Se recomienda que el gobierno aparte de la variedad Criolla subsidie variedades finas.

Se debe mejorar el grado de compromiso de las personas, sobretodo, respetar los contrato de compra-venta de uva. Por otra parte, la calidad de los vinos exportados no es homogénea, esto genera una imagen distorsionada de vinos de un mismo precio. Ante esto, se recomienda aprender a establecer claramente el mercado al cual el vino apunta.

En Argentina se adoptó el modelo australiano, es decir, apostar por una sólo cepa, el Malbec y a un solo mercado mayoritario, EEUU y es malo poner *``todos los huevos en la misma canasta``*. Frente a esto se recomienda apostar por otras cepas y en otros mercados.

## BIBLIOGRAFÍA

Anónimo, 2006. HRW Atlas Mundial-Mundo. Disponible en [http://go.hrw.com/atlas/span\\_htm/argentin.htm](http://go.hrw.com/atlas/span_htm/argentin.htm). Leído el 12 Octubre 2009

Anónimo, 2006. HRW Atlas Mundial-Mundo. Disponible en [http://go.hrw.com/atlas/span\\_htm/chile.htm](http://go.hrw.com/atlas/span_htm/chile.htm). Leído el 12 Octubre 2009

Aspiazu, D y Basualto E. 2003. Componente: Industria vitivinícola. Disponible en: [http://www.proargentina.gov.ar/documentos/dem\\_documentos/CEPAL%20-20%VINOS.pdf](http://www.proargentina.gov.ar/documentos/dem_documentos/CEPAL%20-20%VINOS.pdf) Leído el 20 Agosto 2007.

Banco Central de Chile (BCC), 2000. Anuario de Cuentas Nacionales 1999 Editado por el Departamento Publicaciones de la Gerencia de Investigación Económica Banco Central de Chile. Stgo, Chile, 349 p. Disponible en <http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/actividad-economica-gasto/pdf/ctasnac1999.pdf> (1990-1999). Leído el 6 de Noviembre 2010

Banco Central de Chile (BCC), 2011. Cuentas Nacionales. Actividad económica y gasto. Ingreso nacional bruto disponible real. Stgo, Chile, 2 p. Disponible en [http://www.bcentral.cl/estadisticas-economicas/series-indicadores/index\\_aeg.htm](http://www.bcentral.cl/estadisticas-economicas/series-indicadores/index_aeg.htm). Leído el el 6 de Noviembre 2010

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT). Nuestro país. Clima y vegetación. Disponible en: <http://siit2.bcn.cl/nuestropais/clima.htm>. Leído el 7 de Abril de 2008.

Centro de Economía Internacional (CEI), 2003. Oportunidades y Desafíos para la Argentina en el Mercado de Asia Oriental. Un Estudio de Impacto. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Secretaría de Comercio y Relaciones Económicas Internacionales. 6° Edición Centro de Economía Internacional. Mendoza, Chile, 98 p. Disponible en: [http://www.cei.gov.ar/userfiles/6asia\\_op.pdf](http://www.cei.gov.ar/userfiles/6asia_op.pdf). Leído el 21 de Mayo 2008.

Clarín, 1997. ¿Argentina se beneficio con el efecto Tequila?. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/96/08/18/tit.htm>. Leído el 21 de Mayo de 2008

Clarín, 2007. Vinos: un prestigioso consultor dice que Argentina está mejor que Chile. Disponible en: <http://www.clarin.com/diario/2007/03/09/elpais/p-02001.htm> Leído el 11 de Octubre 2007

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2007. Balance preliminar de la economía de América Latina y el Caribe. Publicación de las Naciones Unidas. Stgo, Chile, 64 p. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/4522/lcg1984e.pdf>. Leído el 21 de Septiembre 2011.

Corporación Chilena del Vino (CCV), 2007. Análisis de las inversiones vitivinícolas en Chile. Disponible en: [http://www.ccv.cl/reportajes\\_datos.php?id\\_reportaje=96](http://www.ccv.cl/reportajes_datos.php?id_reportaje=96) Leído el 23 Agosto 2007.

Costa, V. 2004. La vitivinicultura mundial y la situación chilena en 2004. Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Subdepartamento de viñas y vinos. Stgo, Chile, 24p. Disponible en: [http://www.sag.gob.cl/pls/portal/docs/PAGE/PG\\_SAG\\_BIBLIOTECA/BIBL\\_INSYPROD/BIBLIO\\_INS\\_VINOS/BIBLIO\\_INS\\_VINOS\\_INFORMES/VITICULTURA\\_MUNDIAL\\_2004.PDF](http://www.sag.gob.cl/pls/portal/docs/PAGE/PG_SAG_BIBLIOTECA/BIBL_INSYPROD/BIBLIO_INS_VINOS/BIBLIO_INS_VINOS_INFORMES/VITICULTURA_MUNDIAL_2004.PDF) Leído el 18 Agosto 2007.

Costa, V. 2008. Análisis de la vitivinicultura mundial y la situación chilena 2008. Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Subdepartamento de viñas y vinos. Stgo, Chile, 40p.

Diario del vino, 2011. Proveedores por rubros Disponible en <http://www.diariodelvino.com/emp/prov/proveedores.htm>. Leído el 25 de Marzo 2010.

Fundación Wikipedia. Economía de Argentina. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Argentina](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Argentina). Leído el 11 de Octubre 2011.

Fundación Wikipedia. Economía de Argentina. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Chile](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Chile). Leído el Leído el 11 de Octubre 2011

Fundación Wikipedia. Clima de Argentina. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Clima\\_de\\_Argentina](http://es.wikipedia.org/wiki/Clima_de_Argentina). Leído el 17 de Octubre 2011

García, F. Guerra abierta en los mercados colombianos entre los vinos chilenos y los argentinos. Revista Semana.com. 29/05/2007. Edición 1308. Disponible en: [http://www.semana.com/wf\\_InfoArticulo.aspx?IdArt=104069](http://www.semana.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=104069) Leído el 30 Agosto 2007.

Gujarati, D. 2003. Econometría. Traducción: Garmendia, D. y G. Arango. 4<sup>ta</sup> ed. McGraw-Hill, México D.F., México. 972 p.

Hernández, R. 2006. Metodología de la investigación. 4<sup>a</sup> Edición Mc Graw-Hill Interamericana, México. 850 p.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2008. Consumo estimado per-cápita-comparativo mensual-año 2008. Disponible en:

<http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/Despachos/2008/ConsumoPerCapita.pdf> Leído el 12 Septiembre del 2009.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2006. Exportaciones argentinas de vinos año 2006 según país de destino. Disponible en: [http://www.diariodelvino.com/notas2/export\\_ar2006.xls](http://www.diariodelvino.com/notas2/export_ar2006.xls) Leído el 27 Septiembre 2007.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2002. Registro de superficies y viñedos-año 2002. Instituto Nacional de Vitivinicultura. Departamento de estadística y estudios de mercado. Mendoza, Argentina, 6p. Disponible en <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/RegistroVinedos/registrovinedossuperficie.PDF> Leído el 23 de Junio de 2008.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2003. Registro de superficies y viñedos-año 2003. Instituto Nacional de Vitivinicultura. Departamento de estadística y estudios de mercado. Mendoza, Argentina, 6p. Disponible en <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/RegistroVinedos/registrovinedossuperficie2003.PDF>. Leído el Leído el 11 de Octubre de 2008.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2004. Registro de superficies y viñedos-año 2004. Instituto Nacional de Vitivinicultura. Departamento de estadística y estudios de mercado. Mendoza, Argentina, 6p. Disponible en <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/RegistroVinedos/registrovinedossuperficie2004.pdf> Leído el 1 de Diciembre 2008

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2005. Registro de superficies y viñedos-año 2005. Instituto Nacional de Vitivinicultura. Departamento de estadística y estudios de mercado. Mendoza, Argentina, 6p. Disponible en <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/RegistroVinedos/registrovinedossuperficie2005.pdf> Leído el 1 de Diciembre 2008

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2006. Registro de viñedos y superficie-año 2006. Instituto Nacional de Vitivinicultura. Departamento de estadística y estudios de mercado. Mendoza, Argentina, 9p. Disponible en <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/RegistroVinedos/registrovinedossuperficie2006.PDF> Leído el 3 de Abril de 2009.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2007. Registro de viñedos y superficie-año 2007. Instituto Nacional de Vitivinicultura. Departamento de estadística y estudios de mercado. Mendoza, Argentina, 9p. Disponible en <http://www.inv.gov.ar/PDF/Estadisticas/RegistroVinedos/registrovinedossuperficie2007-total%20provincias.pdf>. Leído el 2 de Abril 2009.

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), 2008. Síntesis Básica de Estadística Vitivinícola Argentina. Años 1991 a 2007. Departamento de estadística y estudios de

mercado. Subgerencia de Estadística y Asuntos Técnicos Internacionales. Mendoza, Argentina, 14 p.

Kotler, P y Keller, K. 2006. Dirección de Marketing. 12º Edición. Pearson Educación, Naucalpán de Juárez, México, 729 p.

Lavarello, P; Gutman G. y Filipetto S. 2011. Biotecnología en la Industria Vitivinícola en Argentina: ¿Nuevas Modalidades de Innovación en una Actividad Tradicional? Universidad Alberto Hurtado. Facultad de Economía y Negocios. Journal of Technology Management Innovation 6 (junio): 2-5. Disponible en: [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242011000200012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242011000200012&script=sci_arttext). Leído el 5 de Noviembre 2010

Los Andes, 2007. En vinos, Argentina alcanzará los US\$1.000 millones en exportaciones. Disponible en: [www.losandes.com.ar/imprimir.asp?nrc=381307](http://www.losandes.com.ar/imprimir.asp?nrc=381307) Leído el 11 Octubre 2007

Mattioli, A y Navarrete, L y Nogal, M., 2008. Síntesis básica de estadística vitivinícola argentina años 1991 a 2007. Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). Departamento de estadística y estudios de mercado. Subgerencia de estadísticas y estudios internacionales. Mendoza, Argentina, 14 p.

Mora, M.; Magner, N. 2005. Análisis de precios y situación del mercado vitivinícola del vino chileno. Documento de trabajo de Wines of Chile.

Oficina de Estudios y políticas agrarias (ODEPA), 2011. Ministerio de Agricultura. Gobierno de Chile. Precios. Series de Precio. Series de tiempo. Stgo, Chile, 1 p. Disponible en [http://www.odepa.gob.cl/servlet/sistemas.series\\_precios.tiempo.ServletTiempoTrx;jsessionid=BE370105260BB3DD21A9301157945F9B](http://www.odepa.gob.cl/servlet/sistemas.series_precios.tiempo.ServletTiempoTrx;jsessionid=BE370105260BB3DD21A9301157945F9B) Leído el 21 de Noviembre 2010

Organización de los Estados Americanos (OEA). Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE). Tratados Bilaterales de Inversión. Disponible en: [http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGBITS\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGBITS_s.asp). Leído el 5 de Marzo 2011.

Organización Internacional de la Vid y el Vino (OIV), 2007. Informe sobre la situación de la vitivinicultura mundial en 2006 Disponible en: [http://news.reseau-concept.net/images/oiv\\_es/Client/Communique\\_de\\_presse\\_Budapest\\_stats\\_ES.pdf](http://news.reseau-concept.net/images/oiv_es/Client/Communique_de_presse_Budapest_stats_ES.pdf) Leído el 23 Agosto 2007.

Perloff, J. 2004. Microeconomía. 3º Edición. Editorial: Addison-Wesley, 888p.

Porter, M. 2006. Estrategia y ventaja Competitiva. Lideres del Management, Dirección. Ed Deusto. Barcelona, España, 222 p.

Sabogal, H. Ruge el gigante. [on line] Revista América Economía. 16/02/2007. Edición 336. Disponible en: [http://www.americaeconomia.com/PLT\\_WRITE-](http://www.americaeconomia.com/PLT_WRITE-)

PAGE.asp?SessionId=&Language=0&Modality=0&DateView=&NamePage=SearchResultArti&Section=1&Content=28745&Style=15543 Leído el 11 Septiembre 2007.

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2000. Catastro Vitícola Nacional 2000. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 45 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hFJA6f0LsdgR&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3449>. Leído el 6 de Octubre 2009

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2001. Catastro Vitícola Nacional 2001. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 45 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hEeytsexWYOR&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3450>. Leído el 13 de Octubre 2009.

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2002. Catastro Vitícola Nacional 2002. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 46 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hHCVYGXogpVe&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3451>. Leído el 13 de Octubre 2009.

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2003. Catastro Vitícola Nacional 2003. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 48 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hGaX2B5q6gRt&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3452>. Leído el 22 de Octubre 2009

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2004. Catastro Vitícola Nacional 2004. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 47 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hGw2kxvlO2jC&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3453>. Leído el 3 de Mayo 2010

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2005. Catastro Vitícola Nacional 2004. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 51 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hBkS11yJNE9h&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3454> Leído el 27 de Mayo 2010

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2006. Catastro Vitícola Nacional 2006. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos, 50 p Disponible en: <http://www.sag.cl/common/asp/pagAtachadorVisualizador.asp?argCryptedData=GP1TKTXdhRJAS2Wp3v88hFoXgBZICVD0&argModo=&argOrigen=BD&argFlagYaGrabados=&argArchivoId=3445>. Leído el 27 de Mayo 2010

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 2007. Catastro Vitícola Nacional 2007. Departamento de Protección Agrícola. Viñas y vinos. Stgo, Chile, 48 p. Disponible en: [http://www.sag.cl/opendocs/asp/pagDefault.asp? boton=Doc52&argInstanciaId=52&argCarpetaId=1462&argTreeNodosAbiertos=\(1462\)\(-52\)&argTreeNodoActual=1462&argTreeNodoSel=467](http://www.sag.cl/opendocs/asp/pagDefault.asp? boton=Doc52&argInstanciaId=52&argCarpetaId=1462&argTreeNodosAbiertos=(1462)(-52)&argTreeNodoActual=1462&argTreeNodoSel=467). Leído el 12 de Agosto 2010.

Servicio Agrícola y Pecuario (SAGyP), 2006. Dirección general de alimentos. Vinos. Disponible en: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/bebidas/vinos\\_mayo2006/vinos.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/bebidas/vinos_mayo2006/vinos.htm). Leído el 17 Agosto 2007

Trujillo, D y Neuman, E. 2004. Estudio de la situación de las bodegas de vinos en Chile. Corporación Chilena del Vino (CCV). Stgo, Chile, 43 p.

Vinos de Chile, 2007. Información y estadísticas. Estadísticas anuales. Disponible en <http://www.vinasdechile.cl/contenidos/informacion/estadisticas-anuales/> Leído el 12 de Agosto 2010.

Wigodski, T; Martínez, A y Sepúlveda R. 2008. Caso: Viña Concha y Toro S. A. Modelo de Internacionalización. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Departamento de Ingeniería Industrial, 36 p. Disponible en <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/106%20ceges%20TW.pdf>. Leído el 2 de Abril 2011.



## APÉNDICES

### Apéndice I.

Cuadro 38: Evolución de la superficie vitícola argentina.

Año	Superficie vitícola (hás)
2000	201.113
2001	204.133
2002	207.986
2003	210.530
2004	212.659
2005	218.590
2006	223.034
2007	225.846

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

### Apéndice II.

Cuadro 39. Evolución de la superficie vitícola chilena.

Año	Superficie vitícola (hás)
2000	164.770
2001	168.440
2002	170.726
2003	172.635
2004	175.365
2005	179.095
2006	181.843
2007	182.661

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

**Apéndice III.****Cuadro 40: Evolución de la superficie vitivinícola argentina.**

Año	Superficie plantada con vid vinífera (hás)
2000	188.398
2001	191.319
2002	195.160
2003	197.591
2004	199.719
2005	205.021
2006	208.936
2007	211.231

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

**Apéndice IV.****Cuadro 41: Evolución de la superficie vitivinícola chilena.**

Año	Superficie plantada con vid vinífera (hás)
2000	103.876
2001	106.971
2002	108.569
2003	110.097
2004	112.056
2005	114.448
2006	116.793
2007	128.993

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

**Apéndice V.**

Cuadro 42: Comparación de la parte de la superficie continental que representa la superficie vitivinícola argentina el año 2007.

Superficie continental	Superficie vitivinícola
m2	m2
2.780.400.000.000	2.112.310.000

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Anónimo, 2006 e INV, 2007

**Apéndice VI.**

Cuadro 43: Comparación de la parte de la superficie continental que representa la superficie vitivinícola chilena el año 2007.

Superficie continental	Superficie vitivinícola
m2	m2
756.626.000.000	1.289.930.000

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Anónimo, 2006 y SAG, 2007

**Apéndice VII.**

Cuadro 44: Evolución de la distribución de las regiones vitivinícolas argentinas.

Año	Mendoza	S Juan	L Rioja	R Negr	Catama	Salta	Neuquén	Córdo	L Pam
2002	136.010	44.026,9	7.403,19	2.608,47	2.160,9	1.779,96	660,56	321,84	114,47
2003	137.098	44.899,7	7.551,17	2.631,55	2.195,15	1.793,47	897,21	312,52	114,5
2004	139.583	44.207,2	7.692,99	2.691,75	2.224,03	1.791,05	983,34	279,88	174,69
2005	143.430	45.055,8	7.883,05	2.712,41	2.230,33	1.827,97	1.287,74	277,62	204,46
2006	146.675	45.553,8	7.842,89	2.698,92	2.292,35	1.916,69	1.351,8	284,79	204,22
Año	Tucuman	Chubut	San Luis	St d Est	B Aires	Misiones	En Ríos	Jujuy	
2002	21,58	18,77	15,95	8,44	1,88	0,94	0	0	
2003	40,36	18,77	15,95	8,45	3,75	1,88	0	0	
2004	40,39	18,78	5,64	8,45	25,36	1,88	0	0	
2005	40,33	18,76	5,63	8,44	28,14	1,88	4,69	0	
2006	40,28	18,74	5,62	8,43	34,66	3,75	4,68	1,87	

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007).

**Apéndice VIII.**

Cuadro 45: Evolución de la distribución de las regiones vitivinícolas chilenas.

Año	Coquimbo	Valparaíso	L B O`Hig	Del Maule	Del B-Bío	Araucan	D L Lago	Metrop
2000	1.804	4.782	29.041	45.050	13.744	5	0	9.450
2001	2.067	4.965	29.809	46.400	13.662	5	0	10.063
2002	2.127	5.006	30.461	46.877	13.632	5	0	10.461
2003	2.192	5.171	31.053	47.340	13.799	10	5	10.528
2004	2.192	5.169	31.816	48.273	13.908	13	5	10.680
2005	2.198	5.525	32.554	49.396	13.970	17	4,6	10.784
2006	2.271	5.540	33.856	50.315	14.000	17	4,6	10.791

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

**Apéndice IX.**

Cuadro 46: Evolución de Propiedades de vides argentinas destinadas a vinificación, según rangos de superficie en hectáreas.

Año	0,0001 a 0,5	0,5001 a 1	1.0001 a 2,5	2.5001 a 5	5.0001 a 7,5	7,5001 a 10
2002	685,9	2129,94	9105,26	21121,13	15928,58	15375,92
2003	681,35	2132,27	9130,67	21242,01	15858,77	15456,16
2004	655,56	2077,51	8974,06	22224,03	15849	15520,28
2005	634,21	2036,27	8898,51	21022,65	16016,89	15902,75
2006	639,83	2048,78	8899,6	21083,62	16148,56	14608,46
Año	10,001 a 15	15,0001 a 25	25,0001 a 50	50,0001 a 100	mayor a 100	
2002	19830,97	29578,97	34156	26567,96	20681,07	
2003	19873,68	30096,76	34218,65	27932,58	20959,52	
2004	21437,24	29677,78	34736,31	28034,18	21759,39	
2005	20488,61	31035,77	36637,66	28890,13	23451,81	
2006	20338,86	31958	34303,74	29513,88	24711,85	

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

**Apéndice X.**

Cuadro 47: Evolución de Propiedades de vides chilenas destinadas a vinificación, según rangos de superficie en hectáreas.

Año	0 a 1	1,1 a 5	5,1 a 10	10,1 a 20	20,1 a 50	mayor a 50
2000	5.735	4.283	1.306	969	733	350
2001	5.759	4.360	1.374	1.004	793	357
2002	5.557	4.348	1.412	1.025	807	362
2003	5.567	4.370	1.428	1.044	819	364
2004	5.581	4.394	1.455	1.051	838	376
2005	5.597	4.432	1.488	1.084	860	383
2006	5.606	4.460	1.517	1.098	870	396

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

**Apéndice XI.**

Cuadro 48: Evolución de la superficie argentina en hárs plantada con distintas cepas

Año	Cepas tintas	Cepas blancas	Cepas rosadas	Totales
2.000	70.048	49.432	68.918	188.398
2.001	74.970	48.838	67.973	191.780
2.002	79.891	48.243	67.027	195.161
2.003	84.377	47.422	65.791	197.590
2.004	88.136	46.919	64.664	199.719
2.005	92.993	47.640	64.389	205.022
2.006	97.489	47.970	63.477	208.936

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

## Apéndice XII.

Cuadro 49: Principales cepajes de Chile y su evolución en hás

Ppales cepajes tintos (hás)	Años						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Cab. Sauvignon	35.967	38.227	39.261	39.731	40.086	40441	40789
Pais	15.179	15.070	14.949	14.953	14.865	14909	14955
Merlot	12.824	12.887	12.768	12.879	12.942	13142	13368
Carménerè	4.719	5.407	5.805	6.045	6.545	6849	7183
Tintoreras	2.520	2.607	2.604	2.683	2.790	2880	2905
Syrah	2.039	2.197	2.347	2.468	2.754	2988	3370
Pinot Noir	1.613	1.450	1.434	1.422	1.440	1361	1382
Cabernet Franc	689	823	869	925	1.056	1099	1143
Cot	929	933	936	951	985	1014	1027
Carignan	641	656	651	646	669	669	675
Alicante Bouschet	362	388	402	402	400	403	438
otras tintas	263	257	255	254	248	249	249
Cinsaut	195	197	197	197	195	189	192
Petit Verdot	74	98	118	137	166	204	257
Sangiovese	123	129	130	128	124	124	124
Mezclas tintas	87	83	86	84	87	86	84
Zinfandel	90	90	82	82	82	82	76
Mourvedre	23	20	28	26	26	47	48
Petit Syrah	0	0	0	8	18	25	31
Verdot	10	10	10	10	9	7	7
Nebbiolo	10	8	8	8	9	9	9
Tempranillo	1	1	2	6	7	10	10
Lacrima Christi	0	0	4	4	4	4	4
Garnacha	0	0	0	0	0	0	1
Portugais Blue	0	0	0	0	0	1	0
Sub-Total	78.358	81.538	82.946	84.049	85.507	86.791	88.325
Ppales cpjes blancos (hás)	Años						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Sauvignon blanc	6.662	6.673	7.041	7.368	7741	8379	8697
Chardonnay	7.672	7.567	7.561	7.565	7722	8156	8548
Moscatel de Alejandría	5.978	6.009	6.043	6.035	6037	6026	6029
Semillón	1.892	1.860	1.843	1.821	1715	1708	1727

(continúa)

Cuadro 49 (continuación): Principales cepajes de Chile y su evolución en há

Torontel	1.067	1.059	1.043	1.039	1047	1042	1039
Chasselas	404	404	404	404	404	404	404
Mezclas blancas	401	380	341	312	321	336	336
Riesling	286	286	283	288	293	305	305
Otras blancas	379	326	276	274	278	263	255
Sauvignon Vert	132	196	69	209	209	231	234
Viognier	128	101	154	165	185	222	263
Moscatel Rosada	183	201	206	181	180	132	138
Gewurztraminer	121	132	143	161	162	191	182
Blanca Ovoide	106	106	106	106	105	117	134
Chenin Blanc	76	49	52	51	76	73	76
Sauvignon Gris	7	7	10	20	24	27	23
M de Frontignan	10	19	19	19	19	10	10
Pedro Jimenez	0	13	13	13	15	19	33
Pinot Blanc	13	42	13	13	13	13	13
Pinot Gris	2	2	2	2	2	3	14
Marsanne	1	1	1	2	2	2	2
Roussane	0	0	0	1	1	1	1
Cristal	0	0	0	0	0	0	0
Cargadora	0	0	0	0	0	0	0
Sub-Total	25.520	25.433	25.623	26.049	26.550	27.658	28.463
Totales	103.876	106.970	108.569	110.097	112.056	114.448	116.793

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del SAG (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007)

### Apéndice XIII.

Cuadro 50: Producción nacional de vino argentino en hectólitros

Años	Producción nacional de vinos (hl)
2000	12.491.263
2001	12.036.444
2002	11.988.496
2003	12.338.416
2004	11.112.578
2005	10.972.454
2006	11.103.938
2007	11.165.998

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

**Apéndice XIV.****Cuadro 51: Producción nacional de vino chileno en hectólitros**

Años	Producción nacional de vinos (hl)
2000	6.674.074
2001	5.658.634
2002	5.623.231
2003	6.868.523
2004	6.543.313
2005	8.037.805
2006	8.542.250
2007	8.476.642

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008)

**Apéndice XV.****Cuadro 52: Consumo de vino argentino (L/por habitante)**

Años	Consumo (Lts/habitante)
2000	37,75
2001	36,3
2002	32,9
2003	33,68
2004	29,87
2005	29,18
2006	29,23
2007	29,08

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.



**Apéndice XVI.**

Cuadro 53: Consumo de vino chileno (L/por habitante)

Años	Consumo (Lts/por habitante)
2000	14,9
2001	14,6
2002	15,2
2003	16,2
2004	16
2005	16,3
2006	14,5
2007	17,9

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008)

**Apéndice XVII.**

Cuadro 54: Evolución de la exportación de vino argentino en términos de volumen.

Años	Exportación de vino argentino (hls)
2000	843.023
2001	881.617
2002	1.234.409
2003	1.852.260
2004	1.553.391
2005	2.147.759
2006	2.934.248
2007	3.597.702

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

**Apéndice XVIII.**

Cuadro 55: Evolución de la exportación de vino chileno en términos de volumen.

Años	Exportación de vino chileno (hls)
2000	2.647.499
2001	3.089.414
2002	3.553.000
2003	4.029.421
2004	4.649.963
2005	4.209.078
2006	4.739.600
2007	6.099.560

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008)

**Apéndice XIX.**

Cuadro 56: Evolución de la exportación de vino argentino en términos económicos.

Años	Precio FOB Real Promedio (US\$)
2000	150.758.513
2001	176.305.900
2002	154.009.646
2003	196.653.105
2004	259.695.182
2005	323.584.922
2006	394.061.971
2007	482.325.000

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

**Apéndice XX.**

Cuadro 57: Evolución de la exportación de vino chileno en términos económicos

Años	Precio FOB Real Promedio (US\$)
2000	692.330.445
2001	701.619.264
2002	721.595.096
2003	779.662.423
2004	937.044.785
2005	938.576.464
2006	999.694.517
2007	1.256.380.000

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Vinos de Chile, 2007.

**Apéndice XXI.**

Cuadro 58: Evolución del valor unitario del vino argentino en precio FOB (US\$) por litro exportado.

Años	Valor unitario (US\$FOB/L)
2000	1
2001	2
2002	1
2003	1
2004	1
2005	1
2006	1
2007	1

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

**Apéndice XXII**

Cuadro 59: Evolución del valor unitario del vino chileno en precio FOB (US\$) por litro exportado.

Años	Valor unitario (US\$ FOB/L)
2000	2,6
2001	2,3
2002	2
2003	1,9
2004	2
2005	2,2
2006	2,1
2007	2,1

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de estadísticas de Costa, V (2004 y 2008) y Vinos de Chile, 2007

**Apéndice XXIII.**

Cuadro 60: Evolución de la importación de vinos argentino en términos de cantidad.

Años	Importación de vino (hl)
2000	59.100
2001	65.141
2002	2.371
2003	2.429
2004	2.932
2005	2.193
2006	2.184
2007	3.545

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

## Apéndice XXIV.

Cuadro 61: Evolución de la cantidad de bodegas argentinas

Años	Cantidad de bodegas
2000	82.309
2001	82.581
2002	82.531
2003	84.098
2004	84.278
2005	84.449
2006	86.370
2007	87.020

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV, 2008.

## Apéndice XXV: Encuesta perspectivas de la industria vitivinícola chilena y argentina

Cuadro 62: Encuesta perspectivas de la industria vitivinícola argentina y chilena

### ENCUESTA: PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA NACIONAL



Buenos días (tardes), la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile, a través del Departamento de Economía Agraria, se encuentra realizando un estudio titulado "Competitividad de la Industria Vitivinícola Chilena y Argentina". Para esto, se solicita su colaboración a través del siguiente cuestionario. La opinión proporcionada por usted es de absoluta confidencialidad y de muy valiosa utilidad para este estudio en particular y para el desarrollo de la industria vitivinícola sudamericana en general. A cambio, ponemos a su disposición los resultados del trabajo final.

Según su opinión y en relación a la industria vitivinícola nacional, califique de 1 a 5, si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

1 = Completamente en desacuerdo	3 = Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4 = Parcialmente en acuerdo
2 = Parcialmente en desacuerdo		5 = Completamente en acuerdo
La industria vitivinícola aumentará significativamente sus exportaciones en los próximos 2 años		
Los diversos tratados comerciales firmados por el país contribuirán a ampliar la demanda de vinos en el mercado externo		
La demanda de vino en el mercado interno aumentará en los próximos años		
El N° de hectáreas plantadas con vid vinífera seguirá en aumento en los próximos años		
El N° de bodegas seguirá en aumento en los próximos años		
En el país existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años		
A nivel de valles existe una estrategia vitivinícola clara que guiará el destino de la producción vitivinícola en los próximos años		
La asociatividad para enfrentar los mercados internacionales es fundamental.		
Es necesario la articulación de los diferentes agentes que participan de la cadena vitivinícola (proveedores de servicios e insumos, productores de uva, elaboradores de vino, investigadores, instituciones de fomento, entre otros) para enfrentar competitivamente los mercados internacionales.		
El desarrollo de la capacidad tecnológica en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional		
La capacidad de innovación en la industria vitivinícola ha permitido competir en el mercado internacional		
En el país se realizan estudios de mercado que analizan continuamente el comportamiento del consumidor del mercado objetivo		
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área vitícola		
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área enológica		
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área del comercio vitivinícola		
En el país existe una adecuada oferta de capacitación en el área de marketing vitivinícola		
En general, la mayoría de las viñas han mejorado sus niveles de eficiencia productiva		

(continúa)

Cuadro 62 (continuación): Encuesta perspectivas de la industria vitivinícola argentina y chilena

El marketing vitivinícola es una excelente herramienta para mejorar la competitividad de la industria chilena en el exterior.	
Existe una correcta asociación entre la geografía del país y la zonificación vitícola	
La hermosura de las bodegas hace posible el desarrollo del Enoturismo.	
El terroir es una variable importante a la hora de decidir que cepa se planta en un determinado lugar	
Las variedades o cepas de uva vinífera producidas en el país, están en concordancia con las variedades de vino exigidas en los mercados internacionales	
En el país, se utiliza viticultura de precisión	
A nivel de productor, la parra de vid vinífera se mantiene en déficit hídrico para disminuir su rendimiento	
El país es privilegiado, ya que gracias al clima hay pocas plagas y enfermedades que controlar a lo largo del ciclo de la vid, lo que abarata los costos de producción	
El alto costo de insumos a nivel de campo crecerá en los próximos años	
El nivel de calificación de los operarios es competitivo	
El nivel de calificación de técnicos y profesionales es competitivo	
En el país se ocupan mayoritariamente levaduras seleccionadas para evitar las desviaciones organolépticas indeseadas	
En el país, en general existe una buena infraestructura y equipamiento para la elaboración del vino de calidad	
Existe una adecuada trazabilidad y aseguramiento de la calidad en bodega	
La higiene en cada uno de los procesos de elaboración de vino es relevante para acceder a mercados internacionales exigentes	
En el país, se legisla acerca del tema de la eliminación de los residuos líquidos industriales derivados de la actividad vitivinícola	
La imagen país juega un rol preponderante en el proceso exportador de vino	
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen política positiva del país	
El flujo de capital extranjero se ve favorecido por la imagen vitivinícola del país	
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por sus bajos precios	
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su calidad	
Los vinos nacionales tienen buena aceptabilidad en el extranjero por su relación precio-calidad	
La creación de vinos innovadores (ocupan nichos específicos de mercado) han tenido buena aceptabilidad en el extranjero	
Las denominaciones de origen son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	
Los vinos varietales son instrumentos eficientes para la comercialización en el mercado externo	
Los altos costos de embotellación y embalaje de vino son una limitante para su exportación	
La asociatividad lograda por las empresas vitivinícolas ha sido indispensable para generar mayores volúmenes exportables.	
Un volumen pequeño de producción de vino no permite desarrollar el proceso exportador	
El uso de buenas prácticas agrícolas en el viñedo contribuye a la calidad del producto final.	
En el extranjero la mayoría de los vinos se vende en supermercados	
En el mercado local, el consumidor a comenzado a privilegiar la calidad más que precio	
El grado de competencia de las bodegas chilenas en el mercado interno es muy alto	
La existencia de pocos proveedores de insumos enológicos encarece los costos de elaboración de vinos.	
Los elaboradores de vino están bien informados acerca de los precios de los insumos ofrecidos por los proveedores	
Los elaboradores de vino han debido transformarse en productores de uva con el fin de disminuir sus costos	
Las rutas del vino han contribuido notablemente a mejorar la imagen de los vinos chilenos en el exterior	

Nombre de la viña:	Producción de vino (L)
Dirección de la viña:	Producción destinada a la exportación (L):
Nombre del encuestado(a):	Antigüedad de la viña:
E-mail del encuestado(a):	Nº de años exportando:
Cargo del encuestado(a):	Número de variedades producidas:
	Variedad de vino mas exportada:

Fuente: Elaboración propia.

## Apéndice XXVI

Cuadro 63: Datos de bodegas argentinas y chilenas encuestadas

Nombre de la Viña	Dirección	Encuestado	E-mail encuestado	Cargo del Encuestado
<b>Viñas Argentinas</b>				
Domaine San Diego	Franklin Villanueva 3821 Nueva Mayorga s/n°.	Angel Mendoza	<a href="mailto:juanmendoza@sinectis.com.ar">juanmendoza@sinectis.com.ar</a>	Propietario Fundador
Bodegas Trapiche	Coquimbito. Maipú. Mendoza.	Sergio Casé	<a href="mailto:scase@trapiche.com.ar">scase@trapiche.com.ar</a>	Jefe de Enología
Bodega Tamari	Carril Barriales esquina Valle Hermoso. San Roque. Maipú. Mendoza	Daniel Maranesi	<a href="mailto:dmaranesi@tamari.com.ar">dmaranesi@tamari.com.ar</a>	Gerente
Bodegas Chandon	Ruta 15 km 29 Agrelo. Mendoza	Carlos Danti	<a href="mailto:cdanti@chandon.com.ar">cdanti@chandon.com.ar</a>	Gerente de compra de uvas
Bodegas y Viñedos Minni S.A.	Terrada 2013. Perdriel. Luján de Cuyo. Mendoza	Miguel Minni	<a href="mailto:miguelminni@vinosminni.com.ar">miguelminni@vinosminni.com.ar</a>	Pdte enólogo
Dolium S.A.	Ruta 15 km 30. Perdriel. Luján de Cuyo. Mendoza	Ricardo Giadorou	<a href="mailto:dolium@dolium.com.ar">dolium@dolium.com.ar</a>	Pdte
Dominio del Plata S.A.	Cochabamba 7801. Agrelo. Mendoza	Pedro Marchevsky	<a href="mailto:pmarchevsky@dominiodelplata.com.ar">pmarchevsky@dominiodelplata.com.ar</a>	Propietario. Viticultor
Bodega Familia Adrover	Ruta 15 km 25. Perdriel. Luján de Cuyo. Mendoza	María Marta Adrove	<a href="mailto:info@bodegaaddrover.com.ar">info@bodegaaddrover.com.ar</a>	Propietario. Enólogo
Bodega Viniterra	Acceso Sur km 17,5. Luján de Cuyo. Mendoza	Alejandro Rojas	<a href="mailto:enologia@viniterra.com.ar">enologia@viniterra.com.ar</a>	Winemaker
Bodega del Fin del Mundo	San Patricio del Chañar. Neuquén. Patagonia	Pedro Soraire	<a href="mailto:psoraire@bdfm.com.ar">psoraire@bdfm.com.ar</a>	Director
<b>Viñas Chilenas</b>				
Via Wines	Fundo Las Chilcas s/n°. San Rafael. Talca	Loreto Quiroga	<a href="mailto:loretoquiroga@viawines.com">loretoquiroga@viawines.com</a>	Enólogo
Las Pitras	Sector La Pitras ubicado a 1,5 km al Este camino Curicó. Comuna Rauco	Rodrigo Villarroel	<a href="mailto:enologia@pitras.cl">enologia@pitras.cl</a>	Winemaker Chief
Viña Conosur	Fundo Santa Elisa. Chimbarongo	Guillermo Sanchéz	<a href="mailto:gsanchez@conosurwinery.cl">gsanchez@conosurwinery.cl</a>	Enólogo
Viña Tarapacá	Fundo La Conquista 1700. Isla de Maipo	Cristián Molina	<a href="mailto:cmolina@tarapaca.cl">cmolina@tarapaca.cl</a>	Enólogo
Viña San Isidro S.A.	Camino Antiguo s/n°. Los Lirios. Requinoa	Nelson Quilodran	<a href="mailto:nquilodran@sanisidrowines.com">nquilodran@sanisidrowines.com</a>	Enólogo
Viña Anakena	Fundo Pimpinela s/n°. Los Lirios. Requinoa	Felipe Riveros	<a href="mailto:friveros@anakenawines.cl">friveros@anakenawines.cl</a>	Enólogo
Emiliana	Camino Puquillay s/n°. Nancagua	Felipe Muñoz	<a href="mailto:fmunoz@emiliana.cl">fmunoz@emiliana.cl</a>	Enólogo
Viña Concha y Toro	Pisagua s/n°. Chimbarongo	Fabiola Arias	<a href="mailto:farias@conchaytoro.cl">farias@conchaytoro.cl</a>	Enólogo
Viña Santa Ema	Itaga 1096. Isla de Maipo	Rodrigo Blazquez	<a href="mailto:rblazquez@santaema.cl">rblazquez@santaema.cl</a>	Enólogo
Viña Santa Rita S.A.	Camino Padre Hurtado 695. Alto Jahuel. Buin	Vivianne Alamo	<a href="mailto:valamo@santarita.cl">valamo@santarita.cl</a>	Enólogo Asistente

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos aportados por los agentes encuestados.

**Apéndice XXVII: Datos comerciales de bodegas argentinas y chilenas encuestadas**

Cuadro 64: Datos comerciales de bodegas argentinas y chilenas encuestadas

<b>Nombre de la Viña</b>	<b>Producción de vino (L)</b>	<b>Producción de vino destinada a la exportación (L)</b>	<b>Antigüedad de la viña (años)</b>	<b>Nº de años exportando</b>	<b>Nº de variedades Producidas</b>	<b>Variedad de vino mas exportada</b>
<b>Viñas Argentinas</b>						
Domaine San Diego	30.000	0	100	0	4	0
Bodegas Trapiche	27.000.000	16.000.000	125	35	12	Malbec
Bodega Tamari	700.000	550.000	3	3	4	Malbec y Torrontes
Bodegas Chandon	19.000.000	5.000.000	45	10	10	Malbec
Bodegas y Viñedos Minni S.A.	300.000	100.000	60	2	10	Malbec y Cabernet
Dolium S.A.	120.000	105.000	10	8	5	Malbec
Dominio del Plata S.A.	2.000.000	1.800.000	8	8	7	Malbec
Bodega Familia Adrover	250.000	50.000	25	5	4	Cabernet Sauvignon
Bodega Viniterra	500.000	200.000	10	5	12	Malbec
Bodega del Fin del Mundo	8.000.000	3.500.000	7	5	10	Malbec y Pinot

(continúa)



Cuadro 64 (continuación): Datos comerciales de bodegas argentinas y chilenas encuestadas

<b>Nombre de la Viña</b>	<b>Producción de vino (L)</b>	<b>Producción de vino destinada a la exportación (L)</b>	<b>Antigüedad de la viña (años)</b>	<b>Nº de años exportando</b>	<b>Nº de variedades Producidas</b>	<b>Variedad de vino mas exportada</b>
<b>Viñas Chilenas</b>						
Via Wines	17.000.000	10.000.000	10	7	11	Cabernet Sauvignon
Las Pitras Viña	2.800.000	1.400.000	54	20	13	Sauvignon Blanc
Conosur Viña	14.000.000	14.000.000	11	11	14	Pinot
Tarapacá Viña	9.000.000	6.300.000	135	15	8	Cabernet Sauvignon
Viña San Isidro S.A.	3.000.000	3.000.000	10	5	6	Cabernet Sauvignon
Anakena Viña	2.700.000	1.900.000	10	8	11	Cabernet Sauvignon
Emiliana Viña	7.000.000	0	22	0	14	0
Concha y Toro Viña Santa	67.000.000	60.300.000	125	20	10	Cabernet Sauvignon
Ema	2.800.000	2.250.000	50	20	6	Merlot

Fuente: Elaboración propia sobre la base de estadísticas aportadas por los encuestados.

### Apéndice XXVIII: Encuesta análisis FODA

1. A su juicio, ¿Cuáles son las principales ventajas o fortalezas que tiene la industria vitivinícola nacional?
2. Dentro de las ventajas mencionadas anteriormente ¿Cuál es la que le ha permitido a Chile diferenciarse de los demás países vitivinícolas?
3. Según su criterio, ¿Qué desventajas o debilidades presenta la industria vitivinícola nacional?
4. De las desventajas mencionadas anteriormente, ¿Cuáles se pueden mejorar y mediante que medidas?

**Apéndice XXIX: Base de datos Modelo Econométrico Argentina**

Cuadro 66: Base de datos Modelo Econométrico Argentina

Año	Q <sub>V</sub>	P <sub>F</sub>	R <sub>E</sub>	A <sub>R</sub>
unidad	Hl	Miles US\$	%	Há
1990	445.536	21.291.815	98,9	202.146
1991	282.097	24.554.677	100,2	201.001
1992	227.384	29.877.114	101,5	200.499
1993	250.799	32.848.390	100,2	200.336
1994	226.310	31.338.057	100,9	201.020
1995	1.970.360	79.286.751	99,8	201.114
1996	1.119.866	83.561.383	99,6	200.986
1997	1.204.683	150.556.850	99,1	199.075
1998	1.089.042	178.460.849	98	199.908
1999	880.461	146.976.274	97,8	196.423
2000	843.023	150.758.513	100	188.398
2001	881.617	176.305.900	99,2	191.319
2002	1.234.409	154.009.646	85,4	195.160
2003	1.852.260	196.653.105	83,8	197.591
2004	1.553.391	259.695.182	92,1	199.719
2005	2.147.759	323.584.922	97,6	205.021
2006	2.934.248	394.061.971	106,1	208.936
2007	3.597.702	482.325.000	118,9	211.231

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del INV (2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 y 2008) y CEPAL, 2007.

**Apéndice XXX: Variables Dummy Utilizadas en el Modelo Econométrico Argentino**

Cuadro 67: Variables Dummy Utilizadas en el Modelo Econométrico Argentino

Año	D1
1990	0
1991	0
1992	0
1993	0
1994	0
1995	1
1996	0
1997	0

(continúa)

Cuadro 67 (continuación): Variables Dummy Utilizadas en el Modelo Econométrico Argentino

Año	D1
1998	0
1999	0
2000	1
2001	1
2002	0
2003	0
2004	0
2005	0
2006	0
2007	0

**Apéndice XXXI: Base de datos Modelo Econométrico Chile**

Cuadro 68: Base de datos Modelo Econométrico Chile

Año	Q <sub>V</sub>	P <sub>F</sub>	I <sub>N</sub>	A <sub>R(t-3)</sub>	P <sub>N</sub>
unidad	hls	miles US\$	\$ chilenos	hás	\$ chilenos
1990	430.500	72.074.067	23.007.355	-	437.014
1991	646.730	116.283.241	24.778.405	-	541.148
1992	740.290	161.258.523	27.981.227	-	727.243
1993	866.300	171.707.553	29.763.053	65.202	718.011
1994	1.079.040	190.173.568	32.112.415	64.850	625.856
1995	1.253.510	236.794.741	37.539.560	63.106	601.202
1996	1.840.835	371.699.446	38.767.115	53.093	619.698
1997	2.162.675	521.140.727	41.316.981	55.146	718.522
1998	2.298.018	641.161.438	42.699.570	54.392	799.292
1999	2.298.437	658.558.526	42.499.791	56.003	862.944
2000	2.647.499	692.330.445	44.364.935	63.550	863.195
2001	3.089.414	701.619.264	45.408.470	75.388	835.193
2002	3.553.000	721.595.096	46.669.147	85.357	863.160
2003	4.029.421	779.662.423	48.510.273	103.876	867.860
2004	4.649.963	937.044.785	53.447.994	106.971	906.533
2005	4.209.078	938.576.464	58.095.051	108.569	871.169
2006	4.739.600	999.694.517	62.283.142	110.097	812.311
2007	6.099.560	1.256.380.000	66.871.565	112.056	785.555

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas del BCC (2000 y 2011); Costa, V (2004 y 2008); ODEPA, 2011; SAG, (2000, 2001, 2002, 2003 y 2004) y Vinos de Chile, 2007.

## **ANEXOS**

### **Anexo I: Definición de Terroir**

Sinónimo de Terruño es la influencia que recibe el viñedo mediante el sistema ecológico que lo afecta directamente o sea el microclima con la cantidad de días de sol, las lluvias, humedad, los vientos, la amplitud térmica que es la diferencia de temperatura entre el día y la noche (a mayor amplitud térmica mejores resultados), la composición del suelo con sus minerales incluidos y seguramente algún otro por el estilo

### **Anexo II. Regiones vitivinícolas de Chile**

-Atacama: Valle de Copiapó y Valle de Maipo

-Coquimbo: Valle de Elqui, Valle de Limarí y Valle de Choapa

Aconcagua: Valle de Aconcagua, Valle de Casablanca, Valle de San Antonio, Valle de Leyda

-Valle Central: Valle del Maipo, Valle de Rapel, Valle de Colchagua, Valle del Cachapoal, Valle de Curicó, Valle del Maule

-Sur de Chile: Valle de Itata, Valle de Bio-Bio, Valle de Malleco

### **Anexo III. : Definición del índice de desarrollo humano (IDH)**

Es un indicador del desarrollo humano por país, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se basa en un indicador social estadístico compuesto por tres parámetros: vida larga y saludable, educación y nivel de vida digno.

### **Anexo IV. Definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)**

Es una organización de cooperación internacional, compuesta por 34 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. Fue fundada en 1960 y su sede central se encuentra en el Château de la Muette, en la ciudad de París, Francia. En la OCDE, los representantes de los países miembros se reúnen para intercambiar información y armonizar políticas con el objetivo de maximizar su crecimiento económico y coayudar a su desarrollo y al de los países no miembros. Se considera que la OCDE agrupa a los países más

avanzados y desarrollados del planeta, siendo apodada como «club de los países ricos». Los países miembros son los que proporcionan al mundo el 70% del mercado mundial.

### **Anexo V: Regiones Vitivinícolas de Argentina**

-Región Noroeste: Incluye: Perico y El Carmen, Valles chalcaquíes, Valles de la Provincia de Catamarca y La Rioja

-Región Centro Oeste: Mendoza, Área Norte, Área Centro, Área Este, Área Valle de Uco, Área Sur y San Juan

-Región Sur: Alto Valle del Río Negro

### **Anexo VI: Definición del Grupo de los 20**

Es un foro de 19 países, más la Unión Europea, donde se reúnen regularmente, desde 1999, jefes de Estado, gobernadores de bancos centrales y ministros de finanzas. Está constituido por siete de los países más industrializados (G-7), más Rusia (G-8), más once países recientemente industrializados de todas las regiones del mundo, y la Unión Europea como bloque económico. Es un foro de cooperación y consultas entre los países en temas relacionados con el sistema financiero internacional. Estudia, revisa y promueve discusiones sobre temas relacionados con los países industrializados y las economías emergentes con el objetivo de mantener la estabilidad financiera internacional.

### **Anexo VII: Definición de la Ley de Convertibilidad**

Es la paridad del peso argentino con el dólar estadounidense.

### **Anexo VIII: Definición del Efecto Tequila**

Fue la devaluación de la moneda Mexicana, que provocó un alza en la tasa de interés internacional y que causó serias consecuencias en la economía Argentina

### **Anexo IX: Definición del Corralito**

Fue la restricción a la extracción de dinero en efectivo de fuentes bancarias, que se produjo en Argentina a fines del 2002 y que provocó una gran crisis económica.

### **Anexo X: Definición del Default**

Fue la cesación de pagos de la deuda externa Argentina.

### **Anexo XI: Definición del Fondo Monetario Internacional o FMI**

Se creó en 1945. Sus estatutos declaran como objetivos principales la promoción de políticas cambiarias sostenibles a nivel internacional, facilitar el comercio internacional y reducir la pobreza. Forma parte de los organismos especializados de las Naciones Unidas, siendo una organización intergubernamental que cuenta con 187 miembros. Actualmente tiene su sede en Washington, D.C.

### **Anexo XII . Propiedades de un modelo econométrico**

Es de suma importancia saber las propiedades que debe cumplir el modelo que se estimará, pues se debe tener certeza de que éste proporcione una correcta y válida estimación. A continuación se señalan las propiedades más importantes:

#### **Especificación**

Un problema que se presenta a la hora de diseñar modelos econométricos es el del sesgo de especificación, el cuál trata de que el modelo esté correctamente especificado. O sea entre otras cosas que se cumpla con las siguientes condiciones: predicciones hechas en base al modelo deben ser lógicas con la situación que modela, debe tener sentido con la teoría económica que trata, variables independientes no correlacionadas con los residuos, valores estables de los parámetros estimados, generar residuos aleatorios y el modelo debe abarcar a los modelos rivales o similares a éste (Gujarati, 2003; Riveros, 1998; Pichihua, 2003).

Estos mismos autores señalan que los errores más comunes en la especificación son: omitir alguna variable relevante, incluir alguna variable innecesaria, adoptar alguna forma funcional (por ejemplo lin-log) equivocada, errores en la base de datos ya sea por mala medición o tomar muestras sesgadas, y especificación incorrecta del término de error. Todos estos errores acarrearán un modelo erróneo que no permitirá obtener resultados

correctos para el trabajo que se pretenda hacer con él, por ejemplo, una predicción. Para evitar el sesgo de especificación se debe revisar constantemente el modelo y que se cumplan las condiciones citadas anteriormente; muchas de las cuales son testeadas gracias a las pruebas para comprobar las otras propiedades del modelo que se señalarán a continuación. Además en casos en los cuales no se cumpla la lógica de la teoría económica, por ejemplo que una no haya relación inversa entre precio y cantidad en una función de demanda, el modelo debe ir corrigiéndose por medio de la “regresión al tanteo”.

### Estacionariedad

Un supuesto implícito en el cual se basan las regresiones de series temporales es la estacionariedad. Ésta determina que dicha serie debe tener media y varianza constantes en el tiempo, además la covarianza entre dos períodos depende sólo de la distancia entre esos dos períodos y no del tiempo en el cual se ha calculado ésta. El hecho de no ser estacionarias conlleva una serie de problemas respecto a la validez del modelo y otros como la regresión espuria, en donde se pueden obtener coeficientes de determinación altos o significancia estadística de parámetros en regresiones con variables no correlacionadas; lo cual escapa de toda lógica. Cabe destacar un gran número las variables económicas no presentan estacionariedad (Gujarati, 2003; Greene, 1999).

Una forma de probar la presencia o no de estacionariedad es con la prueba de raíz unitaria. Ésta se basa en el modelo:

$$Y_t = \rho Y_{t-1} + \mu_t \quad \text{con} \quad -1 \leq \rho \leq 1$$

Donde  $\mu_t$  es un término de error con ruido blanco (no correlacionado con media cero y varianza constante).

En el cual si  $\rho=1$  se tiene raíz unitaria o no estacionariedad, pero si  $|\rho| < 1$ , entonces la serie de tiempo se considera estacionaria. Lo anterior se puede demostrar realizando la regresión de  $Y_t$  sobre  $Y_{t-1}$  averiguando si  $\rho$  es estadísticamente igual a 1, sin embargo, en la práctica se usa el siguiente modelo, obtenido luego de restar  $Y_{t-1}$  en ambos lados de la ecuación anterior:

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \mu_t, \quad \text{donde} \quad \delta = (\rho-1)$$

En el cual se prueba la hipótesis nula de si  $\delta=0$ , entonces se presenta raíz unitaria, esto se prueba por medio de la prueba de significancia parcial del coeficiente  $Y_{t-1}$  que sigue el estadístico tau (ya que no sigue la distribución t de Student). Esta última recibe el nombre de prueba de Dickey-Fuller. Finalmente si la serie presentara raíz unitaria se debe proceder a realizar alguna transformación de la misma usando las primeras diferencias, o sea  $Y_{t-1}$ , sobre la serie temporal (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Salvatore y Reagle, 2004).

### Cointegración

El concepto de Cointegración se refiere a la regresión de una serie de tiempo con raíz unitaria sobre otra de iguales características, lo que da como resultado una relación de equilibrio entre ambas a largo plazo, o sea la no presencia de raíz unitaria en la nueva relación generada (con residuos estacionarios). (Gujarati, 2003; Riveros, 1998; Salvatore y Reagle, 2004; Mata, 2004).

La prueba de Johansen permite ver si existe cointegración; algunas de sus características son: es aplicable a sistemas, está basado en modelos de vectores autorregresivos, es un test que requiere grandes volúmenes de datos (100 ó más), permite probar la existencia de múltiples vectores de cointegración entre las variables, mediante la prueba de la Traza y del Eigenvalue máximo (Mata, 2004).

### Significancia

En general una prueba de significancia es un mecanismo mediante el cual se utilizan resultados muestrales para rechazar o no rechazar una hipótesis nula. La significancia mide si los parámetros estimados en la regresión poseen significancia estadística, o sea son representativos de los parámetros poblacionales. Existen dos tipos de significancia: parcial y global (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Riveros, 1998; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).

#### Significancia parcial

Para determinar si cada parámetro muestral ( $\hat{\beta}_i$ ), de forma individual, tiene significancia estadística, o sea si es representativo de su equivalente poblacional ( $\beta_i$ ), se realiza la prueba de t de Student. Donde:

$$H_0 : \hat{\beta}_i = 0 ; H_1 : \hat{\beta}_i \neq 0$$

En  $H_0$  se indica que la variable asociada al parámetro  $\beta_i$  no tiene incidencia sobre la variable dependiente, mientras que en  $H_1$  ocurre lo contrario. Para rechazar la hipótesis nula se debe cumplir la condición de que el valor t calculado sea mayor al valor encontrado en la tabla de la distribución t de Student con determinada significancia estadística y grados de libertad (Gujarati, 2003; Riveros, 1998; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).



### Significancia global

Para determinar si todos los parámetros muestrales, en conjunto, tienen significancia estadística, se realiza la prueba de significancia global o prueba de F. Donde para un modelo de  $j$  variables:

$$H_0 : \hat{\beta}_2 = \hat{\beta}_3 = \dots = \hat{\beta}_j = 0 ; H_1 : \hat{\beta}_1 = \hat{\beta}_2 = \dots = \hat{\beta}_j \neq 0$$

En  $H_0$  no existe relación lineal de la variable dependiente con las variables independientes que son acompañadas por los parámetros a la vez, mientras que en  $H_1$  si se cumple esa relación. De manera similar a la prueba de  $t$ , para rechazar la hipótesis nula el valor de  $F$  calculado debe ser mayor al valor de la tabla de distribución  $F$  según determinados grados de libertad y significancia (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Riveros, 1998; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).

### Autocorrelación serial

Cuando los errores o residuos de cierta función de regresión se encuentran correlacionados surge el problema de la autocorrelación. En ese caso se está violando el supuesto del MCRL (Modelo Clásico de Regresión Lineal) que dice que los términos de error deben ser aleatorios, como los de ruido blanco. Al estarse violando las propiedades del modelo, la estimación resulta errónea y por ende los procesos que quiera llevar a cabo a partir del modelo (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).

Las razones de su presencia son variadas, como sesgo de especificación, no estacionariedad, mal manejo de los datos, etc. (Gujarati, 2003; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).

Uno de los métodos más conocidos para detectar este problema es la prueba  $d$  de Durbin-Watson. En esta se obtiene un valor  $d$  calculado mediante una fórmula, pero a diferencia de las pruebas anteriores no existe un valor crítico único que lleve al rechazo o no rechazo de la hipótesis nula de que no hay correlación en las perturbaciones, sino límites inferiores y superiores tales que si el valor  $d$  calculado cae por fuera de estos se tomará una decisión, según se muestra en la Figura 25, donde los valores  $d_L$  y  $d_U$  son obtenidos de la tabla de valores de Durbin-Watson, según el número total de observaciones  $n$  y el número de parámetros sin contar el parámetro independiente o  $k^*$  (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003).

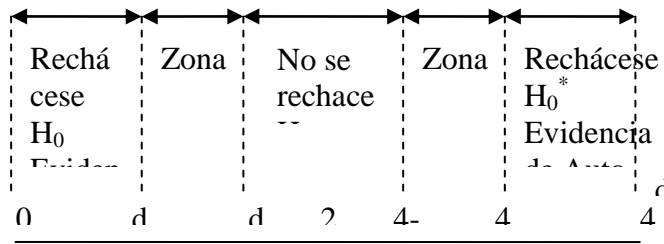


Figura 50: Zonas de decisión del Estadístico d de Durbin-Watson

Fuente: Gujarati, 2003.

En caso de detectar autocorrelación serial de los errores, se puede revisar el modelo para determinar si existen problemas de especificación, como exclusión de alguna variable, también se puede modificar el modelo con alguna forma funcional diferente (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Salvatore y Reagle, 2004).

#### Heterocedasticidad

Este fenómeno ocurre cuando la varianza de los errores no es constante. La situación normal según el MCRL (modelo clásico de regresión lineal) es que las perturbaciones sean homocedásticas, o sea su varianza sea constante. (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).

Una importante prueba para detectar la presencia de heterocedasticidad es la de White. Para explicarla supondremos un modelo base del tipo:

$$\hat{Y}_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \hat{\beta}_2 X_2$$

Entonces para probar la existencia de heterocedasticidad en este modelo White propone la construcción de un modelo auxiliar de regresión; en el cual la variable explicada es el error al cuadrado ( $\hat{e}_i^2$ ) y las variables explicatorias son las mismas del modelo original, pero estructuradas de la siguiente forma:

$$\hat{e}_i^2 = \hat{\alpha}_0 + \hat{\alpha}_1 X_1 + \hat{\alpha}_2 X_2 + \hat{\alpha}_3 X_1^2 + \hat{\alpha}_4 X_2^2 + \hat{\alpha}_5 X_1 X_2$$

Luego se obtiene el coeficiente de determinación de la nueva regresión para obtener  $\chi^2_{c=n \cdot R^2}$ , el cual debe ser menor al  $\chi^2$  obtenido en una tabla de la distribución Chi-Cuadrado, para rechazar la hipótesis nula de existencia de heterocedasticidad (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Pichihua, 2003).

La heterocedasticidad resta eficiencia a los parámetros obtenidos en la regresión, por lo que si se detecta se deben aplicar algunas medidas correctivas como la transformación del modelo (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Pichihua, 2003).

#### Normalidad de los errores

En el MCRL se supone que cada error  $u_i$  está normalmente distribuido, lo que conlleva: media igual a cero, varianza constante y covarianza con algún término de error  $u_j$  de otra regresión igual a cero. Básicamente la idea es que se cumpla esta condición, para que las estimaciones por MCO (Mínimos Cuadrados Ordinarios) generen parámetros representativos y la función generada sea así confiable (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Riveros, 1998; Pichihua, 2003).

Para probar la normalidad existen métodos como el histograma de residuos, gráficas de probabilidad normal y la prueba de normalidad de Jarque-Bera. Ésta última está basada en los residuos generados por el método de los MCO y se usa para muestras grandes; se calcula con dos componentes fundamentales: el sesgo y la curtosis, una vez calculado el valor debe compararse con el valor de la distribución Ji-Cuadrada con 2 grados de libertad. Siendo la hipótesis nula que los residuos están normalmente distribuidos.

#### Multicolinealidad

Corresponde a un problema que surge cuando existen relaciones lineales de relativa fortaleza entre las variables explicatorias de un modelo. También, al igual que las situaciones antes descrita, corresponde a una violación de los supuestos del MCRL, sin embargo, es considerada menos grave que las otras, ya que muchas veces ocurre debido a poca cantidad de observaciones en la muestra; además es de relativa facilidad su corrección, eliminando variables con parámetros de baja significancia estadística; sin embargo muchas veces al hacer esto se está perdiendo información valiosa (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Riveros, 1998; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003; Goldberger, 2001).

La manera de detectar este problema es reconociendo algunos síntomas como: alto valor del coeficiente de determinación, baja o nula significancia estadística de los parámetros, alta sensibilidad por parte del modelo a las variaciones de una observación individual y alta correlación entre parejas de regresores (Gujarati, 2003; Greene, 1999; Riveros, 1998; Salvatore y Reagle, 2004; Pichihua, 2003).

#### Estabilidad del modelo

Un modelo debe poseer estabilidad estructural en el tiempo, para medirla se puede usar el test de Cusum Cuadrado, el cual detecta inestabilidades en el modelo basándose en los residuos recursivos, las cuales se reflejan gráficamente cuando la curva estimada sobresale de las bandas de significancia establecidas. Si esto no se cumple se rechaza la hipótesis nula de estabilidad. (Fernández, 2008; Pavez, 2007).

Estabilidad de individual de los parámetros

La estabilidad de los parámetros a través del tiempo puede medirse gracias a la prueba de los estimadores recursivos, que opera de manera similar a al test de Cusum cuadrado, sin embargo, gráficamente la curva establecida debe seguir las siguientes condiciones:

- 1.- La banda de significancia debe ir disminuyendo con el tiempo.
- 2.- La banda no debe tener una tendencia hacia arriba o abajo,
- 3.- El último valor del estadígrafo debe estar dentro del intervalo de confianza de la observación inicial del gráfico.

Si esto no se cumplen estos criterios se rechaza la hipótesis nula de estabilidad. (Fernández, 2008; Pavez, 2007).

### **Anexo XIII: Proveedores de Insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Argentina**

Cuadro 34: Proveedores de Insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Argentina

<b>Equipos</b>	<b>Insumos</b>	<b>Servicios</b>
<b>Acero Inoxidable</b> -Della Toffola Sudamérica -Armax -Boccard CSC. -Grupo Giglio. Proyectos y Montajes -TPI Chile S.A. -Tecnovini S.A.	<b>Cápsulas y corchos</b> -Gomez-Barris -S.A.ACI&MA CORCHOS DE ARGENTINA S.A. -Alplast SPA -Altieri cápsulas -Arpex	<b>Computación</b> -Adepta S.A -Sonda Gestión S.A
<b>Calefacción</b> -Grupo Giglio. Proyectos y Montajes. -TPI Chile S.A	<b>Envases</b> -Envases exportables S.A -Cristalerías Toro	<b>Enológicos</b> -ABASTECIMIENTOS ARGENTINA S.A -3M Argentina -AMG
<b>Riego</b> -Della Toffola Sudamérica	<b>Artículos para Laboratorio</b> -3M Argentina -Analytical-Tech	<b>Impresiones</b> -ADHEGRAF

(continúa)

Cuadro 34 (continuación): Proveedores de insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Argentina

<b>Equipos</b>	<b>Insumos</b>	<b>Servicios</b>
<b>Embotellamiento y etiquetado</b> -Della Toffola Sudamérica -Andrés Zalkin -Grupo Giglio. Proyectos y Montajes. -Embotelladora San Nicolás S.A -TPI Chile S.A.	<b>Barricas y Duelas</b> -Grupo Tolenero Andino Ltda -Gomez-Barris S.A	<b>Informática</b> -Adhepta S.A -Sonda Gestión S.A
<b>Eléctricos</b> - Della Toffola Sudamérica - Bonermann	<b>Chips y Polvo de roble</b> -Grupo Tolenero Andino Ltda -Gomez-Barris S.A -Aromes et saveur de France	<b>Ingeniería y Montaje</b> - Grupo Giglio. Proyectos y Montajes
<b>Refrigeración</b> -Della Toffola Sudamérica -Grupo Giglio. Proyectos y Montajes. -TPI Chile S.A.	<b>Etiquetas</b> -ACHERNAR S.A -ADHEPEL S.A -Apholos -Autofix-papelbril	<b>Transporte</b> - Gori
<b>Sistemas Mecánicos</b> -Pellenc Sudamérica S.A	<b>Plásticos</b> -Alplast SPA -Atomplast SAIC	<b>Logística</b> - Gori
<b>Tratamiento de aguas</b> -Della Toffola Sudamérica		<b>Varios</b> -Embotelladora San Nicolás S.A
<b>Varios</b> -Alcón S.A -Alfa Laval -Andrés Zalkin -Ati SRL - Bocard CSC.		

Fuente: Elaborado sobre la base de datos del Diario del vino, 2011.

**Anexo XIV: Proveedores de Insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Chile**

Cuadro 35: Proveedores de Insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Chile

<b>Equipos</b>	<b>Insumos</b>	<b>Servicios</b>
<b>Acero Inoxidable</b> -Acerinox Chile S.A -Della Toffola Sudamérica -Tecnovini S.A. -Grupo Giglio.Proyectos y Montajes. -TPI Chile S.A -Vínicas S.A	<b>Cápsulas y corchos</b> -Supreme Corq Chile Ltda. -Juvenal Chile -Industria Corchera S.A -Gueltig Chile Ltda. -Gomez-Barris S.A - Dilaco Ltda. -Vínicas S.A -RX Chile S.A -Wine Service	<b>Certificaciones</b> -Vínicas S.A
<b>Calefacción</b> -Grupo Giglio.Proyectos y Montajes. -TPI Chile S.A	<b>Envases</b> -Cristalerías Chile S.A -Cristales Toro -Envases CMF S.A -Envases Exportables S.A -Saint Gobain Envases S.A	<b>Computación</b> -Adhepta S.A -Sonda Gestión S.A
<b>Laboratorio</b> -Dilaco Ltda. -Interlab Ltda	<b>Artículos para Laboratorio</b> -Dilaco Ltda. -Vínicas S.A	<b>Enológicos</b> -Humbser& Humbser -ABASTECIMIENTOS ARGENTINA S.A -3M Argentina -Dilaco Ltda. -Vínicas S.A

(continúa)

Cuadro 35 (continuación): Proveedores de Insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Chile

<b>Equipos</b>	<b>Insumos</b>	<b>Servicios</b>
<b>Riego</b> -Della Toffola Sudamérica	<b>Barricas y duelas</b> -Grupo Tolenero Andino Ltda -Dilaco Ltda. -Gomez-Barris S.A -Industria Corchera S.A -Tonelería Magreñán SRL -Tonelería Nacional -Grupo Tolenero Andino -Dilaco Ltda. -Tonelería Francesa de Chile Ltda. -Wine Service -TPI Chile S.A -Vínicas S.A	<b>Informática</b> -Adhepta S.A -Sonda Gestión S.A
<b>Embotellamiento y etiquetado</b> -Industria Corchera S.A -Della Toffola Sudamérica - Envases CMF S.A -Grupo Giglio.Proyectos y Montajes. -TPI Chile S.A -Embotelladora San Nicolás S.A	<b>Chips y Polvo de roble</b> -Grupo Tolenero Andino Ltda -Dilaco Ltda. -Gomez-Barris S.A -Wine Service	<b>Transporte</b> -Gori
<b>Eléctricos</b> -Industria Corchera S.A -Della Toffola Sudamérica -Wine Service -TPI Chile S.A	<b>Plásticos</b> -Envases CMF S.A -Supreme Corq Chile Ltda	<b>Logística</b> -Capilla Lenclos S.A -Gori
<b>Herramientas</b> -Dilaco Ltda. -PFenagri S.A -Wine Service -Tetramet S.A		<b>Varios</b> -Embotelladora San Nicolás

(continúa)

Cuadro 35 (continuación): Proveedores de Insumos de insumos, máquinas y servicios para la Industria del vino Chile

<b>Equipos</b>	<b>Insumos</b>	<b>Servicios</b>
<b>Refrigeración</b>		
-Della Toffola Sudamérica		
-Grupo Giglio.Proyectos y Montajes		
-TPI Chile S.A		
<b>Sistemas Mecánicos</b>		
-Grupo Giglio.Proyectos y Montajes.		
-TPI Chile S.A		
-Pellenc Sudamérica S.A		
<b>Tratamiento de aguas</b>		
-Della Toffola Sudamérica		
-Sistemas de Purificación Bio Light S.A		

Fuente: Elaborado sobre la base de datos del Diario del vino, 2011.

**Anexo XV: Principales empresas del complejo vitivinícola argentino y su participación en el mercado**

Cuadro 36: Principales empresas del complejo vitivinícola argentino y su participación en el mercado

<b>Grupos/empresas</b>	<b>Parte del Mercado</b>
<b>Grupo Peñaflor (Argentina)</b>	24,7
-Bodegas y Viñedos Peñaflor	
-Bodegas Esmeralda	
-Bodegas y Viñedos Andinos	
Grupo Catena (Argentina),	8,9
Bodegas Chandon (Francia)	8,6
Pernord Ricard (Francia)	4,2
Marubeni (Japón)	3,2
-Viñas Argentinas	
<b>Gernot Swarovsky (Austria)</b>	3,0
-Bodegas Norton	
Fecovita (Argentina)	3,1

(continúa)



Cuadro 36: Principales empresas del complejo vitivinícola argentino y su participación en el mercado

<b>Grupos/empresas</b>	<b>Parte del Mercado</b>
<b>Diageo (GB)</b>	2,6
-Cinba	
ByV López (Argentina)	2,7
La Riojana Coop. Vit (Argentina)	2,4
RBP (Argentina)	2,8
Valentin Bianchi (Argentina)	2,4
Bodegas Zuccardi (Argentina)	2,3
<b>Subtotal</b>	<b>70,9</b>

Fuente: Elaborado sobre la base de estadísticas de Lavarello, P; Gutman G. y Filipetto S. 2011

**Anexo XVI: Principales empresas del complejo vitivinícola chileno y su participación en el mercado (año 2007)**

Cuadro 37: Principales empresas del complejo vitivinícola chileno y su participación en el mercado (año 2007)

<b>Grupos/empresas</b>	<b>Parte del Mercado</b>
Concha y Toro	29,2
Santa Rita	27,9
San Pedro	19,3
Santa Carolina	2,3
Tarapacá	2,6
Canepa	0,8
<b>Subtotal</b>	<b>82,1</b>

Fuente Elaborado sobre la base de estadísticas de Wigodski, T; Martínez, A y Sepúlveda R. 2008.

