

**“ INVESTIGACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MODELO
EXPORTADOR VITIVINÍCOLA CHILENO Y LOS CAMBIOS PARA
ENFRENTAR EL EXIGENTE MERCADO EUROPEO”.**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADEMICO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA INGENIERÍA.**

PROFESOR GUÍA: ING. ELIO SUAREZ ACEVEDO.

ALUMNO: FABIAN PACHECO ISLA.

DICIEMBRE, 2002

DIRECCIÓN DEL TRABAJO.

El presente trabajo va dirigido a la comunidad en general, tanto a personeros del rubro, Académicos, como también a los estudiantes de educación superior interesados en la actual situación de la industria vitivinícola nacional, y sus posibles soluciones.

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente trabajo consiste en una investigación sobre la real situación de agotamiento del actual modelo exportador vitivinícola Chileno (*Demostrada con datos y análisis de cada Viña, de un total de 30 que se consideraron como más relevantes y representativas*), que actualmente suscita a la industria Chilena en los principales mercados exigentes, tanto en el total de sus exportaciones en el ámbito mundial, como también en lo referido especialmente a Europa, en donde además se destaca la tendencia que actualmente siguen los consumidores de los países con una cultura más recatada en materia vitivinícola y del como poder enfrentarles con estrategias acordes a dichos mercados, de la cual se tomarán como referentes a los más representativos consumidores de los vinos en Europa¹, además de las repercusiones que influirán a la industria con el último TLC entre la Unión Europea y Chile, analizando además las cadenas de comercialización y distribución en los principales países Europeos.

Se pretenderá plantear a la industria vitivinícola Chilena en su conjunto “el todo”, variar el producto a exportar a aquellos mercados exigentes, es decir pasar del segmento “ Vinos buenos y baratos-varietal” que

¹ Inglaterra, Alemania, y Otros.

es el Producto Real, al Premium que es el Producto potencial al que se pretende llegar de acuerdo a las últimas tendencias del consumidor y mercado Europeo, pero no solo aplicado en algunas viñas “partes”. Sólo así la industria nacional remediara su falta de imagen en materia vitivinícola, de la que actualmente es conocida “Vinos baratos y buenos”, de la cual a la industria le cuesta salir. Una vez Concretada esta etapa, es decir, el de encontrar el producto potencial que posicione a Chile en otro podium, se deberá fijar la industria en lo que respecta a imagen, ya que la industria no sacaría nada en este momento, en darle imagen a un producto Varietal barato que va cada vez de mal en peor en lo que respecta a Exportación a los principales Mercados, y en especial al mercado Europeo.

Cabe señalar, que en el presente, no sé esta tratando de exponer a los productores vitivinícolas nacionales y a la comunidad lectora en general, el que nunca más se produzca Vinos Baratos-Varietales, sino que este paréntesis va solamente enfocado a mercados estrictos como el europeo y el Norteamericano, caso contrario de lo que sucede en América latina como por ejemplo, (Colombia, Ecuador, Perú, etc. que son los mayores importadores en América latina del vino Chileno) y el continente Asiático, quienes no poseen una cultura notoria en materia vitivinícola, y en donde además son grandes consumidores de este tipo de vinos al igual que el mercado interno Chileno, y en donde la industria deberá producir este tipo de vinos para satisfacer las necesidades de dichos nichos de mercado.

ADDRESS OF THE WORK.

The present work goes directed to the community in general, so much to workers of the area, Academics, as well as to the university students interested in the current situation of the wines national industry and its possible solutions.

EXECUTIVE SUMMARY

The work consists on a research on the real situation of the exhaustion of the current vitivinicola model that at the moment raises to the Chilean industry in the main demanding markets, so much in the total of its exports, as well as what is especially referred to Europe where also stands out the tendency that at the moment the consumers of the countries continue with a more discreet culture in the vitivinicola matter and of how it can be faced with agreed strategies to these markets, of which took as references to the most representative wine consumers in Europe. Besides, the repercussions that will influence to the industry with the last TLC between the European Union and Chile, also analyzing the commercialization chains and distribution in the main European countries.

It will seek to think about the Chilean Wines industry in its group "the whole", to vary the product to export to those demanding markets, that is to say to pass of the segment good Wines and cheap-varietal that is the Real Product, to the Premium that is the potential Product to which is sought to arrive according to the consumers' last tendencies and the European market, but not just apply in some vineyards " parts ". Only this way the national industry will remedy its lack image in the vitivinícola matter, of which at the moment is well-known as

cheap and good Wines", of which the industry finds difficult to leave. Once this stage is made concrete, that is to say, to find the potential product that positions Chile in another podium, the industry will be fixed from what is concerned to image because the industry would not take out anything in giving image to a product cheap Varietal that goes worse every time what is concerned to the Export to the main Markets, and especially to the European market.

It is necessary to point out in this work, we don't try to expose neither to the national vitivinícolas producers nor the community of readers in general, it never produces Cheap-Varietales wines again, but rather this parenthesis goes just focused on strict markets such as the European and the North American market, on the contrary of what happens in Latin American as for example, (Colombia, Ecuador, Peru, etc. that they are the biggest importers in Latin America of the Chilean wine) and the Asian continent who don't possess a notorious culture in the vitivinicola matter , and where are also big consumers of this kind of wines; the same as the Chilean internal market, and where the industry will have to produce this kind of wines to satisfy the necessities of this market niches.