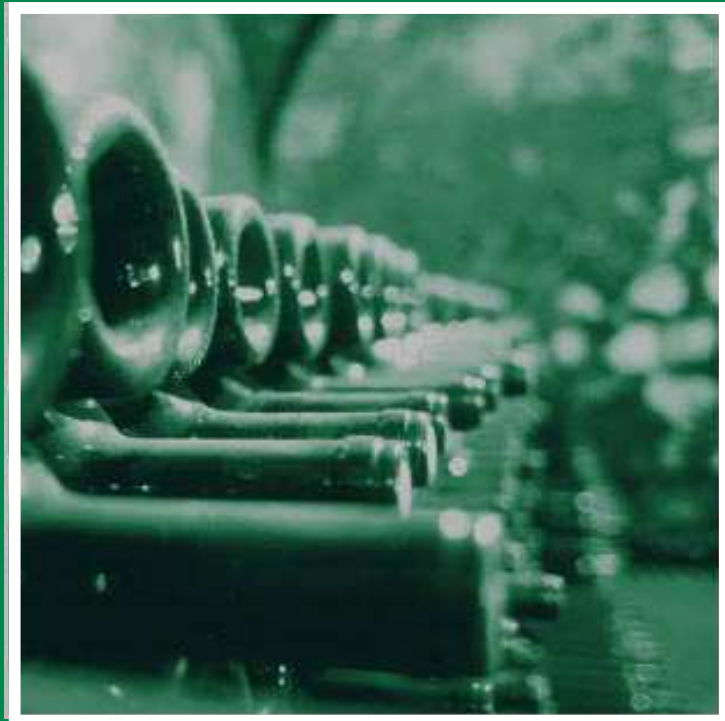


IV. Cadena del Vino



IV. Cadena del Vino

1. Situación actual del rubro

1.1 Situación internacional

El consumo mundial de vino de mesa ha presentado cifras bastante estables en las últimas dos décadas, situándose alrededor de 215 a 230 millones de hectolitros por año. En este contexto, se puede observar cierta reducción del consumo en los países tradicionalmente productores (Francia, Italia, España, Portugal y Argentina), contrarrestada por un incremento en otros países progresivamente más bebedores de vino, tales como Estados Unidos, Inglaterra, China, Brasil, Holanda y Bélgica. Se advierte, además, un incremento del consumo de vinos de mayor calidad y valor, en desmedro de aquellos menos cotizados. Los consumidores se muestran cada vez más exigentes y exhiben un mayor conocimiento de marcas o viñas.

CUADRO 1
Principales productores y consumidores mundiales de vino, año 2004
(Millones de hectolitros)

Países	Producción	Consumo	Excedente o déficit
Francia	52,0	43,3	8,7
Italia	44,3	39,0	5,3
España	36,4	23,5	12,9
Estados Unidos	25,4	28,3	-2,9
Argentina	12,2	12,1	0,1
Alemania	10,2	21,0	-10,8
Australia	12,2	6,3	5,9
Sudáfrica	7,6	5,6	2,0
Portugal	7,8	5,5	2,3
Chile	5,8	3,0	2,8
China	11,2	11,6	-0,4
Rumania	5,5	5,0	0,5
Reino Unido	-	10,2	-10,2
Federación de Rusia	4,0	7,2	-3,2
Japón	-	2,8	-2,8
Suiza	1,2	3,1	-1,9
Holanda	-	2,5	-2,5
Bélgica	0,1	2,9	-2,8
Dinamarca	-	1,7	-1,7

Fuente: elaborado en base a antecedentes de FAOSTAT 2005

El intercambio mundial de vinos se ha elevado en volumen en cerca de 9,4% respecto al año 2002, alcanzando a 73,35 millones de hectolitros en 2003. En valor, este intercambio también ha aumentado, elevándose de 10 mil millones de dólares en 1995 a 14.700 millones de dólares en 2003.

En el cuadro siguiente se observa una recesión generalizada de las importaciones europeas en los años 2000 - 2001, la cual obedeció a efectos tardíos de la crisis asiática, junto con altas producciones europeas en este período. A partir del año 2002 se revierte esta tendencia a la baja de las importaciones, con una recuperación completa a partir de 2004, producto del mejoramiento de las economías de Japón y EE.UU., en conjunto con los crecimientos de los países de Europa Central, China y otros países asiáticos.

CUADRO 2
Principales países importadores mundiales de vino
(millones de dólares)

Países	1995	1997	1999	2001	2002	2003
Reino Unido	1.698	2.410	3.101	2.774	3.026	3.535
Estados Unidos	1.254	1.828	2.304	2.325	2.654	3.409
Alemania	1.435	1.753	1.959	1.653	1.675	2.040
Japón	469	646	880	779	800	904
Sulza	570	583	708	619	632	770
Bélgica - Luxemburgo	714	634	740	599	740	858
Canadá	324	410	554	582	611	821
Holanda	466	479	626	471	582	762
Francia	500	495	508	424	434	515
Dinamarca	303	381	404	386	400	485

Fuente: Faostat, 2005.

Al margen de los diez principales importadores destacados en el cuadro anterior, sobresalen otros mercados que importan más de 100 millones de dólares anuales, como la Federación Rusa, Suecia, Irlanda, Italia, Noruega, Singapur y China. En el rango de importaciones entre 50 - 100 millones de dólares se sitúan Brasil, México, Nueva Zelanda y Australia.

Entre los exportadores, se distingue muy claramente la primacía de Francia e Italia, países que en conjunto participaron con el 42% del valor global de las exportaciones de vino de 2003. En general, Europa, que en 1995 participaba con el 90% del valor de las exportaciones mundiales de vino, en el año 2003 había reducido esta participación a 67%, proporción todavía muy importante.

En el transcurso de estos años, Europa no ha disminuido en términos absolutos los valores de sus exportaciones de vinos, pero no ha participado en el mayor intercambio que ha presentado el mercado del vino de este período, lo que sí ha sucedido con los países emergentes, como se aprecia en el cuadro a continuación.

CUADRO 3
Principales países exportadores mundiales de vino
 (millones de dólares)

Países	1995	1997	1999	2001	2002	2003	Variación (%) 1995-2003
Francia	4.561	5.143	6.101	5.787	5.397	6.563	43,9
Italia	1.816	2.099	2.464	2.289	2.589	2.986	64,4
España	952	1.131	1.314	1.138	1.215	1.598	67,9
Australia	287	536	794	999	1.272	1.539	436,2
Chile	182	424	524	645	603	664	264,8
Estados Unidos	234	395	519	514	527	610	160,7
Portugal	453	523	520	436	481	603	33,1
Alemania	436	414	436	355	394	540	23,9
Sudáfrica	186	189	122	228	286	419	125,3
Argentina	74	128	141	145	121	168	127,0
Nueva Zelanda	27	53	78	97	127	158	485,2

Fuente: Faostat, 2005.

Es notable el posicionamiento de Australia y Chile en el comercio mundial del vino en los últimos años, habiendo desplazado a países europeos de tanta tradición como Alemania y Portugal. Junto a Nueva Zelanda, cuyos embarques son proporcionalmente pequeños, conforman el trío de países con mayor crecimiento relativo de sus exportaciones en el sexenio estudiado. En cuanto a tasas de crecimiento, en un nivel inferior, pero también interesante, aparecen los Estados Unidos, la Argentina y Sudáfrica.

Estos seis países emergentes, que concentraban en 1995 sólo el 10% de las exportaciones mundiales de vino, habían elevado su presencia a 24% en 2003, tendencia que debería continuar, pero en un escenario cada vez más competitivo, donde, además de las innovaciones tecnológicas y acometidas promocionales de los grandes productores europeos, se enfrentará a la recuperación de la industria vitivinícola de los países de Europa Central (Rumania, Polonia, Hungría, Georgia, Bulgaria), junto a múltiples nuevos actores más pequeños (Uruguay, países del norte de África, Canadá). Más generalmente, se observa que la industria vitivinícola mundial ha estado viviendo profundas transformaciones estructurales desde mediados de los ochenta, con la entrada en escena de los vinos del Nuevo Mundo. En este contexto, se están señalando o profundizando nuevas tendencias en los últimos años, que constituyen un marco de referencia obligado para resituar la reflexión nacional. Entre éstas cobran especial relevancia la agudización de la competencia en los mercados internacionales, la concentración de los canales de distribución, la importancia creciente de la escala del negocio, el incremento de la demanda por vinos de calidad superior y la complejización de los procesos tecnológicos, tanto a nivel de la producción primaria como secundaria.

1.2 Situación nacional

A un prolongado período de arranque de plantaciones y de reducción de la producción vitivinícola nacional, sucedió una etapa de reestructuración de la industria, con clara orientación exportadora, renovación de cepajes y modernización de la infraestructura, así como de las tecnologías de vinificación y guarda.

La caída de la producción se extendió hasta 1995, año en que sólo se produjeron 316,7 millones de litros, para iniciarse desde el año siguiente un incremento sólo afectado por las variables condiciones meteorológicas, que significó alcanzar a 641,9 millones de litros en 2000 y alrededor de 560 millones de litros en 2001 y 2002.

En el año 2003 se alcanzó una muy alta producción de 668,2 millones de litros, la cual disminuyó levemente en 2004, por razones meteorológicas, alcanzando a 630,1 millones de litros.

En el quinquenio 1996 - 2000 se produjo el mayor dinamismo de las plantaciones de vid vinífera, las que casi se duplicaron, pasando de 56 mil a 104 mil hectáreas. A partir del año 2000 se desaceleró el crecimiento de la superficie de viñedos, con una tasa de crecimiento promedio anual de 2% en el período 2000 – 2004, equivalente a unas 1.500 ha por año. A finales del año 2003 existían 110.097 hectáreas plantadas.

CUADRO 4
Evolución de la superficie de viñas viníferas

Años	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Superficie plantada (ha)	53.093	54.392	56.003	63.550	75.388	85.357	103.876	106.971	108.569	110.097

Fuente: Catastro Vitícola Nacional 2003, SAG

En cuanto a la distribución regional de las plantaciones de vid vinífera, la alta concentración en las regiones de O'Higgins y del Maule (80%) es histórica, pero se ha acentuado en los últimos años. Cabe destacar que la Región del Bío - Bío posee cerca de 12 mil hectáreas de cepas País y Moscatel de Alejandría, en circunstancias que en el resto de las regiones predominan muy mayoritariamente los cepajes finos de origen francés.

CUADRO 5
Superficie de plantaciones de vid vinífera por región, año 2003
(hectáreas)

Regiones	Cepajes Tintos	Cepajes Blancos	Total
Coquimbo	1.971	221	2.192
Valparaíso	2.222	2.949	5.171
R. Metropolitana	8.855	1.673	10.528
O'Higgins	27.630	3.423	31.053
Del Maule	36.500	10.840	47.340
Del Bío - Bío	6.864	6.935	13.799
Araucanía	5	5	10
De Los Lagos	2	3	5
TOTAL	84.048	26.049	110.097

Fuente: Catastro Vitícola Nacional 2003, SAG

En términos generales, la cadena presenta en el país dos características que podrían leerse a primera vista como contradictorias. Por un lado, muestra un alto grado de concentración y una creciente integración vertical. En efecto, el 70% del consumo interno y el 40% de las exportaciones (en valor) está bajo el control de tres grandes empresas (Concha y Toro, San Pedro y Santa Rita), que manejan con un alto grado de integración vertical todos los eslabones de la cadena. Por otro lado, la base productiva en su dimensión primaria –el viñedo– está en manos de un gran número de productores, con más de 13.000 explotaciones vitivinícolas. Una fracción considerable de estas explotaciones son simples proveedores de las grandes viñas integradas o de bodegas de vinificación.

A pesar de lo anterior, han surgido decenas de viñas emergentes de tamaño pequeño y medio, que integran centros de vinificación y poseen marcas propias.

En respuesta al comportamiento de los mercados, en los últimos años se han plantado en Chile básicamente cepajes tintos, llegando éstos a representar un 76,3% de las 110 mil hectáreas de viñas viníferas. Dentro de la superficie total plantada con cepajes tintos predomina claramente el Cabernet Sauvignon (46%), seguido de País (18%) y Merlot (16%). La tendencia de la última década ha sido concentrar el crecimiento en ciertas cepas, como se aprecia a continuación:

CUADRO 6
Cambios en las superficies de cepajes para vinificación
Período 1994 - 2003

	Variación de superficie 1994 – 2003 (hectáreas)	Variación (%)	Participación en el crecimiento (%)
Principales cepajes tintos			
Cabernet Sauvignon	28.619	257,5	52,2
Merlot	10.526	447,3	19,2
Carménère	6.045	∞	11,0
Syrah	2.468	∞	4,5
Pinot Noir	1.284	930,4	2,6
Cabernet Franc	925		1,7
Subtotal cepajes tintos	49.867	366,6	91,2
Principales cepajes blancos			
Chardonnay	3.415	82,3	6,2
Sauvignon Blanc	1.387	23,2	2,5
Subtotal cepajes blancos	4.802	47,4	8,8
TOTAL	54.669	107,4	100,0

Fuente: elaborado en base a antecedentes de SAG, 2003.

Una proporción creciente de la producción nacional de vino se destina a la exportación. A principios de los años noventa sólo entre 15 y 20% de lo producido se embarcaba al exterior, mientras que en el año 2004 este porcentaje se ha elevado a 75%.

En paralelo, el consumo per cápita en el país ha venido descendiendo fuertemente, desde los 50 litros per cápita que se consumían hace medio siglo a alrededor de 14 - 16 litros por año desde el año 2000. Este nivel de consumo es muy inferior a los promedios europeos, que se sitúan entre 50 y 60 litros por año, pero también al de algunos países no europeos, como Argentina (38,6 l/año), Uruguay (32,3 l/año) y Australia (20,4 l/año).

Los volúmenes de vino procesado a partir de variedades de uva para consumo fresco son significativos, a pesar de que alcanzaron su máximo en los años 1998 – 1999, con un promedio anual aproximado de 82, 5 millones de litros, para descender en el año 2004 a un total de 24,9 millones de litros.

CUADRO 7
Evolución de la exportación de vinos chilenos (1985-2004)

Años	Exportación de vinos	
	Volumen (miles de litros)	Monto (miles de US\$ FOB)
1986	11.116	12.624
1987	14.243	17.270
1988	17.144	22.050
1989	27.604	34.619
1990	43.050	51.568
1991	64.674	84.144
1992	74.028	119.250
1993	86.631	128.523
1994	109.511	143.258
1995	128.973	181.789
1996	184.092	292.942
1997	216.283	412.283
1998	230.953	503.000
1999	234.156	525.740
2000	266.512	573.479
2001	310.926	592.544
2002	348.590	601.618
2003	394.604	670.622
2004	467.522	835.241

Fuente: elaborado en base a antecedentes de Viñas de Chile

Las exportaciones de vinos chilenos han tenido una explosiva progresión, como se aprecia en las cifras que se señalan en el cuadro N° 7. Durante el período 1990 - 2004, el promedio anual de las tasas de crecimiento fue de 19% (volumen) y 22% (valor). En el año 2004 se superaron los máximos históricos, registrándose una exportación de cerca de 468 millones de litros, por un valor superior a 835 millones de dólares, un 25% más alto que en el año anterior.

CUADRO 8
Exportaciones totales de vinos por mercados de destino
Años 2003 y 2004

PAISES DE DESTINO	AÑO 2003		AÑO 2004	
	Miles litros	Miles US\$ FOB	Miles litros	Miles US\$ FOB
Reino Unido	66.593	127.912	84.019	159.298
Estados Unidos	52.193	125.314	57.778	144.897
Alemania	44.077	40.897	53.979	57.022
Dinamarca	30.298	42.210	33.527	50.812
Canadá	31.257	41.844	31.450	47.442
Irlanda	10.155	30.474	12.089	36.542
Holanda	10.600	24.091	13.908	31.094
Japón	11.812	25.033	14.883	28.572
Brasil	7.630	17.125	11.645	25.386
Suecia	11.242	24.308	10.484	24.577
Resto países	118.746	171.412	143.760	229.598
TOTALES	394.604	670.622	467.522	835.241

Fuente: elaborado en base a antecedentes de Viñas de Chile

Europa ha sido el destino principal de los envíos de vino chileno, tanto en botellas como a granel. En este continente los principales mercados son el Reino Unido, Alemania, Dinamarca, Holanda y Suecia, aunque últimamente se está participando en todos los países europeos, incluidos los grandes productores de vino como Francia, Italia y España. En el año 2004 el Reino Unido importó vinos chilenos por cerca de US\$ 160 millones (84 millones de litros). Francia es su principal abastecedor de vino (US\$ 1.200 millones), seguida por Australia, cuya progresión es facilitada por la pertenencia común a una cultura de matriz inglesa. Su tercer proveedor es Italia.

América del Norte es la otra región de destino importante, con los EE.UU. a la cabeza, nuestro segundo mercado como país individual. Canadá lo secunda, siendo el quinto mercado para Chile (después de Alemania y Dinamarca). Estados Unidos es abastecido por varios países, donde predominan claramente Italia, Francia y Australia, en fuerte competencia con la producción propia de California. En el mercado estadounidense, el vino chileno, al igual que el italiano, tiene un precio inferior al promedio, al contrario de lo que sucede con Francia. Australia y Chile han desplazado a otros importantes proveedores, como fueron en el pasado Alemania y España, destacando particularmente en los últimos años la agresividad de la penetración australiana a este mercado. Australia acordó en 1997-98 un programa de producción y exportación de vinos, en un esfuerzo concertado entre el sector público y los productores privados, para un horizonte de 25 años, lo cual ha ayudado al interesante posicionamiento de este país emergente en los principales mercados del mundo, proceso que continuaría con creciente agresividad.

En Asia destaca Japón, importador significativo de vino chileno, en tanto Corea y China son dos destinos de volúmenes crecientes. Japón, que desde mediados de los 90 se constituyó en el cuarto importador de vinos, es abastecido principalmente por Francia, con importaciones francesas del orden de US\$ 580 millones, y por Italia, con

envíos un poco superiores a US\$ 100 millones de dólares. Chile, junto con Australia, España y Alemania, exportan cada uno alrededor de 30 millones de dólares anuales a este país asiático.

En América del Sur, los mayores compradores de vino chileno son Brasil, Venezuela y Colombia, aunque Ecuador también ha sido importante en algunos años.

En el mercado internacional del vino, Chile se sitúa en el rango de precios medios, con un calificado reconocimiento por su relación calidad/precio. El precio promedio por caja de vino embotellado (9 litros) ha fluctuado entre 22 y 24 dólares en los últimos 6 años, con cierta tendencia hacia una leve baja desde 1999 a 2003, pero recuperándose en 2004. El precio del vino exportado a granel ha experimentado un gran descenso, desde US\$ 1,11 por litro en 1998 a US\$ 0,46 por litro en 2002, apreciándose cierto mejoramiento en 2003 (US\$ 0,52 por litro), que se acentuó aún más en 2004, año en que llegó a US\$ 0,65 por litro.

2 Metas y proyecciones

Como se ha señalado en la sección anterior, las plantaciones de viñas viníferas en el país tuvieron un aumento significativo desde mediados de los años noventa hasta el año 2000, que se concentró en cepajes finos y significó una ampliación de las fronteras geográficas hacia el norte (IV Región) y más modestamente hacia el sur (IX Región y hasta la X Región desde el año 2004). Se estima que, cuando todas estas nuevas extensiones entren en plena producción (2008), la producción de vinos provenientes de cepajes viníferos alcanzará unos 800 millones de litros, sin considerar las cosechas de las viñas plantadas a partir de 2005.

2.1 Consumo interno

El consumo interno de vino en los últimos años muestra cierto estancamiento a nivel global, lo cual ha significado una leve disminución de los consumos per cápita. Es probable que las campañas de promoción de las viñas chilenas para activar el mercado interno tiendan a detener esta reducción, logrando mantener el consumo actual por persona (16 litros/año). Ello redundaría en una mayor demanda interna equivalente al incremento demográfico. Con estos supuestos, las proyecciones del consumo interno serían las que se señalan en el cuadro a continuación:

CUADRO 9
Proyección de consumo interno de vino en Chile

Consumo interno		
Años	Tasa de crecimiento anual	Volumen (miles de litros)
2004	-	257.500
2009	1%	271.000
2014	1%	285.000

Fuente: ODEPA

2.2 Exportaciones

Las transformaciones del actual escenario internacional de la industria y el comercio en el mundo generan un marco de incertidumbres que dificulta la proyección de exportaciones. Más específicamente para el caso chileno, es difícil pronunciarse con certeza acerca de las capacidades de mantener el ritmo de expansión de las exportaciones. Por esta razón, se han proyectado las exportaciones al año 2014 de acuerdo a dos hipótesis:

- **Hipótesis baja:** se plantea un ritmo de crecimiento de 5% anual, tanto en volumen como en valor, lo que corresponde a un planteamiento muy conservador en relación a la tendencia histórica.
- **Hipótesis alta:** se plantea un ritmo de crecimiento de 8% anual, tanto en volumen como en valor, lo que corresponde a un planteamiento más dinámico.

Según estos dos escenarios, Chile estaría exportando vino por un valor entre US\$ 1.360 millones (hipótesis baja) y US\$ 1.803 millones (hipótesis alta) en el año 2014. En volumen, ello implicaría 761 millones de litros en la hipótesis baja y 1.009 millones de litros en la hipótesis alta.

CUADRO 10
Proyección de las exportaciones de vino

Años	Hipótesis baja			Hipótesis alta		
	Tasa de crecimiento anual del volumen de exportaciones	Volumen de exportaciones (miles de litros)	Valor de las exportaciones (miles de US\$) (*)	Tasa de crecimiento anual del volumen de exportaciones	Volumen de exportaciones (miles de litros)	Valor de las exportaciones (miles de US\$) (*)
2004	-	467.500	835.200	-	467.500	835.200
2009	5%	596.700	1.066.000	8%	686.900	1.227.200
2014	5%	761.500	1.360.500	8%	1.009.300	1.803.100

Fuente: ODEPA (*) Precio 2004

Las principales tendencias del mercado mundial que podrían avalar estas proyecciones se indican a continuación:

- Chile ha participado muy activamente en el desplazamiento de los grandes productores europeos desde los principales mercados mundiales (EE.UU., Inglaterra, Japón). Al igual que Australia, ha capturado una fracción creciente de la demanda incremental de vino en el nivel mundial. Es así que su participación en volumen en el mercado mundial del vino ha crecido de 1% en 1990 a 6% en 2004. Este sostenido crecimiento, junto con el amplio reconocimiento por la buena relación calidad/precio del vino chileno, en una perspectiva global de desarrollo armonioso entre producción y consumo y de incremento de los intercambios mundiales, constituyen reales ventajas para que el sector vitivinícola chileno continúe su dinámico crecimiento.
- Los tratados de libre comercio con la Unión Europea, Estados Unidos y Corea del Sur, así como los que se suscribirían próximamente con India, China y otros países, mejoran la capacidad competitiva del vino chileno con respecto a otros paí-

ses exportadores, lo que se está haciendo evidente desde este año; pero, además, permiten establecer un reconocimiento mutuo de criterios enológicos y vitícolas, y facilitan la protección de especificidades y denominaciones, contribuyendo a crear confianzas y a la agilización de resolución de controversias.

- En muchos países desarrollados (Inglaterra, Canadá, Holanda, países escandinavos, Japón, etc.) se están ampliando los grupos consumidores de vino, incluso sustituyendo a la cerveza, especialmente en los rangos etarios medios (35 - 50 años), en los sectores sociales de ingresos medios y medios – altos, en el consumo femenino. Junto con estos nuevos segmentos de consumidores, se están desarrollando nuevos gustos, para vinos más simples, frescos y jóvenes. En este marco, los vinos del Nuevo Mundo tienen un espacio interesante.
- La política de los países asiáticos (China, Japón) de favorecer vía fiscal el embotellamiento in situ de vino importado a granel, con marcas propias, es un incentivo importante a este tipo de exportaciones de vino chileno, como quedó demostrado en 2003.
- Sin embargo, la Unión Europea, que representa el 75% del comercio mundial de vino, ha lanzado en 2001 una campaña de reestructuración y reconversión de viñas nobles y de su industria del vino, orientada a privilegiar la calidad, renovar los viejos viñedos y recuperar mercados. Para estos efectos ha destinado más de 800 millones de euros desde el año 2000. Paralelamente a este esfuerzo, la ampliación de la Unión Europea –en mayo de 2004 entraron a ella diez nuevos países (Hungría, República Checa, Eslovaquia, Chipre, entre otros) y está programada la incorporación de Rumania y Bulgaria para el año 2007– implica un significativo incremento de su viñedo, con 200.000 ha y 600 millones de litros de vino adicionales a partir de 2004 y 125.000 ha y 800 millones de litros en 2007.

2.3 Producción nacional

Se estima la producción nacional como una resultante de las proyecciones de consumo interno y exportaciones, sin considerar las variaciones de existencias, lo cual se justifica plenamente cuando se analizan series de varios años:

CUADRO 11
Proyección de producción nacional

Años	Hipótesis baja Volumen (miles de litros)	Hipótesis alta Volumen (miles de litros)
2004 (*)	725.000	725.000
2009	867.700	957.900
2014	1.045.000	1.292.800

Fuente: ODEPA

(*) La producción del año 2004 fue de 630 millones de litros. La cifra de 725 millones de litros corresponde a la sumatoria entre el consumo interno y las exportaciones. La diferencia entre estos dos valores se debe a la variación de existencias por un volumen cercano a 74 millones de litros y el traspaso de vino para pisco por un volumen aproximado de 24 millones de litros.

Se considera que la actual superficie plantada con viñas viníferas tendrá una producción de unos 800 millones de litros cuando todo el viñedo esté en plena producción.

En el escenario de la hipótesis baja, la actual superficie logrará satisfacer el monto estimado de consumo interno y exportaciones hasta el año 2008-2009. A partir de esta fecha, será necesario contar con la producción de nuevas plantaciones, las cuales deberán alcanzar una superficie total de unas 24.000 ha para el año 2014, lo que implica un ritmo de plantación anual de unas 2.400 ha.

En el escenario de la hipótesis alta, se requerirá producción de nuevas plantaciones a partir de 2007, y los requerimientos totales de nuevas plantaciones para el año 2014 alcanzarán más de 67.000 ha, lo cual implica un ritmo promedio de plantación anual de 6.700 ha.

3 Acciones necesarias para alcanzar las metas

El logro de las metas –cuantitativas y cualitativas- establecidas en las secciones anteriores requiere relevar un conjunto de desafíos y asumir, en un esfuerzo coordinado entre el sector privado y el sector público, acciones y tareas de particular relevancia. Algunas de las principales de ellas son las siguientes:

- **Mejorar el posicionamiento del “Vino Chileno”:** existe una brecha significativa entre la calidad intrínseca del vino chileno y la calidad percibida, lo cual se debe, entre otros aspectos, a la carencia de imagen-país. En este contexto, la industria organizada (viñas grandes, medianas y chicas) debe trabajar con el apoyo del sector público (CORFO, PROCHILE) una estrategia de promoción de mercados del producto “Vino Chileno”, con metas anuales. En este aspecto se aprecia como una acción fundamental el fortalecimiento de las actividades de Wines of Chile, como el instrumento más adecuado para la promoción genérica internacional del vino chileno, asumiéndose que en el futuro deberá ampliar la cobertura de los mercados donde ha estado desarrollando sus actividades principales, ya que actualmente sólo cuenta con oficinas en Londres y Nueva York.
- **Perfeccionar las estrategias de distribución:** la industria debe profundizar su conocimiento acerca de los nuevos cambios que están ocurriendo en los canales de distribución, donde, en la mayoría de los países, el poder de los minoristas ha ido en aumento. En este contexto, la industria vitivinícola chilena deberá acercarse más a “retailers” y consumidores.
- **Perfeccionar el sistema de innovación y desarrollo:** el actual sistema de innovación y desarrollo en materia vitivinícola que existe en el país exhibe una capacidad muy limitada para impulsar un desarrollo tecnológico propio, lo cual, a su vez, restringe fuertemente la posibilidad de ejercer un liderazgo en el desarrollo de nuevos productos. En este contexto, es indispensable perfeccionar este sistema, para lo cual se están dando muy interesantes pasos con la reciente creación de un Consorcio Tecnológico-Empresarial del Vino. Esta nueva figura institucional se sustenta en una alianza entre empresas y entidades tecnológicas, donde el sector productivo, desde su visión de negocios, consensúa con el mundo académico las prioridades de la investigación.

- **Cumplir las normas de agricultura limpia:** el sector vitivinícola ha establecido un conjunto de compromisos en esta materia, donde destacan los acuerdos en torno a las Buenas Prácticas Agrícolas y el Acuerdo de Producción Limpia establecido por la industria vitivinícola en el año 2003. En este contexto, se hace indispensable consolidar estos procesos, ampliando y profundizando cada vez más el compromiso de los agentes productivos.
- **Perfeccionar el marco regulatorio:** será necesario concertar con el sector privado algunos elementos del marco regulatorio, tanto con respecto a contenidos como a procedimientos, en lo relativo a certificaciones de pureza varietal, uso de términos (premium, reserva, varietal, etc.) y calidad mínima de exportación. Esta tarea ha sido abordada a partir del año 2003 a través de la Comisión Asesora del Director del SAG en materias vitivinícolas, donde ya se han resuelto varias modificaciones a los Decretos 78 y 464, adecuándolos a las exigencias establecidas en los acuerdos internacionales suscritos (principalmente con la UE y con Estados Unidos), y se han elaborado dos proyectos de modificación de la Ley 18.455 que deben ser discutidos y resueltos por el Congreso en el transcurso de su trámite legislativo regular. Esto es sin perjuicio de la revisión permanente de materias reglamentarias, que se debe hacer para adecuarlas a las condiciones tecnológicas y comerciales vigentes en cada momento o etapa del desarrollo de la vitivinicultura nacional.
- **Mejorar información del catastro del SAG:** mediante la incorporación de nuevos sistemas computacionales, que agilizan considerablemente el procesamiento de los datos que el SAG recopila anualmente, se proporcionará información mucho más oportuna para la toma de decisiones productivas y comerciales dentro del sector, contribuyendo así al mejoramiento de su competitividad.
- **Apoyar a los pequeños viticultores:** la creciente competencia, la importancia de la escala y las exigencias de calidad cada vez mayor colocan un gran desafío a la pequeña agricultura involucrada en el rubro. Bajo esta consideración, el sector público debe continuar apoyando a este sector, focalizando sus esfuerzos en generar las condiciones para que estos pequeños productores logren convertirse en producto es de uva de muy buena calidad. Asimismo, en una perspectiva de dimensión acotada, se incentivará la apertura de nichos de mercado asociados a procesos tales como comercio justo, vino orgánico, enoturismo, entre otros. Bajo un concepto de responsabilidad social-empresarial, otras iniciativas buscan establecer un mejoramiento en la conexión entre las viñas exportadoras de mayor tamaño y los pequeños productores de uva, privilegiando el desarrollo de contratos de largo plazo para el abastecimiento de materia prima de buena calidad desarrollados entre industria y proveedores.