



Análisis a las exportaciones de Vino Embotellado

Carolina Buzzetti Horta



www.odepa.gob.cl

Análisis a las exportaciones de Vino Embotellado

Enero 2021

Autor:

Carolina Buzzetti Horta

Artículo producido y editado por la Oficina de
Estudios y Políticas Agrarias – Odepa. Ministerio de Agricultura

Director (S) Nacional y Representante Legal: Adolfo Ochagavia Vial

Informaciones:

Teléfono: (56-2) 2397 3000

www.odepa.gob.cl

e-mail: odepa@odepa.gob.cl



ÍNDICE

1. Introducción
2. Evolución de las exportaciones totales de vino embotellado
3. Análisis de las exportaciones de vino por país de destino
4. Comentarios finales



1. Introducción

A nivel mundial se observa un importante aumento del comercio de vinos en los últimos años. De acuerdo con el reporte de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) el año 2019 el mercado mundial de vino alcanzó los 105,8 millones de hectolitros¹, superior en 1,7% en relación con el año anterior, por un monto total de 31.800 millones de euros (0,9% superior al valor total exportado en 2018). El 53% del volumen de vino y el 69% del valor corresponden a vinos embotellados, donde los principales países exportadores son Italia, Francia, España, Chile y Australia.

Chile ha alcanzado una posición de liderazgo en el mercado internacional del vino, ocupando el cuarto lugar entre los mayores exportadores mundiales de este producto. Sólo anteceden a Chile los tres grandes países europeos productores de vino: Francia, España e Italia, que son de reconocida trayectoria en este mercado.

El año 2019 las exportaciones de vino embotellado de Chile alcanzaron los 444 millones de litros por un monto total de 1.444,9 millones de dólares, con un crecimiento total de 228% en volumen y 238% en valor los últimos 20 años.

Sin embargo, el precio medio de las exportaciones de vinos chilenos no ha tenido una variación particularmente significativa, pese a que el propósito de la industria ha sido exportar cada vez una mayor proporción de vinos de mejor calidad y, por lo tanto, de precio más elevado.

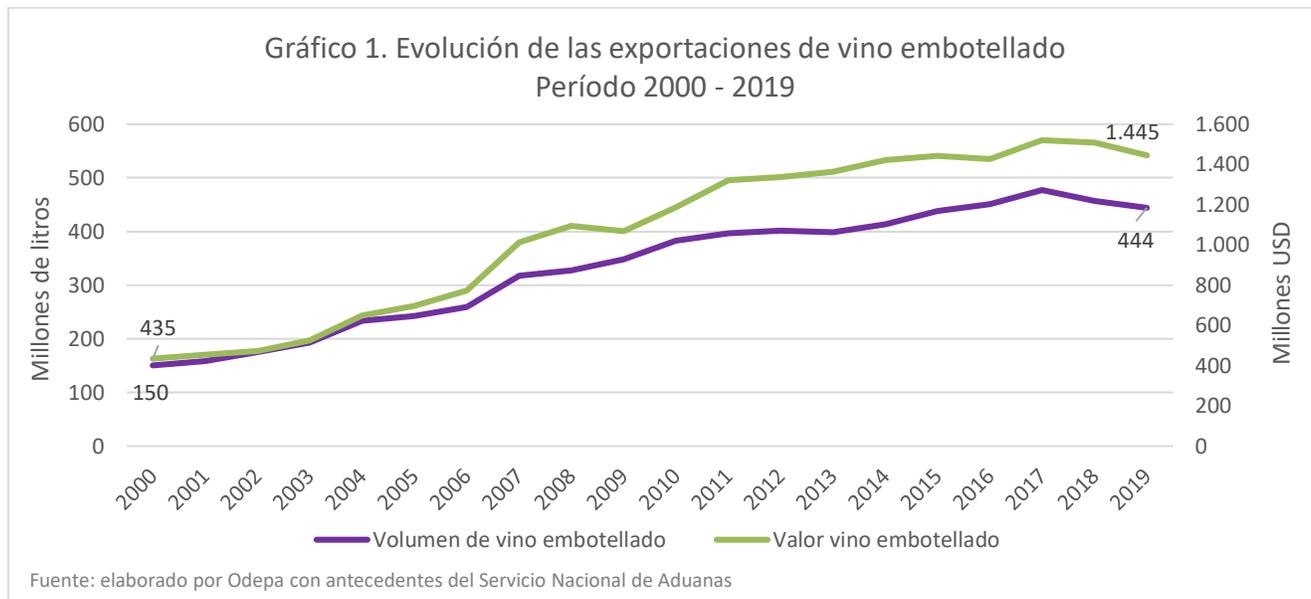
En este artículo se analizará la evolución de las exportaciones nacionales de vino embotellado a los principales mercados de destino, junto con mostrar las actividades que el sector ha desarrollado, con cofinanciamiento público, para promocionar y posicionar el producto en cada uno de estos mercados.

2. Evolución de las exportaciones totales de vino embotellado

Desde el año 2000 a la fecha, las exportaciones de vino embotellado de Chile han tenido un importante desarrollo (gráfico 1), pasando de 150,3 millones de litros el año 2000 a 444 millones de litros el año 2019, lo que representa una tasa de crecimiento promedio de 5,9% anual. En términos de valor estas exportaciones pasaron de USD 434,6 millones el año 2000 a USD 1.445 millones el año 2019, con una tasa de crecimiento promedio anual de 6,5%.

El precio del vino embotellado creció 12,6% en este mismo periodo, con una tasa de variación anual de 0,6%, presentando su mayor valor en el año 2014, con USD 3,44 por litro.

¹ Hectolitros igual a 100 litros



Entre el año 2000 y el año 2010 se observa un fuerte crecimiento de las exportaciones, tanto en valor como en volumen, con una tasa promedio anual de 10%, luego, entre el año 2010 y 2015 este crecimiento se hace más lento, pasando a tasas promedio de crecimiento anual de 3% - 4%. En el periodo entre 2015 y 2019 el crecimiento se vuelve mucho más lento, con tasas de crecimiento promedio anual menores al 1%.

Una síntesis de cómo han evolucionado las exportaciones por mercado de destino del vino embotellado se presenta en la tabla 1. Allí puede observarse que, mientras algunos mercados están creciendo, como por ejemplo China, Japón y Brasil, otros tienden a estancarse, e incluso algunos han estado declinando en los últimos años.

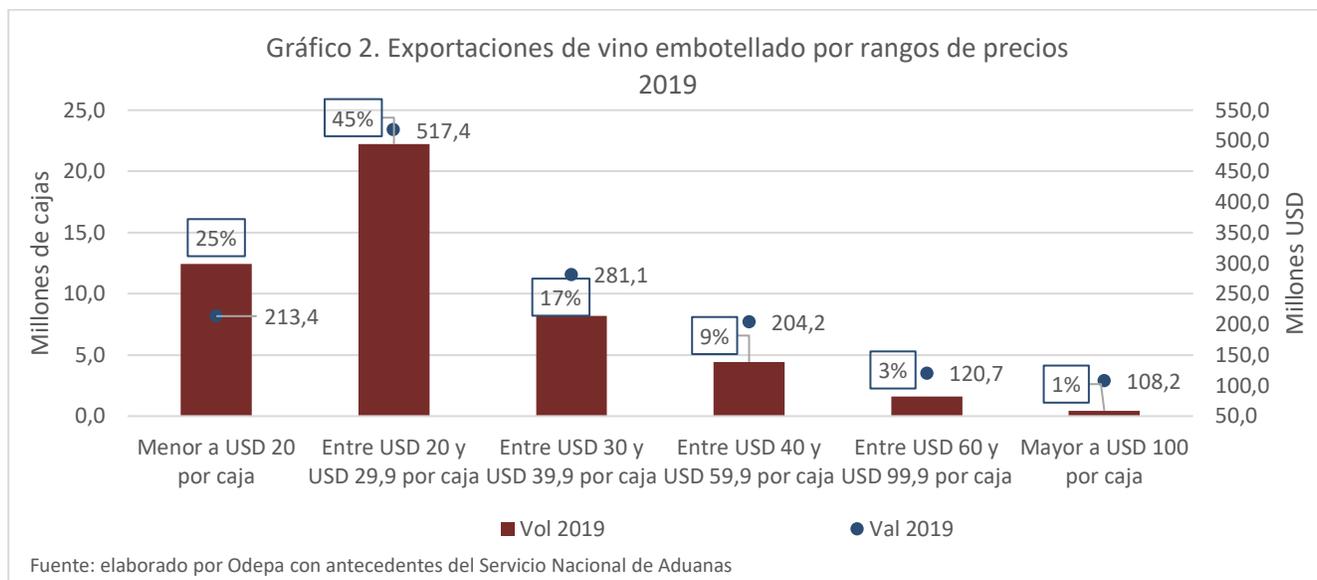
PAÍSES	Volumen (mil litros)					Valor (mil USD)				
	2000	2005	2010	2015	2019	2000	2005	2010	2015	2019
China	324	1.223	10.509	49.375	68.910	1.147	3.798	35.731	163.192	247.390
Reino Unido	34.372	56.168	92.113	56.864	48.214	95.631	131.886	211.255	162.527	132.421
Estados Unidos	23.875	35.667	42.628	40.695	30.357	76.091	114.442	162.502	157.687	113.297
Japón	8.488	7.145	20.294	50.866	43.224	25.836	22.676	60.159	147.486	123.924
Brasil	5.958	10.702	24.252	37.436	52.134	14.110	26.444	70.060	111.594	144.989
Países Bajos	6.542	11.754	24.372	28.750	28.345	18.274	33.695	72.896	82.720	83.048
Canadá	7.444	8.688	13.537	14.135	14.313	23.488	34.924	66.267	62.938	61.360
Dinamarca	6.621	11.684	12.098	12.888	7.976	19.514	35.791	43.813	43.162	29.604
Irlanda	17.074	11.672	12.727	13.623	13.265	5.673	37.274	41.846	39.374	40.738
Corea del Sur	122	2.365	5.114	8.467	10.600	442	9.777	21.625	38.003	44.168
SUB-TOTAL	110.822	157.068	257.645	313.098	317.339	280.205	450.706	786.154	1.008.684	1.020.939
Resto países	39.559	85.412	124.908	124.749	126.663	154.457	245.335	400.309	419.987	424.102
TOTAL	150.381	242.480	382.553	437.847	444.002	434.662	696.040	1.186.463	1.428.671	1.445.040

Fuente: Elaborado por Odepa con antecedentes del Servicio Nacional de Aduanas

Pero ¿qué se está exportando?.

En relación al vino embotellado con denominación de origen, el año 2019, se exportaron un total 49,3 millones de cajas², de las cuales el 70% corresponde a cajas con un valor menor a USD 29,9 por unidad; las cajas que tienen un rango de precio entre USD 30 y USD 39,9 por caja representan el 17%; las cajas con un rango de precio entre USD 40 y USD 59,9 por caja representan el 9%; mientras que solo el 4% de las cajas exportadas tienen un valor por sobre los USD 60/caja (ver gráfico 2).

² Una caja equivale a 9 litros.



A su vez, se puede mencionar que el rango de precio que tiene una mayor incidencia en el valor exportado son las cajas con un rango de valor de USD 20-29,9 con 517,4 millones de dólares, seguido por las que tienen un rango de USD 30-39,9/caja con 281,1 millones de dólares y las que tienen un valor menor a USD 20/caja con 213,4 millones de dólares.

3. Análisis de las exportaciones de vino por país de destino

El comportamiento de las exportaciones no es parejo de un año a otro y mucho menos en los distintos mercados de exportación, por lo que se analizará cómo han evolucionado las exportaciones en los principales mercados de destino del vino embotellado con denominación de origen. Como complemento se incluyen las principales actividades de promoción desarrolladas por el sector privado a través del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias (FPESA)³ y los aportes públicos recibidos para ello.

Tabla 2. Aportes de fondos públicos a proyectos sectoriales por país de destino (CLP)

País	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Brasil	62.327.350	76.135.347	20.000.000	54.387.857	31.333.333	274.183.887
China	152.997.522	154.093.391	78.800.000	167.542.857	211.062.500	764.496.270
Estados Unidos	153.313.227	251.653.902	573.543.333	168.987.857	166.095.733	1.313.594.052
Reino Unido	132.220.025	72.178.920	22.743.333	131.925.457	124.643.069	483.710.804

Fuente: Elaborado por ODEPA con Antecedentes de la Dirección General de Promoción de Exportaciones de la Cancillería de Chile (ProChile)

³ El Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias es creado el año 1995 con el fin de apoyar e incentivar las exportaciones no tradicionales y fomentar la internacionalización de las empresas del sector silvoagropecuario, contribuyendo al desarrollo exportador del sector, a través del cofinanciamiento de proyectos.

Brasil

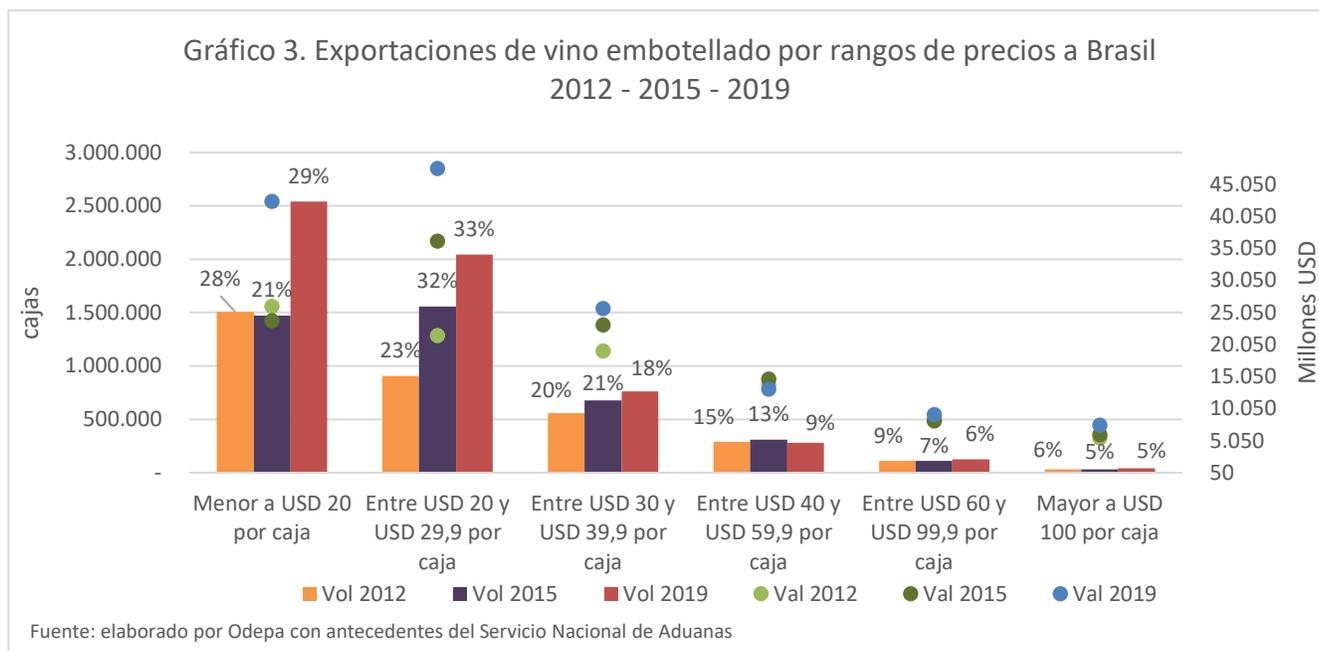
En los envíos de vino embotellado a Brasil se observa un aumento de las exportaciones totales de vino pasando de 30,6 millones de litros el año 2012 a 52,1 millones de litros el año 2019. En términos de valor la variación fue de 54,3%, llegando casi a USD 145 millones el año 2019.

Si analizamos las exportaciones por rango de precio, desde el año 2012 se observa un fuerte aumento del total de cajas exportadas con un valor menor a USD 30/caja.

Del año 2015 al 2019 se observa un aumento porcentual de las exportaciones de vino con valor menor a 30 USD/caja y una reducción porcentual de las exportaciones de vino con valor igual o superior a 30 USD/caja.

Para el año 2019, el rango de precio que presenta una mayor incidencia en el valor exportado son las cajas con un rango de valor de USD 20-29,9 con 47,5 millones de dólares, seguido por las que tienen un valor menor a USD 20/caja con USD 42,3 millones de dólares, y las cajas con valor entre USD 30-39,9 con 25,6 millones de dólares (ver gráfico 3).

En cuanto a los aportes recibidos por el sector para hacer promoción de los vinos nacionales en este mercado se observa que entre el año 2015 y el año 2019, sólo en proyectos de carácter sectorial⁴, Chile ha invertido más de \$274,2 millones de pesos (ver tabla 2), siendo el año 2016 el que tuvo mayores aportes superando los \$76,1 millones de pesos.



⁴ Para los efectos del FPESA, se entiende por sector al conjunto de empresas que participan directamente en el desarrollo, procesamiento y/o comercialización de bienes que presentan entre sí características comunes. Los proyectos sectoriales, son estrategias asociativas de promoción comercial de bienes de un sector, de mediano o largo plazo.

El año 2016 se invirtieron \$41,6 millones de pesos de fondos públicos en la realización de eventos en Chile o el extranjero, *showroom* y degustaciones y actividades de difusión y \$19,6 millones de pesos en contratación de agencia para realizar campañas de promoción (ver tabla 3).

Actividades	2015	2016	2017	2018	2019
Contratación de agencia para realizar campañas promocionales		19.566	5.254		
Desarrollo de Estrategias de <i>Branding</i> , Campañas Publ y Prom.				8.351	5.965
Desarrollo de Información de Mercado (estudios de mercado)		2.510		2.911	3.207
Misiones Comerciales	634			9.543	
Participación como Expositor en Feria Internacional					6.809
Participación en ferias internacionales			3.913		
Publicidad y promoción		12.435	4.767		
Realización de eventos en Chile o en el extranjero	13.138	39.451	6.067		
Realización de <i>showroom</i> y <i>tasting</i>	48.556	2.174		32.066	41.416
Seminarios, Talleres y Actividades de Difusión				1.517	3.937
Total general	62.327	76.135	20.000	54.388	61.333

Fuente: Elaborado por ODEPA con Antecedentes de la Dirección General de Promoción de Exportaciones de la Cancillería de Chile (ProChile)

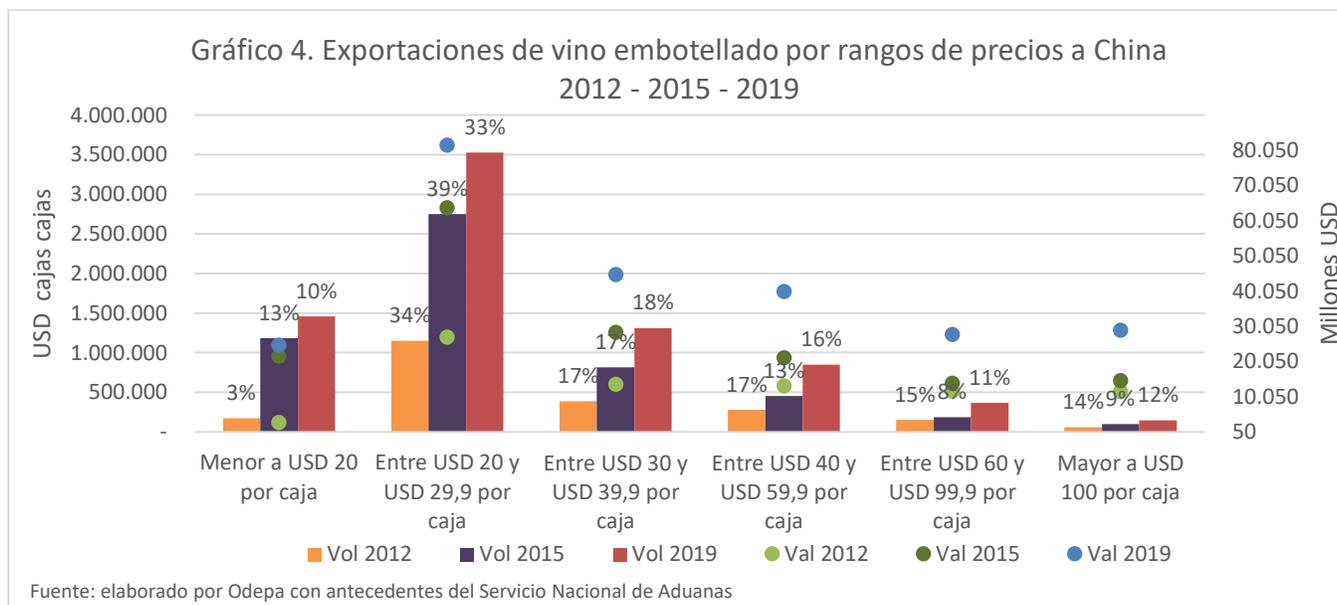
Las principales actividades realizadas en dicho destino son realización de *showroom*, degustaciones, seminarios de difusión y eventos, tanto en Chile como en el extranjero, las que en el periodo han recibido aportes por más de \$188,3 millones de pesos. Otras actividades realizadas en Brasil son: estudios de mercado, lanzamientos de productos, misiones comerciales, entre otros.

Al analizar la evolución de las exportaciones en el periodo 2015-2019, en relación con los aportes recibidos para promoción en este destino, si bien se observa un aumento tanto del volumen como del valor total exportado, este aumento estaría concentrado en las categorías de vinos con menor valor.

China

Las exportaciones de vino a China han tenido un explosivo crecimiento tanto en valor como en volumen. El año 2012 se exportaron 19,8 millones de litros por un valor de USD 79,5 millones, creciendo a 68,9 millones de litros por un valor total de USD 247,4 millones al año 2019.

En este crecimiento se observa un aumento del volumen y del valor exportado para cada categoría de precio analizada (gráfico 4).



El año 2019, los vinos con rango de precio entre USD 20 y USD 29,9 la caja, tuvieron la mayor participación en el valor exportado, con USD 81,4 millones, seguido por los vinos cuyo valor caja se ubica entre USD 30 y USD 39,9, con USD 44, 6 millones. La categoría con menor participación en el valor exportado es la de vinos con valor inferior a USD 20 la caja.

Entre el año 2015 y 2019, los aportes recibidos por el sector para hacer promoción en China superaron los 764,5 millones, siendo el año 2019 el año en que se entregaron mayores fondos, llegando a 211,1 millones de pesos (ver tabla 2).

En este periodo las principales actividades desarrolladas en este destino son: realización de eventos de degustación, promoción y exhibición, tanto en Chile como en destino y actividades de publicidad y promoción, concentrando el 85,6% de los recursos.

Actividades	2015	2016	2017	2018	2019
Apoyo logístico para ejecutar actividades comerciales	570				
Contratación de agencia para realizar campañas promocionales		785			
Desarrollo de Estrategias de <i>Branding</i> , Campañas Publ y Prom				3.115	10.246
Desarrollo de Información de Mercado (Estudios de Mercado)		2.510		2.911	5.413
Misiones Comerciales				28.350	24.500
Participación como Expositor en Feria Internacional					21.835
Publicidad y promoción	19.190	89.981	45.333		
Realización de eventos en Chile o en el extranjero	65.805	58.643	33.467		
Realización de <i>showroom</i> y <i>tastings</i>	67.432	2.174		128.675	144.018
Seminarios, Talleres y Actividades de Difusión				4.492	5.050
Total general	152.998	154.093	78.800	167.543	211.063

Fuente: Elaborado por ODEPA con Antecedentes de la Dirección General de Promoción de Exportaciones de la Cancillería de Chile (ProChile)

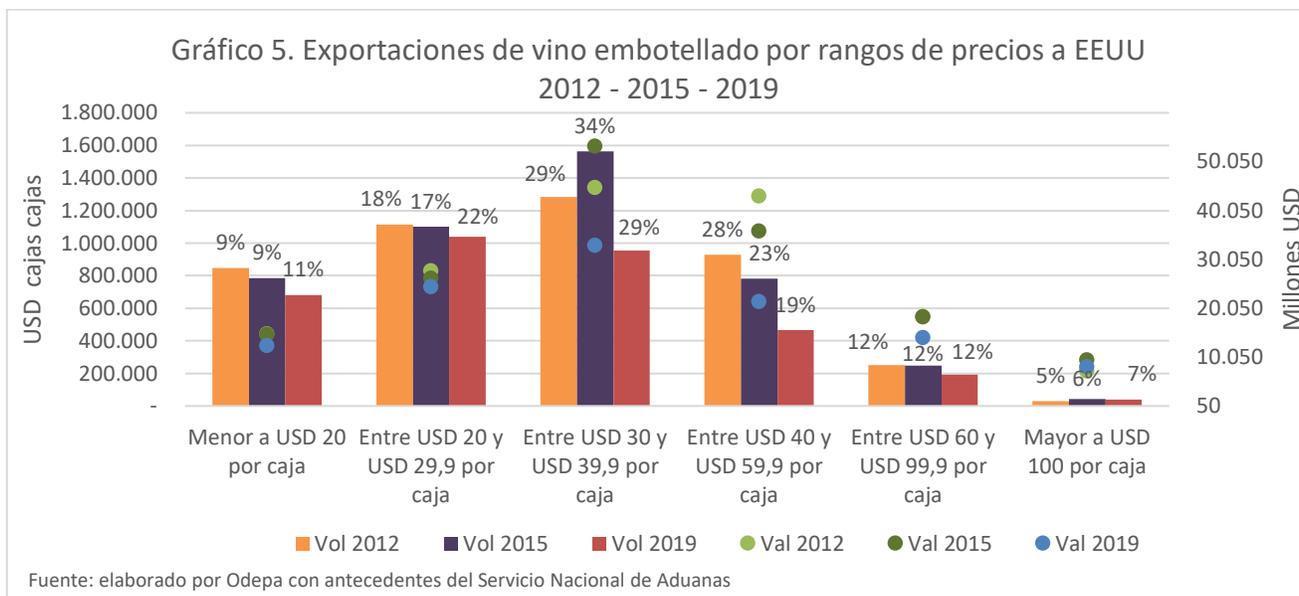
El año 2019, junto a las actividades de eventos, degustaciones y exhibiciones, se realizaron actividades de desarrollo de material promocional, estudios de mercado, seminarios, misiones comerciales, entre otros (ver tabla 4).

Al analizar en forma conjunta las exportaciones y los aportes entregados al sector, entre los años 2015 y 2019, se observa un aumento de las exportaciones de vino, en todas las categorías de precios, tanto en volumen como en valor. Al analizar el precio medio de las exportaciones totales, se observa un leve aumento en este periodo, llegando a USD 3,6 por litro.

Estados Unidos

Las exportaciones de vino a Estados Unidos desde el año 2012 a la fecha muestran un leve retroceso, pasando de USD 155,9 millones el año 2012 a USD 113,3 millones el 2019, lo que representa una disminución de 27,3% en el periodo. En volumen pasaron de 40,1 millones de litros a 30,4 millones de litros, lo que representa una disminución de 24,3%. El precio medio de estas exportaciones experimenta una leve disminución en el periodo llegando a USD 3,7 por litro el año 2019.

El año 2019 se exportó, mayoritariamente, vinos cuyo valor por caja osciló entre los USD 20 y los USD 29,9, con una participación de 22% en el valor total exportado. La categoría de vinos con menor participación en el valor exportado corresponde a los vinos con valor superior a USD 100 la caja (ver gráfico 5).



Este mercado es muy competitivo, los consumidores estadounidenses tienen poca lealtad con las marcas y toman la decisión de compra basados en criterios como precio, origen y marca. Esta situación plantea todo un desafío en la forma de promover los vinos en este mercado y podría explicar, en parte, los cambios en el volumen importado.

En cuanto a los aportes recibidos por el sector para hacer promoción de los vinos nacionales, se observa que entre el año 2015 y el año 2019, sólo en proyectos de carácter sectorial⁴, Chile ha invertido más de \$1.313,6 millones de pesos (ver tabla 2), siendo el año 2017 el que tuvo mayores aportes superando los \$573,5 millones de pesos.

Tabla 5. Actividades desarrolladas en EEUU y aportes públicos a la actividad (miles CLP)					
Actividades	2015	2016	2017	2018	2019
Apoyo logístico para ejecutar actividades comerciales	713				
Contratación de agencia para realizar campañas promocionales		9.330	154.742		
Desarrollo de Estrategias de Branding, Campañas Publ y Prom				97.182	19.085
Desarrollo de Información de Mercado (Estudios de Mercado)	4.144	12.361	14.324	2.911	3.207
Invitación de Clientes y/o Potenciales Clientes o promotores int		83.172	39.584		19.208
Misiones Comerciales	2.255	392	3.241	2.410	1.294
Participación como Expositor en Feria Internacional			3.913		6.809
Participación en seminarios y eventos internacionales			1.805		
Publicidad y promoción	80.277	104.955	203.339		
Realización de eventos en Chile o en el extranjero		1.246	60.972		
Realización de <i>showroom</i> y <i>tasting</i>	65.924	40.199	91.622	61.998	112.358
Seminarios, Talleres y Actividades de Difusión				4.488	4.135
Total general	153.313	251.654	573.543	168.988	166.096
Fuente: Elaborado por ODEPA con Antecedentes de la Dirección General de Promoción de Exportaciones de la Cancillería de Chile (ProChile)					

El año 2017 se invirtieron \$203,3 millones de pesos de fondos públicos en actividades de publicidad y promoción, \$154,7 millones en contratación de agencias para realizar campañas promocionales y \$91,6 millones de pesos la realización de *showroom* y degustaciones.

Las principales actividades realizadas en dicho destino son publicidad y promoción, realización de *showroom* y degustaciones e invitación a clientes o potenciales clientes o promotores internacionales (periodistas, líderes de opinión, *influencers*, etc.) las que en el período entre 2015 y 2019 han recibido aportes por más de \$902,6 millones (ver tabla 5). Otras actividades realizadas en este destino son: desarrollo de estrategias de desarrollo de marca, desarrollo de estudios de mercado, seminarios, entre otros.

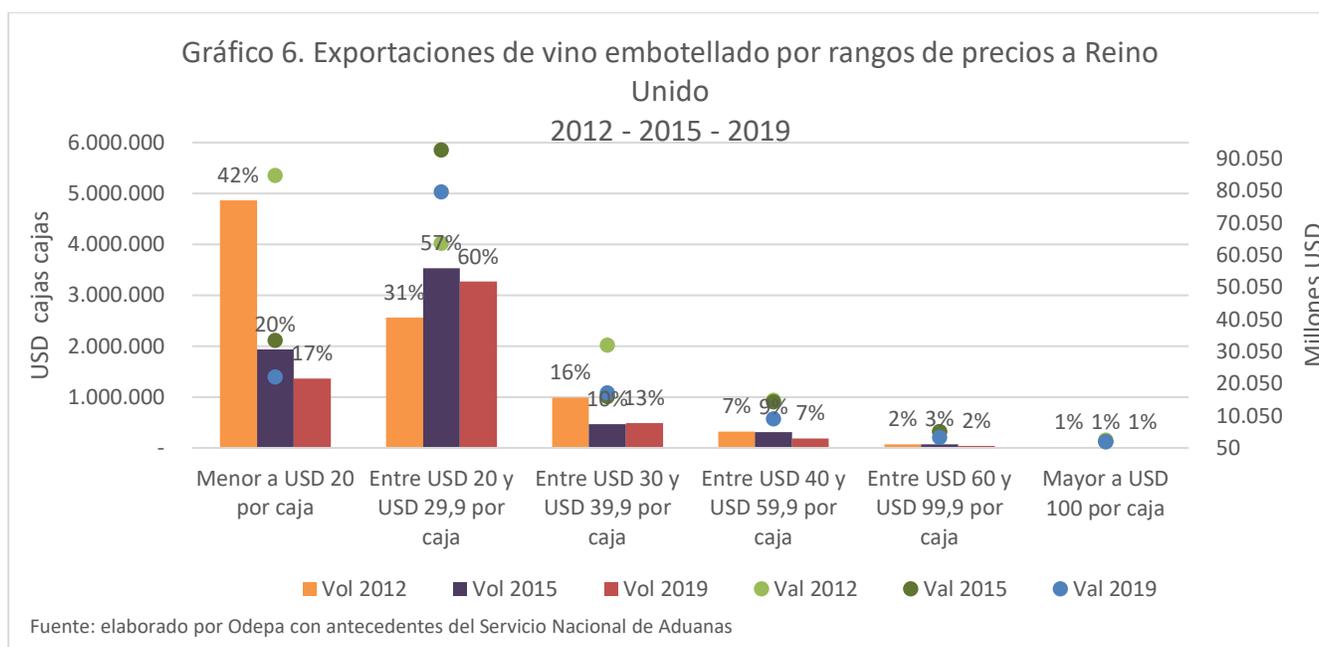
Si se analizan las exportaciones de vino a Estados Unidos en conjunto con los fondos recibidos por el sector, se observa que, pese a las actividades realizadas en destino, entre el año 2015 y 2019 aumentaron las exportaciones de vino con rangos de precios menores a USD 29,9 la caja, en desmedro de las exportaciones de vinos en rangos de USD 30 y USD 59,9 la caja.

Reino Unido

En las exportaciones de vino embotellado al Reino Unido se observa una disminución de las exportaciones totales de vino pasando de 79,2 millones de litros el año 2012 a 48,2 millones de litros el año 2019. En términos de valor la variación fue de -34,4%, llegando a USD 132,4 millones el año 2019.

Al analizar las exportaciones por rango de precio, desde el año 2012 se observa una fuerte disminución del total de cajas exportadas con un valor menor a USD 20/caja, pasando de 4,8 millones a 1,3 millones de cajas y un aumento de los vinos exportados con un rango de precio entre USD 20 y USD 29,9 la caja, pasando de 2,6 millones de cajas en 2012 a 3,2 millones de cajas en 2019 (ver gráfico 6).

Para el año 2019, el rango de precio que presenta una mayor incidencia en el valor exportado son las cajas con un rango de valor de USD 20-29,9 con 79,5 millones de dólares, seguidos por las que tienen un valor menor a USD 20/caja con 22 millones de dólares, y las de rango de USD 30-39,9/caja con 16,9 millones de dólares (ver gráfico 6).



El mercado del vino en el Reino Unido es altamente desarrollado y extremadamente competitivo. Además, es un mercado “líder”, actuando como una vitrina comercial para otros destinos. Las bajas mostradas tanto en valor como en volumen exportado pueden deberse al aumento de las importaciones de vino a granel por el Reino Unido, a la disminución generalizada de las importaciones de vino por este mercado y a la fuerte competencia y el alza en la participación de otros mercados.

Tabla 6. Actividades desarrolladas en Reino Unido y aportes públicos a la actividad (miles CLP)					
Actividades	2015	2016	2017	2018	2019
Contratación de agencia para realizar campañas promocionales	21.691	12.988			
Desarrollo de Estrategias de <i>Branding</i> , Campañas Publ. y Prom.				13.647	16.701
Desarrollo de Información de Mercado (Estudios de Mercado)	893	5.510		2.911	
Invitación de Clientes y/o Potenciales Clientes o promotores int.			4.443	15.408	16.722
Misiones Comerciales	1.702			11.383	
Participación en seminarios y eventos internacionales			1.805		
Publicidad y promoción		1.223	3.665		
Realización de eventos en Chile o en el extranjero	12.879	55.458			
Realización de <i>showroom</i> y <i>tasting</i>	95.055		12.830	87.061	83.086
Seminarios, Talleres y Actividades de Difusión				1.517	
Visita a Ferias Internacionales					8.134
Total general	132.220	72.179	22.743	131.925	124.643

En cuanto a los aportes recibidos por el sector para hacer promoción de los vinos nacionales en este mercado se observa que entre el año 2015 y el año 2019, sólo en proyectos de carácter sectorial⁴, Chile ha invertido más de \$483,7 millones de pesos (ver tabla 2), siendo el año 2015 el que tuvo mayores aportes superando los \$132,2 millones de pesos.

El año 2015 se invirtieron \$107,9 millones de pesos de fondos públicos en la realización de *showroom*, degustaciones, eventos a consumidores finales y a público objetivo (sommeliers, periodistas del sector, importadores) y \$21,7 millones de pesos en el pago a agencias encargadas de la realización de campañas promocionales (ver tabla 6).

Las principales actividades realizadas en el Reino Unido son participación en *showroom*, degustaciones a consumidores finales y eventos en Chile o en el extranjero, las que en el período entre 2015 y 2019 han recibido aportes por más de \$346,4 millones de pesos. Otras actividades realizadas en este destino son: invitación de clientes o potenciales clientes, actividades de difusión con publicaciones en prensa especializada y desarrollo de estrategias de *branding*, campañas publicitarias y promocionales, desarrollo de estudios de mercado, entre otros.

4. Comentarios finales

Durante los últimos años las exportaciones de vino de Chile han experimentado un importante aumento, tanto en valor como en volumen, sin embargo, este comportamiento varía de un mercado a otro.

El precio medio de los vinos nacionales de exportación no ha tenido cambios importantes en los últimos años, pese a la estrategia desarrollada por el sector de aumentar las exportaciones de vinos de mayor valor.

Chile tiene gran potencial para seguir creciendo en sus exportaciones y para mejorar la imagen de sus vinos en los mercados de destino. Los esfuerzos nacionales deben enfocarse en posicionar una mayor variedad de vinos de mayor valor.

De acuerdo con lo conversado con diferentes representantes del sector, las actividades a realizar deberían tener un relato más moderno y actualizado de la industria nacional e incluir aspectos como la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social.

Otro aspecto importante para considerar es que las actividades de promoción que se realicen en el extranjero no se acoten a los vinos que se promueven en dicha actividad, sino que, a toda la industria y a la imagen del país, por lo que el trabajo coordinado de todo el sector puede traer mayores y mejores resultados.

La coordinación público-privada, tanto de los sectores productivos como de los sectores de promoción, exportación y de imagen es fundamental para alcanzar los objetivos de la industria y robustecer la imagen del país en los mercados de destino. Es por ello que el año 2020 se crea el “comité imagen del vino”, con el objetivo de generar una estrategia que permita mejorar la imagen del vino en los mercados de destino, considerando las inquietudes y fortalezas del sector.

