



## **ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL VINO CHILENO EN EL MERCADO INTERNACIONAL ENTRE LAS PRINCIPALES CEPAS PARA EL PERIODO 1994-2002.**

**Edmundo Meza Encina  
Ingeniero Agrónomo**

### **RESUMEN**

La industria de vino Chilena ha sufrido muy significativos cambios desde la década pasada. La apertura de nuevos mercados ha consolidado la posición de viñas de gran escala (“Viñas grandes”), y al mismo tiempo ha dado una oportunidad a viñas de pequeña escala (“Viñas pequeñas), para establecer una presencia en el mercado, basado sobre todo en la venta de vinos de alta calidad. Los mercados se han hecho más competitivos, tanto entre viñas grandes y pequeñas, las últimas compensando su más pequeño volumen de ventas con productos de más alta calidad y de mayores precios.

Este estudio intenta probar la hipótesis que mercados internacionales pagan precios mas altos, por los vinos de mayor calidad, producidos por las viñas pequeñas. Como un objetivo secundario, esto también apunta a la confirmación que los vinos tintos obtienen mayores precios que los vinos blancos. A estos objetivos cinco viñas “grandes” y cinco “pequeñas” fueron identificadas por sus precios FOB para el periodo 1994-2002, los cuales fueron compilados de la base de datos de Prochile. Estos datos fueron analizados usando un análisis de varianza con la separación de medias basada en la diferencia mínima significativa (LSD). Los resultados demostraron que:

- a) Viñas pequeñas obtienen un precio FOB diferencial de US\$ 0.95 por litro, con una confianza del 95%.
- b) Las preferencias de mercados muestran el siguiente orden: Merlot, Cabernet Sauvignon y Chardonnay, Sauvignon Blanc. De ahí, el mercado distingue mas bien por cultivares que por agrupaciones de vinos tintos y blancos.

## ABSTRACT

The Chilean wine industry has undergone some very significant changes over the past few decades. The opening of new markets has consolidated the position of large-scale wineries ("big wineries"), and at the same time has given an opportunity to small-scale firms ("small wineries") to establish a presence in the market, based mostly in the sale of high quality wines. Markets have become more competitive, with the presence of large-scale wineries and small firms, that bid to compensate their smaller sales volume with higher priced higher quality products.

This research attempts to test the hypothesis that international markets pay for the higher-quality wines produced by the small vineyards. As a secondary objective, it also aims at proving that red wines obtain in the market higher prices than white wines. To these purposes, five "big" and five "small" wineries were identified and their FOB prices for the period 1994-2002 were compiled from the data base of Prochile. These data were analyzed using an analysis of variance, with mean separation based on the least-significant difference (LSD) method. Results proved that:

- (a) Small-scale vineyards obtain a price differential of US\$ 0.95 per litre FOB, significant with a 95% confidence.
- (b) Market preferences show the following order: Merlot, Cabernet Sauvignon and Chardonnay, Sauvignon Blanc. Hence, the market differentiates by cultivars rather than by wine groupings such as red and white wines.