
“ESTUDIO DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTA FRESCA CHILENA DURANTE LA TEMPORADA FRUTICOLA 2011/2012”.

**CLAUDIA ANDREA ESPINOZA BOBADILLA
INGENIERO AGRÓNOMO**

RESUMEN

El presente estudio analiza la estrategia de comercialización de las empresas exportadoras de fruta fresca chilena, medida a través de la diversificación en los distintos mercados y especies exportadas, durante la temporada frutícola 2011/2012. Para esto se utilizó como fuente de información la base de datos de INGLOBO, que proporcionó el recuento anual de resultados de exportaciones de fruta fresca de las 601 empresas exportadoras. Se estudió las 18 especies de fruta fresca exportadas en esta temporada donde destacaron, en cuanto al número de cajas exportadas, la uva, manzana, arándano y kiwi. Los mercados de destino fueron América del Norte, América del Sur, Europa, Lejano Oriente y Pacífico Sur, Medio Oriente y África y México y Centro América. Para medir el grado de diversificación de mercados y especies se utilizó el índice de Hirschman - Herfindahl (IHH). A partir del análisis de los datos, en términos de las empresas exportadoras analizadas, se observó, que en promedio presentan una alta concentración en los envíos en cuanto a los mercados y especies, donde el índice IHH calculado registró un valor promedio de 0,724 y 0,757 respectivamente. Finalmente, se obtuvo una baja relación entre el tamaño de las empresas exportadoras y su diversificación en cuanto al número de especies y mercados de destino durante la temporada frutícola analizada, indicando que el tamaño de la empresa no define la estrategia de comercialización.

ABSTRACT

This research analyzes the marketing strategy of fresh fruit exports of Chilean companies, calculated through the diversification of different markets and species exported during the fruit season 2011/2012. To do so a database of INGLOBO was used as information source. This database provided the annual count results of fresh fruit exports of 601 Chilean exporters companies. The 18 species of fresh fruit exported in this season where they highlighted, in the number of boxes exported, grape, apple, cranberry and kiwi were studied. The different target markets were North America, South America, Europe, Far East and South Pacific, Middle East and Africa and Mexico and Center America. To measure the degree of diversification of markets and species Herfindahl – Hirschman (HHI) index was used. From the analysis of the data, in terms of exporting companies analyzed, it was found that on average they present a high concentration in shipments in terms of markets and species, where the calculated HHI index recorded an average value of 0.724 and 0.757 respectively. Finally, a low ratio between the size of exporters and diversification was obtained in the number of species and target markets during the fruit season analyzed, indicating that the size of the company does not define the marketing strategy.