

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el (los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga

Universidad Santo Tomás

Informe Gira de Observación – Santiago de Chile

Víctor Antonio Malagón, Carolina Gómez Chacón

Informe de práctica para optar al título de Especialistas en Gerencia Agroindustrial

Director

Dr. Mariano Claro Torrado

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

Especialización en Gerencia Agroindustrial

2.017

Contenido

INTRODUCCIÓN	5
1. El entorno para los negocios agroalimentarios en Chile	7
2. Administración de negocios agroalimentarios: desde la planificación hasta el control de gestión en empresas.	10
3. Comercialización y marketing agroalimentario (diseño de estrategias de marketing)	14
4. Análisis comparativo del desarrollo del sector en los países (Colombia – Chile)	17
4.1. Visita a la empresa agroindustrial HUERTOS DE CHILE	18
4.2. Visita a cultivo de palta (Aguacate)	19
4.3. Visita Viñedo Caliterra	23
4.4. Visita Planta de Producción aceite de oliva	28
CONCLUSIONES	32
BIBLIOGRAFIA	36

Lista de tablas

Tabla 1. Estrategias de los principales países productores de vino	15
Tabla 2. Diferencias entre un producto básico y un producto diferenciado	16
Tabla 3. Producción, Pos cosecha y comercialización de la Frutilla o Fresa	18
Chile VS Colombia	
Tabla 4. Producción, Pos cosecha y comercialización de la Palta	21
Chile VS Colombia	
Tabla 5. Producción, Pos cosecha y comercialización de Vino	26
Chile VS Colombia	
Tabla 6. Producción, Pos cosecha y comercialización de Aceite de Oliva	31
Chile VS Colombia	

Lista de figuras

Figura 1. Presentación frutas frescas mercado de Chile	8
Figura 2. Productos agroindustriales	9
Figura 3. Cultivo de fresa huertos de Chile	18
Figura 4. Cultivo de palta Valparaíso	20
Figura 5. Almacenaje de vino empresa Caliterra	25
Figura 6. Bodega de vino empresa Caliterra	25
Figura 7. Extractora de Aceite de Olivo	29
Figura 8. Presentación del aceite de olivo	30

Introducción

La globalización es una realidad, los países cada día comparten bienes y servicios en una mayor proporción, la agricultura es un eje fundamental de la integración económica, en la que cada país aprovecha al máximo sus recursos para lograr las mayores producciones, cumpliendo con los estándares de calidad exigidos por los mercados.

Un ejemplo de desarrollo en América Latina es Chile, un país que se ha caracterizado por la producción de frutas de alta calidad para atender mercados internacionales de Europa, Estados Unidos, Asia y América Latina, es importante conocer su desarrollo agroindustrial, cómo aprovecha algunas debilidades en la oferta ambiental y convierte en oportunidades, cómo proyecta sus productos en el mundo y cuáles son sus estrategias de mercadeo.

No solo la fruticultura es pilar de la agroindustria Chilena, otros cultivos como, papa, trigo, maíz y arroz son parte de la seguridad alimentaria de la población, con una política de soberanía y autonomía alimentaria.

La superficie frutícola nacional alcanza a 294.000 hectáreas, entre las regiones de Atacama y Los Lagos. El sector produce cerca de 5 millones de toneladas de fruta, de las cuales se exportan 2,6 millones como fruta fresca, generando más de USD 4.000 millones anualmente. Chile es el primer exportador frutícola del hemisferio sur y líder exportador mundial de uva de mesa y arándanos.

El mercadeo de los productos Agrícolas se realiza con el apoyo del gobierno de Chile, el cual, estimula la participación internacional en ferias y eventos que les permiten mostrar sus productos y materializar negocios, cuentan con tratados de libre comercio (Unión Europea, Asia,

NAFTA, Comunidad Andina, Mercosur) y tratados bilaterales que le facilitan la comercialización de sus productos, sumado a esto, el país apoya la transformación de los productos con valor agregado, mediante la alianza Gobierno - Universidades - Empresa privada, realizando investigación, innovación, desarrollo y mercadeo de sus nuevos productos.

La Agroindustria Chilena es un ejemplo a seguir, Colombia es un país lleno de oportunidades para explotar, en Colombia existen sectores con un buen desarrollo tecnológico, como la industria Avícola, las Flores, Café y otros sectores que están en crecimiento como la piscicultura, la palma de aceite, el Cacao, los frutales para exportación y algunos sectores que transforman a mediana escala, muchas de estas alianzas involucran a los industriales en asocio con pequeños productores, sin embargo, la falta de investigación, de ayuda gubernamental, de vías y de unas políticas bien definidas para el sector agroindustrial, son las principales falencias, que debemos potenciar a través de nuestra oferta agro-climatológica, mano de obra y materias primas de alta calidad.

- 1. El entorno para los negocios agroalimentarios en Chile (Internacionalización, cadenas de valor, cadenas productivas y nuevas tendencias en los mercados agroalimentarios).**

Internacionalización: Chile es un país exportador que le apuesta al mercado global, para lo cual el gobierno apoya hasta el 50% de las gestiones de exportación, con el fin de conquistar nuevos mercados. La producción se basa en los estándares de calidad de los países que le compran, razón por la cual las empresas cuentan con certificaciones como EUREPOGAP (Euro-Retail Produce Working Group – EUREP - GAP (buenas prácticas agrícolas) o Global GAP, las exportaciones las realizan con productos frescos para consumo inmediato (Frutas) y procesados como vino, pulpa de fruta.

Cadenas de Valor: La cadena de valor es una estrategia que implementan las empresas Chilenas con el fin de ser más eficientes en el uso de los recursos, integrando a los agricultores en la cadena para satisfacer el mercado. En la cadena de valor de las frutas se han detectado algunas falencias en las cuales trabaja el sector privado, el gobierno y las universidades; estas falencias se encuentran en los pequeños productores y están relacionadas con la falta de registro de sus operaciones financieras, gestión de recursos humanos y marketing.

Cadenas Productivas: Las cadenas productivas son un eje fundamental en el desarrollo de los pequeños y medianos agricultores, con el apoyo institucional han logrado establecer cooperativas de productores las cuales se encargan de la comercialización e industrialización del producto, antes de iniciar con la siembra de un cultivo, se realiza el previo estudio de mercado y de los subproductos que se pueden obtener evitando la sobre oferta. Las cadenas productivas enlazan todos los sectores desde el productor, la materia prima, la comercialización, la industrialización y la academia., logrando beneficios para todos los implicados en la cadena.



Figura 1. Presentación de frutas en mercado de Chile, Fuente: Propia (Til Til, Norte de la Región metropolitana de Chile).

Nuevas tendencias en los mercados agroalimentarios: Las nuevas tendencias del mercado están marcadas por dos pilares; una dieta saludable basada en hortalizas y frutas orgánicas y la producción sostenible; en la cual, el productor no afecte el medio ambiente.

A continuación se describen algunas Características de la demanda agroalimentaria (Mora, 2016):

DEMOGRAFICOS:

- Familias más reducidas y hogares unipersonales
- Movimientos migratorios
- Envejecimiento de la población

ECONÓMICOS

- Elevación del poder adquisitivo
- Influencia de factores financieros

SOCIOCULTURALES

- Consumidor con mayor nivel de formación, más informado y más exigente.

- Creciente preocupación por la Salud.
- Creciente preocupación por el medio Ambiente.
- Creciente preocupación por la seguridad/inocuidad Alimentaria
- Incorporación de la mujer al mercado laboral
- Cambios en los estilos de vida
- Consumidor individualista
- Incremento del número de comidas fuera del hogar.

TECNOLÓGICOS

- Incremento y diversificación en la oferta de productos y en las formas de consumo
- Avances en técnicas de producción y conservación
- Nuevos modelos de tiendas y fórmulas de venta
- Problemas derivados del uso de tecnologías químicas y biotecnologías

ASPECTOS LEGALES

- Recomendaciones nutricionales de profesionales y poderes públicos
- Movimientos en defensa y protección del consumidor
- Nuevos horarios laborales y comerciales

2. Administración de negocios agroalimentarios: desde la planificación hasta el control de gestión en empresas.

La clave del desarrollo agroindustrial de Chile se basa en la Planificación, tienen control sobre las variables involucradas en el proceso productivo, cuentan con estudios de mercado que les permiten proyectar la producción atendiendo la demanda con calidad, cantidad cumpliendo con los estándares del mercado.

Planificación debe contestar el siguiente interrogante: Que Hacer? La agroindustria debe contar con los elementos necesarios para la buena toma de decisiones. En Colombia muchos proyectos agroindustriales no cuentan con una correcta planificación, generando gastos innecesarios o proyectos que nunca llegan a efectuarse por que no se realizó un estudio predio.

La planificación estratégica: Proceso de evaluación sistémica de la naturaleza de un negocio donde se define: Misión, Visión y Valores, objetivos, metas, estrategias, planes y recursos necesarios para dar cumplimiento con los objetivos propuestos. La planificación estratégica sirve para: marcar una dirección del proyecto hacia dónde va, reduce la incertidumbre, reduce la redundancia y establece criterios para controlar. (Mora, 2016).

Se usan elementos como la matriz DOFA para medir debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, elementos que ayudan a establecer una visión de nuestra situación, y lograr tomar las mejores decisiones.

La Organización ¿Cómo Hacerlo? En el desarrollo de empresas Agroindustriales la organización es importante en el desarrollo de un proyecto, donde cada ente cumple con su rol facilitando el desarrollo del proyecto. Los agro negocios cada día exigen un cumplimiento de las metas trazadas y la adecuada ejecución de los presupuestos, En Chile, controlan los procesos y miden sus variables, trabajan con indicadores que les permiten cumplir con sus metas, logrando ser sostenibles en un mercado globalizado que es muy dinámico.



Figura 2. Presentación de productos agrícolas procesados. Fuente: Propia (Colina, Norte de la Región metropolitana de Chile).

Propósitos de la organización

- Dividir el trabajo a realizar en tareas y departamentos específicos.
- Asignar tareas y responsabilidades relacionadas con empleos individuales.
- Coordinar diversas tareas organizacionales.
- Agrupar los trabajos en unidades.
- Establecer relaciones entre individuos, grupos y departamentos.
- Establecer líneas formales de autoridad.
- Distribuir y utilizar los recursos organizacionales.

Diseño organizacional

- Especialización del trabajo: es un mecanismo de organización importante que mejora la productividad, sin embargo, no se debe llegar al extremo.
- Departamentalización: Es la agrupación de tareas comunes con el fin de que se puedan coordinar.

- Cadena de mando: Línea continua de autoridad que se extiende de los niveles organizacionales más altos a los más bajos, y define quién informa a quién.
- Amplitud de control. una forma de lograr la integración es mediante la amplitud de control. Esto define la cantidad de subordinados que un directivo puede supervisar de manera eficaz y eficiente.
- Centralización y descentralización La centralización se caracteriza por que las decisiones son tomadas por administradores que poseen una visión global de la empresa. La descentralización permite que las decisiones sean tomadas por los niveles más bajos en la jerarquía proporcionando un aumento de la eficiencia.
- Formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con qué elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas. Las normas, instructivos y procedimientos diseñados para manejar las contingencias afrontadas por la organización son parte de la llamada formalización.

Dirección (Hacerlo)

Es la acción de lograr que todos los miembros del grupo humano, el personal de la empresa, se propongan alcanzar determinados objetivos en concordancia con los planes organización de la empresa.

Factores Condicionantes y Limitantes de la dirección

- Información limitada e incierta sobre la evolución del entorno y las intenciones de competencia.
- Recursos limitados
- Necesidad de coordinar las acciones en el tiempo y en el espacio.

Elementos de la Dirección

- La comunicación entre los miembros de una organización es muy importante porque permite la interacción y el aporte de ideas, la comunicación tiene que ser bidireccional favoreciendo el desarrollo de metas.
- Las decisiones es una selección racional entre un conjunto de opciones. Desarrollos conceptuales asociados a la dirección, liderazgo y logro de objetivos.
- Control: Es el proceso que consiste en supervisar las actividades para garantizar que se realicen según lo planeado y corregir cualquier desviación significativa.
- La principal falencia de los pequeños agricultores es la falta de registros de costos de producción, lo que dificulta realizar balances económicos acertados.

3. Comercialización y marketing agroalimentario (diseño de estrategias de marketing)

Comercialización: Práctica o Actividad conjunto de actividades vinculadas al intercambio de bienes y servicios entre productores y consumidores. (Poner a la venta un producto o darle condiciones para distribución para su venta).

Marketing: Orientación identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios. En Chile se realiza un proceso de marketing

El marketing de los vinos tiene una dirección clara de recursos y su aplicación en forma eficiente y redituable: “MARKETING RACIONAL, LARGO PLAZO, SEGMENTACIÓN,

DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO” Posicionamiento y mejores precios internacionales (pensando en el 2025).

En la tabla 1 se presenta las estrategias de los principales países productores de vino, Los países tradicionales ya están posicionados en el mercado mientras que los países emergentes están apostándole a posicionar sus marcas y ganar nuevos mercados, es el caso específico de Chile.

Tabla 1.

Estrategias de los principales países productores de vino

ASPECTO	ESTRATEGIA TRADICIONAL	ESTRATEGIA EMERGENTE
LOCALIZACIÓN	Europa, en especial Francia, Italia y España.	América, Oceanía Y África Del Sur
ENTORNO LEGAL	Regulado	Moderadamente regulado
ORIENTACIÓN DEL NEGOCIO	Aplicación de prácticas empresariales dificultosa por culpa de la propiedad tradicional.	Plenamente integrado en las prácticas agroempresariales.
ORIENTACIÓN DEL PRODUCTO/ MERCADO	Vinos con Denominaciones de Origen más reconocidas que las marcas en la mayoría de los casos existiendo un mayor interés hacia los cambios del consumidor.	Dirigidos por el mercado, los vinos se ajustan a los cambios y requerimientos del mercado. Vinos con marcas fuertes y varietales.

Fuente (Mora, 2.016)

La Triple dimensión de un producto (Vino)

1. Intrínseco: Caldo
2. Extrínseco cercano: Botella y Etiqueta.

3. Extrínseco segundo nivel: Atención al cliente, lugar de compra, estacionamiento: Actitudes.

Tabla 2.

Diferencias entre un producto básico y un producto diferenciado

PRODUCTO BASICO	PRODUCTO DIFERENCIADO
Precios estándar	Precios diferenciados en función del valor que se le reconoce
Fijarse en los costos	Fijarse en los costos
Poner énfasis en la competencia	Descolgarse de la competencia a través del valor
Mercado Grande	Mercado Pequeño

Fuente (Mora, 2.016)

En el ámbito de los atributos, es evidente que la percepción emblemática de un vino existe en Chile y seguirá existiendo. Esto se observa en los consumidores de perfil más clásico y que son relativamente conocedores del producto. Los vinos más reconocidos han recibido premios y reconocimientos que le permiten mostrarse al mercado como un producto exclusivo.

En el ámbito de los afectos, un espacio probable a profundizar, es el de las actitudes, así como los estilos de vida. Son variables en las cuales se presentan diferencias que pueden permitir la construcción de estrategias comerciales más eficientes.

Una de las estrategias de Chile para posicionar el vino a nivel mundial es lograr que se recuerde por su zona de origen o por la Variedad de uva a diferencia de Francia que el vino se denominación de Origen.

4. Análisis comparativo del desarrollo del sector en los países (Colombia – Chile)

partiendo de la experiencia de campo adquirida en la Gira (Presentar imágenes y/o videos)

4.1. Visita a la empresa agroindustrial HUERTOS DE CHILE

Es una empresa Familiar dedicada a la producción, selección, empaque y comercialización de Frutilla (Fresa), Zarzaparrilla, higos, berris, mora, Frambuesa en fresco y en pulpa. El principal cliente es Cencosud, y el principal producto es la Frutilla cuentan con 35 hectáreas además de comprar a los vecinos, el éxito de esta empresa está en la Pos cosecha y en cumplir con la cantidad y calidad de los productos. Cuentan con certificados de FSMA (Modernización de la ley de inocuidad alimentaria de Estados Unidos) lo que le permite la comercialización en supermercados de cadena y exportaciones, sin embargo, están en proceso de certificación EUREPOGAP y Global Gap.



Figura 3. Cultivo de fresa de alta producción empresa (Huertos de Chile), Fuente: Propia (Santo Domingo, Litoral Central de Chile).

Tabla 3.

Producción, Pos cosecha y comercialización de la Frutilla o Fresa Chile VS Colombia

Actividad	CHILE	COLOMBIA
Siembra	Escalonada de acuerdo a la demanda	De acuerdo a las épocas de lluvia
Plagas	Baja presencia de plagas por los cambios bruscos en la temperatura siéndola principal plaga el Trips.	Las plagas en Colombia son un mayor problema los Moluscos (babosas y caracoles) Trips.
Enfermedades	Moho Gris, (Botrytis cinérea)	Moho Gris (Botrytis cinérea)
Inicio Producción	90 días	
Manejo de temperatura	Invernadero en periodo de invierno	Algunos agricultores tienen invernadero.
Pos-cosecha	• Despacho Climatizado • Cámara de Frio a cero grados • Muestreo microbiológico • Lavado de manos • Sanitización emisión de Oxígeno	• Selección • Empaque • Cadena de frio para las fresas comercializadas en mercados de cadena y las de explotación
Certificaciones	• EUREPOGAP • Global Gap • FSMA	Global Gab EUREPOGAP
Producción en toneladas por Hectárea/ Año	60 Toneladas por hectárea	40 toneladas por hectárea

Área de siembra	1250 hectáreas	2500 hectáreas Colombia
Tecnología aplicada	Alta	Media
Destino de la producción	Mercado Local 65% y exportaciones 35%	Mercado Local 90% y Exportaciones 10%

Fuente: Elaboración propia

4.2. Visita a cultivo de palta (Aguacate)

El cultivo de aguacate cuenta con un alto nivel de tecnología donde casi la agronomía es perfecta, la finca tiene 300 hectáreas de aguacate sembradas en una zona de ladera, lo que dificulta las labores y aumenta los costos de mantenimiento, cuentan con una estación meteorológica que les permite medir las variables del clima, como temperatura, precipitación, velocidad del viento, humedad e intensidad lumínica lo que les permite tomar decisiones acertadas evitando daños por la temperatura o stress hídrico en el cultivo.



Figura 4. Cultivo de Palta, con su respectivo sistema de riego. Fuente: Propia (Panquehue, Región de Valparaíso, Chile).

El éxito del cultivo está en el Riego teniendo en cuenta que en la zona las precipitaciones son de 250mm anuales la plantación cuenta con agua de un río y un pozo perforado lo que le permite regar las 300 hectáreas de manera eficiente el riego es por goteo y automatizado para facilitar la operación del mismo, la fertilización se realiza por el riego fertirrigación.

En la Zona plana de la plantación se cuenta con molinos de viento que se prenden en el invierno para evitar las heladas y daño del cultivo.

Costos son de aproximadamente 25000 dólares la implementación de una hectárea de aguacate y de 12000 dólares por año los gastos, lo que equivale a un costo de 60 centavos de dólar por Kilo de aguacate y lo venden a 2 dólares el Kilo.

El punto de equilibrio se logra a los 4,5 años de establecido. En los que el cultivo es auto sostenible generando utilidad. Los costos más altos están en el riego y la mano de obra que es escasa un trabajador en plena cosecha de aguacate puede ganar hasta 1950 dólares al mes.

Tabla 4.

Producción, Pos cosecha y comercialización de la Palta Chile VS Colombia

Actividad	CHILE	COLOMBIA
Plagas	La presencia de plagas es muy baja, por las condiciones de clima que son muy drásticas	Para el cultivo de aguacate se definieron a las especies Heilipus Lauri Boheman, Heilipus Trifasciatus Fabricius (Coleoptera: Curculionidae) y Stenoma catenifer Walsingham (Lepidoptera: Elachistidae), más conocidas como barrenadores del fruto, como plagas cuarentenarias y que restringen el comercio de este producto hacia los mercados internacionales.
Inicio Producción	3 Años	5 Años

Manejo de temperatura	Uso de molinos de viento para evitar las heladas	No se Usa, porque no se requiere.
Pos-cosecha	• Selección • Empaque • Refrigeración	• Selección • Empaque • Climatización • Refrigeración
Certificaciones	• EUREPOGAP • Global Gap	• EUREPOGAP • Global Gap
Producción en toneladas por Hectárea/ Año	En la plantación que visitamos 20 ton/ha, la media es de 4,7 ton / ha año 90 % Aguacate HASS	El promedio es de 8,8 ton 37,5% aguacate HASS el cual tiene una producción de 3,75 ton/ ha año
Área de siembra	29.908 hectáreas	28.000 hectáreas
Exportaciones año 2015	90.000 toneladas de las 143.000 toneladas producidas	2000 toneladas de las 250.000 toneladas producidas
Valor de las Exportaciones	187 millones de dólares	4 millones de dólares
Tecnología aplicada	Siembra de alta densidad 1100 a 1600 árboles por hectárea, uso de hormonas para inhibir el crecimiento	Densidad de siembra baja 200 a 300 árboles de gran tamaño que dificultan las labores.
Destino de la	Europa Holanda, Alemania y	Europa Holanda, Estados Unidos ha colocado barreras

producción	Asia	fitosanitarias.
------------	------	-----------------

Fuente: Elaboración propia

4.3. Visita Viñedo Caliterra

Caliterra es una empresa de origen Chileno, esta compañía proyecta amistad con el entorno y su filosofía está encaminada a cuidar la tierra, sus grupos de interés y la naturaleza para las futuras generaciones. Esta viña fundamenta su labor en elaborar vinos amigables con el entorno, bajo los conceptos de agricultura y manejo sustentable de los viñedos, la palabra Caliterra es una fusión entre las palabras calidad y tierra.

La empresa está ubicada en el Valle de Colchagua, esta región es considerada como un paraíso vinícola, siempre destacada por sus tintos de alta calidad, Chile posee una geografía privilegiada para el cultivo de la vid.

Sus variedades de vino son:

- **Cenit:** Es el vino icono de la empresa, toma su nombre del punto más alto del cielo, manifiestan que cada 21 de Diciembre, el hemisferio Sur vive el día mas largo del año, conocido como el Solsticio de Verano, durante este día el sol alcanza su Cenit sobre el viñedo de Caliterra.
- **Edición limitada:** Son vinos de origen, que incorporan las cepas que mejor expresen la pureza del terroir, el terroir designa una extensión geográfica bien delimitada y homogénea, este producto explora lo distintivo e innovador.

- **Tributo:** Hace referencia a un homenaje que honra la calidez de su tierra y su gente. Refleja la armonía entre el medio ambiente y su amigable interacción con el trabajo natural del hombre en el viñedo.
- **DSTNTO:** Es un vino fabricado mediante un proceso de maceración carbónica, donde las uvas se fermentan en su propia baya, generando frescura e intensidad.
- **RESERVA:** Es un vino moderno y elegante, distintivo y sabroso que se pueden disfrutar en cualquier ocasión.

El área comercial atiende a Latino América, Norte América, Asia y Europa.

Caliterra no es una viña turística, solo reciben periodistas, visitas comerciales y académicas para realizar recorridos.

Cosecha: La cosecha esta se da en Marzo, Abril y Mayo, cuando se cosecha manualmente, se obtiene mayor calidad, el grado de madurez de la uva es determinante en el sabor del vino, en la vendimia o recolección de la uva, se recolectan 3'000.000 de kgs de viñedo Caliterra y otros 3'000.000 de kgs de uva se compran a un vendedor externo.

El sabor de un vino siempre debe asociarse a un recuerdo, es un tema personal y subjetivo, según en enólogo.

Almacenamiento: Los Chilenos aplican tecnología Italiana para el almacenamiento de sus bodegas con el fin de contrarrestar los terremotos, utilizan estructuras sismo resistentes por esta condición, la capacidad máxima de almacenamiento de la viña son 9'000.000 de litros, un alto volumen de producción es almacenado en barricas de madera, el costo de una barrica de roble (americano o francés) para almacenar 100 litros de vino, en madera cuesta entre 500 y 800 euros,

también se usan tanques de acero inoxidable o ánforas de arcilla, la merma de cada barrica es 1 litro mensual, y se presenta por el proceso de evaporación, en el almacenamiento.



Figura 5. Almacenaje de Vino empresa Caliterra. Fuente: Propia (Viñedo Caliterra, Palmilla, VI Región, Chile).

Microbiología: La viña tiene un laboratorio de microbiología donde controlan la asepsia del vino y analizan todos los materiales involucrados con el empaque, como corchos, tapas, y envases de vidrio. La botrytis cinerea, es un hongo que afecta el viñedo por causa de las lluvias, ataca los órganos verdes de la cepa, deteriora la calidad de la uva y degrada las características de los mostos, por esta razón, la uva dañada se descarta para compost, la infraestructura y los equipos de la planta de producción están fabricados en acero inoxidable, estos equipos funcionan 3 meses al año y los 9 meses restantes, se realizan labores de mantenimiento, limpieza y desinfección.



Figura 6. Bodega de vino empresa Caliterra (Viñedo Caliterra, Palmilla, VI Región, Chile).

Control de plagas: Los viñedos son atacados por las langostas y los conejos, actualmente se combaten con cuatro águilas depredadoras.

Gestión ambiental: Caliterra es pionero en sustentabilidad, realizan compost con los residuos aprovechables de la vendimia, reciclan y tienen certificado en huella de carbono, utilizan paneles solares para minimizar el consumo de energía.

Responsabilidad social: El viñedo cumple con toda la reglamentación legal para sus trabajadores, con un contrato laboral definido y se paga a destajo, su nómina está conformada por 60 personas bodega y 120 personas cosechando.

Tabla 5.

Producción, Pos cosecha y comercialización de Vino Chile VS Colombia

Actividad	CHILE	COLOMBIA
Plagas y enfermedades	Botrytis cinérea, El oídio se presenta comúnmente en los viñedos chilenos. Las plagas y enfermedades más comunes son Brevipalpus chilensis, Naupactus	Enfermedades: Mildew velloso, moho gris, pudrición negra y pudrición blanca Plagas: Perla de tierra y salivazo o salivita

	Xanthographus), Meloidogine sp y Xiphinema sp y Margarodes vitis	
Inicio Producción	Marzo	En regiones con condiciones tropicales, cada planta produce dos cosechas al año, en las regiones vitícolas de Colombia se produce uva durante los 365 días del año.
Manejo de temperatura	Clima templado-cálido con régimen de tipo mediterráneo de lluvias, influenciado por la cercanía de la cordillera de los Andes y por el anticiclón del Pacífico. Un verano seco y prolongado, radiación solar elevada y una amplitud térmica notable, que permiten plantar vides viníferas entre los 30° y 36° de latitud sur.	Las condiciones climáticas tropicales de Colombia dificultan la producción vinícola, Colombia no tiene prácticamente producción de uva, por lo que las empresas productoras de vino importan mosto de uva y lo fermentan, añadiéndole alcohol, el resultado es, de una menor calidad.
Certificaciones	BRC Categoría A, Sustentabilidad de Wines of Chile, IMO y BSCI	BPM, INVIMA
Producción en toneladas por Hectárea/ Año	En 2016 alcanzó a 1.014.362.034 litros	En 2.014 alcanzó a 12.348.126 litros
Área de siembra	137.592,4 hectáreas	20.000 toneladas métricas
Tecnología aplicada	Plantación, espera, vendimia, prensado, fermentación, maduración, filtrado y embotellamiento. Winemaking Control - sistema para monitorear el tratamiento del vino en tiempo real a través de sensores conectados a las unidades de fermentación.	Prensado, fermentación, maduración, filtrado y embotellamiento.

Destino de la producción	Primera exportadora de América; Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Brasil, China.	Consumo nacional, Francia, Argentina; Estados Unidos, Italia.
--------------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia

4.4. Visita Planta de Producción aceite de oliva

La plantación de Díaz Guerrero cuenta con plantaciones semi intensivas e intensivas con olivos de dos tipos de variedades españolas (Arbequina y Picual) e italianas (Frantolo y Leccino).

- Arbequina: Es una variedad de origen español, su propósito es aceitero, su productividad es de un 20% y tiene excelente calidad.
- Picual: Su origen es español. su propósito es aceitero, su productividad es de un 23%, es tolerante a las heladas y al exceso de humedad en el suelo, es poco resistente a la sequía y al exceso de calor.
- Frantolo: Su origen es italiano, su propósito es aceitero y tiene un rendimiento aproximado de un 22%.
- Leccino: Su origen es italiano, su propósito es aceitero y tiene un rendimiento aproximado de 18% a 20 % de aceite.

La planta de extracción cuenta con maquinaria de última generación importada de Toscana - Italia.



Figura 7. Extractora de aceite de Olivo Fuente: Propia (Planta Díaz Guerrero, Santo Domingo, Fundo Rio Claro, IV Región de Chile).

Los beneficios del aceite de oliva se atribuyen a que es un antioxidante natural que retarda el envejecimiento prematuro de las células, contribuye a prevenir enfermedades cardiovasculares y mejora el funcionamiento del estómago y el tránsito intestinal, es un buen hidratante para la piel, mejora las funciones metabólicas del sistema endocrino y es rico en vitamina A, por tanto, protege la vista y su uso en gastronomía se ha incrementado debido a la fuerte cultura de auto cuidado y sana alimentación.

El proceso productivo está conformado por las siguientes etapas:

- Transporte a la almazara: Una vez se recolectan las olivas, son transportadas a la almazara para procesar en el menor tiempo, se debe procurar mantener la integridad de los frutos para evitar que se produzcan roturas y fermentaciones, siempre se buscan aceitunas sanas, libres de plagas, ya que estas afectan de inmediato la calidad del producto terminado y la estructura química del aceite, su acidez y rancidez.
- Almazara o Frantoio: Se inicia limpiando y lavando la aceituna, eliminando las hojas, tallos y tierra del fruto, se eliminan todas las impurezas y materiales extraños, posterior a esto la aceituna se moltura en un molino de martillos, la pasta que se obtiene para a una batidora donde durante 40 minutos y 25 grados centígrados, se produce la coalescencia de aceite, posterior a esto se separa la fase oleosa, la fase acuosa y los sólidos en una

centrifuga de tres fases, el uso de éste equipo beneficia la calidad bromatológica del aceite.

- Almacenamiento: Las condiciones de almacenamiento son esenciales para mantener su calidad, los tres principales enemigos del aceite son la luz, el oxígeno y las altas temperaturas, la temperatura ambiente debe estar muy cerca a los 20 °c, por esto está dotada con aislantes térmicos para contrarrestar el calor del verano y sistemas de calefacción para subir la temperatura en el invierno. Con el fin de eliminar el contacto con el aire se usan tanques herméticos en acero inoxidable, con el fin de asegurar la inocuidad del producto y garantizar óptimas condiciones organolépticas y fisicoquímicas.
- Filtración: Se realiza un proceso de filtrado con decantación natural y mediante el uso de un papel especial de celulosa de baja presión.

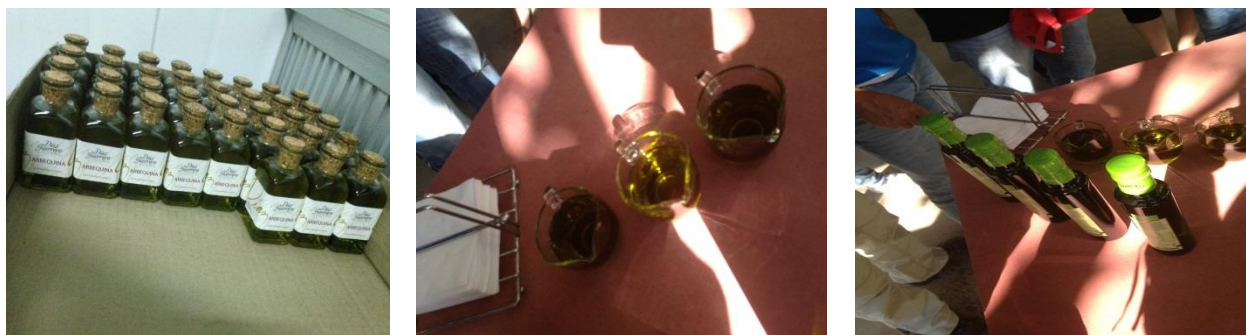


Figura 8. Presentación del aceite de Olivo. Fuente: Propia (Planta Díaz Guerrero, Santo Domingo, Fundo Rio Claro, IV Región de Chile).

Los canales de distribución del aceite son venta directa en planta, supermercados, tienda a tienda y restaurantes.

La temporada de producción de aceitunas inicia a finales de Abril y concluye en Junio.

Siempre el clima ideal para ésta fabricación es el clima templado o clima mediterráneo, tanto el verano como el invierno no son recomendables para las cosechas.

Tabla 6.

Producción, Pos cosecha y comercialización de Aceite de Oliva Chile VS Colombia

Actividad	CHILE	COLOMBIA
Plagas y enfermedades	Mosca del Olivo (<i>bactroceaoleae</i>), polilla blanca del olivo, conchuela móvil del olivo.	Colombia no cuenta con producción de aceite de oliva. En consecuencia, las importaciones son el consumo total. El producto tiene imagen de suntuario. El consumidor colombiano se caracteriza por tener mayor interés en los temas ambientales y la compra de alimentos benéficos para la salud.
Inicio Producción	No transcurren más de 12 horas entre la cosecha y la extracción del aceite para su posterior envasado, lo que disminuye el riesgo de que los frutos se oxiden y disminuyan la calidad del producto final.	
Manejo de temperatura	Clima mediterráneo, puede soportar entre 25 y 35 grados centígrados.	
Certificaciones	Norma Oficial de Requisitos de calidad del aceite de oliva (NCh107.Of2001) del INN (Instituto Nacional de Normalización)	
Producción en toneladas / Año	15 mil toneladas anuales	
Área de siembra	20.000 hectáreas	
Tecnología aplicada	Sistemas de propagación, de poda de formación y mantención, nuevos marcos de plantación, sistemas de fertilización y riego, manejo fitosanitario y de suelos, sistemas de cosecha, entre otros adelantos.	
Destino de la producción	Brasil, Estados Unidos e Italia.	

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Chile es un ejemplo en el sector Agroindustrial, la planeación, la organización y las políticas agropecuarias han permitido que sean un líder mundial en la exportación de frutas para consumo fresco.

La promoción de sus productos en los mercados exteriores es una estrategia que les ha permitido posicionar sus productos con alta calidad e inocuidad. La conquista de mercados como la China es un objetivo que ha sido desarrollado paulatinamente.

El trabajo en unión entre entidades públicas y el sector privado han facilitado el desarrollo tecnológico y comercial del país.

Tienen control sobre las actividades de las explotaciones agroindustriales, lo que les permite ser más eficientes y no improvisar.

Chile cuenta con información detallada de la cantidad de productos producidos, los precios del mercado, los países a los que exporta, ésta información le permite al agricultor tomar decisiones en tiempo real.

Sus exportaciones se clasifican en productos de alto valor agregado, por presentación, manejo en pos-cosecha, el empaque, a diferencia del sector agroindustrial en Colombia que se caracteriza por exportar materias Primas o commodities.

Colombia es un país con una excelente ubicación geográfica dos océanos, una oferta ambiental muy amplia (suelos, clima, agua), lamentablemente Colombia no presenta una política definida para el sector agropecuario y con cada cambio de gobierno las prioridades cambian afectando el crecimiento del sector.

El sector agroindustrial en Colombia presenta muchas oportunidades, en el caso específico de la producción de Aguacate Mientras Chile ha Disminuido sus áreas sembradas por no contar con agua y por las fuertes heladas que han afectado los cultivos pasando de 36000 hectáreas (2012 a 29000 hectáreas en el (2016), Colombia duplicó las exportaciones de Aguacate entre los periodos de 2015 y 2016.

Chile ha explotado al máximo los recursos de suelo y agua, no teniendo más área para sembrar han tenido que sembrar en ladera aumentando los costos de producción, Colombia cuenta con grandes extensiones de topografía plana, agua y mano de obra que permiten un desarrollo intensivo del agroindustria.

El sector Agroindustria a nivel mundial presenta una tendencia en la mano de obra hacia la reducción, las nuevas generaciones no quieren trabajar en la agricultura y este aspecto se observó en Chile donde la mano de obra en su mayoría es extranjera (Haití), En Colombia también existe escasez de mano de obra para el sector agrícola, se han perdido cosechas de café por falta de recolectores, razón por la cual la tecnología es una solución como el viticultor y las maquinas recolectoras de café que se están ensayando en Colombia.

Los salarios en Chile para el sector agroindustrial son superiores que los salarios en las ciudades un obrero recolector puede ganar entre 1000 a 1950 dólares mensuales, en Colombia es inverso y en el campo no existe trabajo formal y los salarios son más bajos que en otras actividades un obrero en sector agropecuario en Colombia puede ganar entre 300 a 600 dólares el mes.

Colombia es un país que puede tomar como ejemplo a Chile para ser competitivo empezando por los recursos naturales y la tasa de cambio favorece las inversiones, necesitamos de gobiernos que tengan visión y vean en el agro como un sector de desarrollo para el país.

El patriotismo de los chilenos hace que ellos se sientan orgullosos de sus productos, de su país y aprovechen cada recurso natural al máximo, entre sus políticas la seguridad alimentaria es prioridad, estimulan la siembra de cultivos de maíz, cereales y papa, prioritarios para la canasta familiar, a diferencia de Colombia que muchos de los productos para su alimentación son importados como el Maíz, la Soya, El trigo, La Cebada, siendo un país dependiente.

Chile es un país que toda su producción de Uva es industrializada generando valor agregado y posicionamiento en el mercado en Colombia vendemos el café como materia prima a 8000 pesos el Kilo y lo compramos industrializado a 10.000 pesos la libra, un café especial de Colombia en un supermercado de cadena en Chile la media libra cuesta 45000 pesos Colombianos, lo que demuestra que existe una gran oportunidad de negocio con Chile.

El sector agroindustrial está sufriendo una transformación a nivel mundial caracterizado por la incorporación de tecnología, la producción de productos saludables, la trazabilidad de los productos, los productos orgánicos y los productos certificados. Chile es un país Pionero en estos aspectos Colombia no es ajeno a los cambios y muchos productos que se exportan están en proceso de Certificación, sin embargo, la dinámica de Colombia es lenta y liderada por entes privados, porque los entes públicos no tienen recursos y los pocos recursos caen en manos de los corruptos.

Chile como un país para los productos Colombianos, Colombia exporta productos textiles, chocolate y confitería a Chile siendo este un socio importante para Colombia es importante destacar que Chile es el país con mayor poder adquisitivo en sur américa con un ingreso Per Cápita de 24.000 dólares mientras que Colombia es de 13.794 dólares, sin embargo, Colombia no ha explotado al máximo las oportunidades que le ofrece el mercado Chileno.

Esta práctica fue muy importante porque nos permitió tener una visión más globalizada de un país que quiere conquistar al mundo con sus productos, siendo rentables económicamente, sostenibles a través del tiempo, posicionando sus productos a nivel mundial y enfrentado sus restricciones ambientales, las frutas Chilenas son sinónimo de calidad.

Referencia Bibliografía

<http://www.monografias.com/trabajos89/estructura-y-diseno-organizacional/estructura-y-diseno-organizacional.shtml#ixzz4Udx4dkpg>

<http://www.caliterra.cl/es/>

<http://www.odepa.cl/wp-content/>

<http://www.olivo.cl/>

<http://www.winesofchile.org/es/news/09-2016/vendimia-2016-revisa-el-informe-elaborado-por-vinos-de-chile>

<http://www.conchaytoro.com/wine-blog/condiciones-de-chile-para-el-cultivo-de-la-vid-clima-de-estaciones-marcadas/>

<http://www.ica.gov.co/>

<http://www.portalfruticola.com/>

<http://www.prochile.gob.cl/>

Mora Gonzalez, Marcos, CURSO DE GERENCIAMIENTO DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIOS, UNIVERSIDAD DE CHILE, 2.016