

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 Internacional de Observación y Experiencia de Campo Chile 2016

Félix Ernesto Jara Carvajal

Álvaro José Jaraba Galvis

Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia Agroindustrial

Director: Luis Mariano Claro

Universidad Santo Tomas de Aquino

Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

Especialización de Gerencia Agroindustrial

Bucaramanga

2017

Contenido

Pág.

Introducción.....	5
1. El Entorno para los Negocios Agroalimentarios en Chile	6
1.1. Administración de Negocios Agroalimentarios: Desde la Planificación hasta el Control de Gestión en Empresas.	8
1.2. Comercialización y Marketing Agroalimentario	9
1.3. Análisis Comparativo del Desarrollo del Sector en los Países Colombia Chile, Partiendo de la Experiencia de Campo Adquirida.	11
1.3.1. Cultivo de Fresa en Chile y en Colombia	12
1.3.2. Cultivo de Aguacate Hass en Chile y Colombia.....	15
1.3.3. Vinícolas en Chile y Colombia	18
1.3.4. Aceite de Oliva en Chile y Colombia	20
2. Conclusiones.....	23

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Cultivo de fresas Huertos de Chile	13
Figura 2. Cultivo de fresas en Colombia	14
Figura 3. Cultivo de Aguacates Hass, Paltas para el Mundo	16
Figura 4. Cultivode Aguacate Hass en Colombia	18
Figura 5. Viñedo Caliterra, Chile.....	19
Figura 6. Viñedo en Bogota, Colombia	20
Figura 7. Aceites Díaz Guerrero	22

Lista de apéndice

Apendice1. Fotos.....	23
-----------------------	----

Introducción

El presente informe se desarrolla con el fin de contextualizar los conocimientos adquiridos en el seminario de Gerenciamiento de Negocios Agroalimentarios de la gira internacional a Chile 2016, resaltando principalmente las nuevas tendencias en los procesos agroindustriales y las innovaciones tecnológicas implementadas en empresas reconocidas internacionalmente, para así poder realizar una comparación positiva con Colombia.

1. El Entorno para los Negocios Agroalimentarios en Chile

En la actual economía globalizada y los tan cambiantes y competitivos mercados en los que se encuentran inmersas las empresas agroindustriales del mundo, es totalmente necesario que los productos que ofrecen cuenten con diferenciación frente al de los competidores en cuanto a formas de producción, calidad, precio, sostenibilidad ambiental, valor agregado y cumplimiento total de las necesidades y expectativas de los consumidores, además deber ser flexibles para adaptarse a las nuevas tendencias que impone el mercado para poder así ser sostenibles y rentables.

El escenario para la internacionalización de los negocios agroalimentarios en Chile se basa principalmente en cinco aspectos importantes que se interrelacionan entre si y se caracterizan por ser dinámicos según los cambios del mercado:

- **Aspecto demográfico:** es importante resaltar que por el actual descenso de natalidad y los avances en la prolongación del ciclo de vida de las personas, el mercado de la tercera edad ha aumentado significativamente lo cual lleva a las empresas a cumplir con necesidades específicas y tradicionales para este segmento de mercado, también sobresale el hecho de la nueva tendencia de familias reducidas u hogares unipersonales o bipersonales que implica diversificar la oferta de productos en cantidades reducidas.

- **Aspecto económico:** el incremento del poder adquisitivo de los consumidores afecta negativamente el presupuesto destinado para la compra de alimentos, ya que se centran en la adquisición de bienes de otra índole, también se ve afectado el sector debido al constante

aumento de la cultura de ahorro y por último y no menos importante se encuentran los factores financieros externos como la inflación.

- **Aspecto sociocultural:** las empresas agroalimentarias actualmente se enfrentan a un consumidor informado y con mayor exigencias en cuanto a recibir un producto no sólo que llene sus necesidades y expectativas, si no que beneficien y cuiden su salud, también que sea un producto de calidad, ambientalmente sostenible, que sea ofertado por una empresa socialmente incluyente entre otras.

- **Aspecto tecnológico:** la empresa debe implementar estrategias para la oferta de sus productos y para la forma en que los consumidores tendrán acceso a estos, cada vez la tecnología permite reducir tiempos de producción, tiempos de entrega y diversifica la forma del consumo final, también se debe enfrentar a los problemas que se derivan del uso de la tecnología en los procesos productivos para no verse afectada comercialmente.

- **Aspecto legal:** se ve afectado por las leyes que regulan el sector agroalimentario, por los consejos nutricionales profesionales en cuanto al consumo de alimentos, y por los cambios en horarios laborales y comerciales que incrementan el consumo de comidas en lugares comerciales.

La cadena de valor y productiva del sector agroalimentario se basa en los resultados del análisis de los aspectos mencionados, el cumplimiento de las exigencias de las partes interesadas, innovación tecnológica en los procesos productivos y la implementación de un sistema de mejora continua que permita alcanzar la rentabilidad y ventajas competitivas de la empresa, también es importante resaltar que esta economía se centra principalmente en la actividad de exportación a diferentes países como Estados Unidos, por lo cual, sus productos deben contar con un valor agregado que se ve reflejado en diferentes características como la ampliación de la vida útil de

estos, la disposición oportuna a los consumidores, la certificaciones con las que cuente la empresa, entre otros. Es necesario resaltar que estas cadenas deben ser dinámicas para que se adapten fácilmente a los cambios que exige el mercado, ya que los hábitos alimenticios del consumidor Chileno se asemejan cada vez más al de los países desarrollados como Japón o Alemania.

1.1. Administración de Negocios Agroalimentarios: Desde la Planificación hasta el Control de Gestión en Empresas.

Para un óptimo desarrollo de la administración de negocios agroalimentarios se recomienda dividirla en cuatro áreas, las cuales también pueden ser llamadas procesos administrativos e interactúan entre si con el fin de llevar a la empresa al cumplimiento de sus metas propuestas.

Inicialmente se encuentra la planificación, donde en otras palabras, la organización diseña su futuro deseado, en este proceso se fijan los objetivos, las estrategias y políticas organizacionales de la empresa teniendo en cuenta el análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Estos planes estratégicos pueden ser a corto, mediano o largo plazo dependiendo de la magnitud del agronegocio y de la disposición de recursos económicos, humanos, de infraestructura entre otros.

La fase de organización consiste en definir la estructura organizacional, es decir, la división del trabajo y la estructura necesaria para el funcionamiento del proceso administrativo, allí se identifican y clasifican las actividades que se deben realizar dentro de la empresa, se agrupan y a cada grupo de actividades se le asigna un director para la supervisión y toma de decisiones, para finalmente coordinar la estructura organizacional resultante.

En el proceso de dirección son analizados temas como la motivación, liderazgo, comunicación, comportamiento individual y grupal, con el fin de persuadir a los individuos para la consecución de las metas y objetivos establecidos basado en la toma de decisiones.

Finalmente, en la cuarta fase se encuentra proceso de control, donde la empresa puede medir el desempeño ejecutado y el cumplimiento de las metas y objetivos fijados, para así, identificar las falencias e implementar acciones correctivas con el fin de alcanzar el mejoramiento continuo. (Mora Gonzalez, 28 de noviembre 2016)

1.2. Comercialización y Marketing Agroalimentario

Las herramientas que surgen de las tecnologías de información y comunicación, generan nuevas oportunidades sobre como operar y competir en el actual entorno de marketing, teniendo en cuenta que este ya no solo se enfoca en la interacción con el cliente si no que busca integrar todos los procesos relacionados con el producto o servicio, el consumidor, los empleados, los competidores, el medio ambiente y en general la sociedad, es importante que la empresa logre adoptar una forma de comercialización integrada.

Para el proceso de formulación, ejecución y control de las estrategias de marketing es necesario tener claro la definición de la empresa y los productos que comercializa, un análisis de mercado, un análisis del entorno, un análisis de la competencia y el sector y un análisis interno de los recursos y capacidades de la empresa. El fin del desarrollo de acciones estratégicas es alcanzar ventajas competitivas en productos, mercados y recursos que lleven a la empresa a la consecución de los objetivos trazados en la planeación estratégica. En el seminario de Gerenciamiento de Negocios Agroalimentarios desarrollado en la gira se resaltaron:

Las 4 P's del marketing que permiten definir los cuatro elementos necesarios para que el cliente perciba el valor del producto o servicio, quiera adquirirlo y la empresa pueda utilizar sus recursos de forma eficiente.

Consiste en definir el Producto que va a producir y comercializar la empresa, con que características de calidad, diseño, empaque entre otros cuenta, los beneficios de adquirirlo, las necesidades que satisface y el valor agregado que proporciona al cliente. La segunda P hace referencia al Precio, se analiza cuanto estaría dispuesto el cliente a pagar por el producto servicio, la utilidad que la empresa desea obtener de este, el precio al cual lo vende la competencia y si la organización planea aplicar descuentos o promociones. La tercera P consiste en definir la Plaza, en otras palabras, establecer donde se va a comercializar el producto o servicio, define el canal de distribución y que los tiempos de entrega sean los acordados con el cliente. Finalmente, se encuentra la cuarta P la cual hace referencia a la Promoción que consiste en la forma como la empresa va a persuadir e informar a los clientes y las partes interesadas sobre sus productos o servicios, en este aspecto se analizan las formas de publicidad, la promoción de ventas, la fuerza de ventas y la comunicación interactiva.

También sobresale entre las estrategias de marketing el posicionamiento estratégico, el cual consiste en desarrollar ventaja competitiva a través de la diferenciación frente a los competidores, es decir, la creación de una posición única y de valor, esta puede surgir de tres fuentes distintas:

- Satisfacer pocas necesidades a una gran cantidad de clientes.
- Satisfacer una amplia gama de necesidades a unos pocos clientes.
- Satisfacer una amplia gama de necesidades a muchos clientes en un nicho del mercado.

(Mora González, Noviembre, de 2016)

1.3. Análisis Comparativo del Desarrollo del Sector en los Países Colombia Chile, Partiendo de la Experiencia de Campo Adquirida.

En la experiencia de campo adquirida en esta gira internacional se observó que Chile es un país con zonas y climas muy diferentes al Colombiano, donde por su condición geográfica muchos cultivos son de muy difícil establecimiento, sin embargo esto ha llevado a la implementación de tecnologías de punta para el desarrollo de los mismos, ubicando a este país entre los diez mayores productores mundiales de altramuces , paltas , kiwis , ciruelas, uvas, duraznos, carne de pavo, manzanas, avena, nueces y cerezas.

Los veinte productos chilenos más importantes por su valor y aporte a la económica son: uvas, carne de cerdo, leche fresca, carne de pollo, carne vacuna, manzanas, tomates, paltas, trigo, duraznos y nectarinas, kiwis, ciruelas y endrinas, papas, huevos, carne de pavo, cerezas, peras, maíz verde, almendras y cebollas.

Por otra parte en Colombia se caracteriza por una gran variedad de climas y terrenos donde se adaptan muchas plantaciones gracias a estos. la agricultura se caracteriza principalmente por cultivos tradicionales y algunos tecnificados, sus principales cultivos son la caña de azúcar, café, flores, algodón, plátano, banano, sorgo, maíz, arroz, palma africana, papa, yuca, entre otros. De esto podemos resaltar que Colombia es el cuarto productor de café a nivel mundial y el que produce el café mas suave del mundo. Los principales países importadores del café de Colombia son Estados Unidos, Alemania, Japón, Países Bajos y Suecia, estos mismos realizan también importaciones de flores, banano y cacao.

En esta visita de campo se dio la oportunidad de visitar dos empresas dedicadas a la parte agrícola y dos dedicadas a la parte agroindustrial, las empresas dedicadas a la parte agrícola fue

Huertos de Chile, dedicada al cultivo principalmente de fresas, Pablo Aranda dedicado al cultivo de paltas de la variedad has. Las dos empresas agroindustriales que visitamos fue la vinícola Caliterra, dedicado al cultivo, producción y transformación de la uva en vino, la otra empresa fue la productora de aceites de oliva Hermanos Díaz Guerrero, que se encargaban de cultivar y procesar un aceite de oliva extra virgen. (Mora Gonzalez, 28 de noviembre 2016)

1.3.1. Cultivo de Fresa en Chile y en Colombia

- **Huertos de Chile**

La primera visita técnica se realizó a la empresa Huertos de Chile, ubicada en la comuna de Santo Domingo, V Región de Valparaíso. es una empresa familiar dedicada a la producción y comercialización de berréis, donde su principal producto es la frutilla o fresa. Actualmente están posicionados en las cadenas más importantes de supermercados en Chile, su principal mercado esta en su mayoría en Santiago de Chile en un 95% y un 5% en Valparaíso, las fresas tiene un alto componente en agua, aporta hidratos de carbonos, Vitamina A, C, B, B1 y B2 y dentro de los minerales encontramos Calcio, Hierro, Fosforo, Sodio y Potasio. Muy apreciado por su contenido en ácido elálgico (compuesto anticancerígeno); por sus niveles bajos de azúcar es ideal para las personas diabéticas; resulta de fácil digestión, purifica la sangre y elimina toxinas.

Actualmente Huertos de Chile cuenta con 35 hectáreas de fresa sembradas las cuales se rotan y están en constante producción durante los 12 meses del año, cuentan con suelos franco arenosos, aguas subterráneas y sistema de fertiriego localizado, las aplicaciones de productos fitosanitarios para el control de plagas y enfermedades las realizan con tractor. tienen una densidad de siembra de 60.000 plantas por hectárea las cuales producen un total de 2 kg por

planta, su producción inicia a partir de los 3 meses de establecimiento del cultivo, y continua en este estado aproximadamente 2 años.

Los costos de establecimiento de una hectárea de fresa están aproximadamente en 20.000 dólares, alrededor de 60.000.000 de pesos colombianos, el mantenimiento para la producción de 1 kg de fresa desde el inicio del cultivo hasta la terminación y empaque oscilan entre los 450 y 500 pesos chilenos, unos 2.000 pesos colombianos aproximadamente. El precio para su comercialización varia dependiendo del tamaño y coloración, y esta entre los 2.000 y 3.000 pesos chilenos, unos 12.000 pesos colombianos en promedio, esto hace que la tasa de retorno del capital de inversión inicial retorne en muy poco tiempo.



Figura 1. Cultivo de fresas Huertos de Chile

En Colombia las condiciones agro climatológicas para el establecimiento de este cultivo son:

Altura sobre el nivel del mar: 0 a los 3.000 m.s.n.m

Temperatura: Día entre 18 y 25 °C, noche entre 8 y 13 °C

Humedad relativa: entre 60% y 75%

Requerimiento Hídrico: 400-600 mm/año

Tipo de Suelo: Arenoso o franco arenoso con contenido de arena superior a 50%.

Rango de pH: Moderadamente ácido, valores entre 5,7 y 6,5

Luminosidad: Las variedades de día corto requieren entre 8 y 12 horas de luz.

Los principales departamentos donde están la mayoría de plantaciones son Caquetá, Nariño, Santander, Quindío, Boyacá, Cundinamarca y Valle del Cauca son los mayores productores con un estimado anual de 43 mil toneladas de cosecha. La fresa es una de las frutas que tiene mayor demanda en el extranjero, los países que más realizan pedidos a los productores nacionales son entre otros, Las Antillas Holandesas, Panamá, Aruba, y España.

La fresa hace parte del grupo de frutas que tienen gran potencial en varios mercados, por ejemplo en el mercado interno, Colombia se auto abastece de fresa, encuentra buenos precios siempre y cuando el invierno no afecte la producción.

Los costos de establecimiento de una hectárea de fresa están aproximadamente en 55.000.000 de pesos, y para la producción de 1 kg de fresas se invierten aproximadamente 600 pesos, el precio de comercialización varia dependiendo el tamaño, la coloración y el lugar de ubicación y oscila entre los 6.000 y 7.000 pesos aproximadamente vendida directamente al consumidor final. (Huertos Chile) (Camara de Comercio de Bogotá, 2015)



Figura 2. Cultivo de fresas en Colombia

1.3.2. Cultivo de Aguacate Hass en Chile y Colombia

El fuerte desarrollo que ha mostrado la industria de la palta Chilena se basa principalmente en una situación de mercado muy atractiva y a que las condiciones de cultivo en Chile son muy favorables. Esto ha hecho que Chile sea actualmente el tercer productor y el primer exportador de palta en el mundo. A nivel nacional, con posiblemente más de 40.000 hectáreas plantadas en la actualidad, es el tercer frutal en importancia, para su economía.

A nivel de producción Chile presenta claras ventajas para la producción de paltas. La condición climática mediterránea seca, la calidad y disponibilidad de agua y suelos, la alternativa de cultivo en altas pendientes, la baja incidencia de plagas y las buenas condiciones para la producción de fruta de alta calidad y buena condición son factores importantes.

La segunda visita técnica se realizó a la empresa Paltas del Mundo, cuentan con 300 ha sembradas de aguacate Hass ubicadas en laderas. manejan una densidad de siembra de 1200 arboles (3x3) por hectárea. Manejan un estricto sistema de podas y utilizan reguladores de crecimiento aplicados directamente al árbol de forma edáfica, obteniendo como resultado árboles mas frondoso y de menor tamaño. Con esto lograron incrementar su producción aproximadamente a 400 kg por ha. Asi mismo paltas del mundo utiliza ventiladores industriales a lo largo del cultivo que se manejan automáticamente para mantener la temperatura especialmente cuando el palto va a iniciar el proceso de floración, con esto se logra obtener el fruto en optimas condiciones sin verse afectado por las altas ni bajas temperaturas.



Figura 3. Cultivo de Aguacates Hass, Paltas para el Mundo

Actualmente Paltas del Mundo exporta su producto en contenedores refrigerados partiendo de los principales puertos chilenos y con destino a las principales ciudades norteamericanas europeas y asiáticas. Esta empresa a tenido una gran idea innovadora ya que han logrado adaptar el fruto a diferentes temperaturas, consiguiendo así un mayor beneficio a la hora de transportarlo, llegando siempre a su destino final en optimas condiciones. (Magdahl Spiess , 2004)

El aguacate es uno de los frutos preferidos por las familias colombianas para acompañar los platos típicos. Sin embargo la variedad Hass es una de las variedades que poca demanda tiene en el mercado interno pero que es muy apetecida en el externo por su alta resistencia y potencial valor nutricional.

El aguacate Hass logra sus mejores rendimientos en terrenos que se encuentran entre los 1.600 y los 2.200 metros sobre el nivel del mar, estos son Antioquia, eje cafetero, Tolima y valle del cauca.

Cultivar este fruto resulta muy eficiente para los productores nacionales, pues países como Estados Unidos se han convertido en un mercado muy atractivo por su cercanía, crecimiento en el consumo y mejores precios. En Colombia se vienen realizando estudios para hacer que este negocio sea rentable y atractivo para el productor, buscando una buena calidad de

suelo, temperatura y clima adecuado para la cosecha.

La inversión total en Colombia para establecer un cultivo óptimo de aguacate Hass en una zona apta es de 12 millones de pesos por hectárea, aunque esta inversión inicial irá disminuyendo gradualmente cada año, pues solo se necesitará algunos insumos y mano de obra.

Una de las características más relevantes de la variedad Hass es que una vez que alcanza su madurez fisiológica adecuada, puede mantenerse en el árbol durante varios meses, de tal forma que el propio árbol permite extender enormemente el período de cosecha”. El aguacate Hass es de árboles de buena producción, el tamaño medio, va de 90 a 400 gramos por unidad, por eso es tan apetecido.

Actualmente, el cultivo del aguacate en Colombia, generalmente se encuentra en manos de pequeños productores que no cuentan con los recursos necesarios ni altas tecnologías, pero es importante que este pueda seguir ocupando un lugar en el ámbito nacional y ser la alternativa para el pequeño productor.

Ambiente ideal para el fruto: Para el sembrado la Topografía debe ser Plana a ondulada con un máximo de 30% de pendiente, un Rango de Altitud de 0 a 2.500 metros sobre el nivel del mar y una temperatura de 17 - 30°C.

Fertilización y calidad: Incorporación de un plan de fertilización mixta (biológica, orgánica y química) de acuerdo con los resultados de los análisis de suelos, con el fin de obtener un aumento en la producción y calidad. (Plan de negocio)

Estado de maduración: El producto debe ser cosechado con cuidado y solo si ha alcanzado un estado que asegure la continuidad de la maduración. El grado de desarrollo debe permitir el transporte y la manipulación. (Finagro)



Figura 4. Cultivo de Aguacate Hass en Colombia

1.3.3. Vinícolas en Chile y Colombia

- **Vinícola Caliterra Chile**

El vino chileno se ha caracterizado por una calidad excelente y constante, a un precio razonable, lo que lo ha posicionado como uno de los países vitivinícolas del nuevo mundo por excelencia.

La incorporación de tecnología ha permitido mejorar la calidad año tras año, lo que se ha traducido en mayores precios en el mercado internacional. Un factor determinante en la calidad del vino chileno es el clima mediterráneo, con estaciones bien marcadas, veranos secos, cálidos y con grandes variaciones de temperaturas entre el día y la noche, que puede alcanzar hasta 20 °C de diferencia.

Las exportaciones de vino chileno se distribuyen en un 25 % a Estados Unidos y en un 55 % a Europa, siendo Gran Bretaña el principal destino europeo. La producción de vinos en Chile se concentra mayoritariamente en las regiones de O'Higgins, del Maule y Metropolitana, totalizando el 92 % del total. La Región del Maule abarca el 47 % del total de la producción del país.

La tercera visita fue a la empresa agroindustrial Caliterra es una vinícola pequeña dedicada a la producción de uvas y elaboración de vinos, ubicado en el valle maipo, cuentan con un viñedo de 300 hectáreas de diferentes variedades, con una densidad de siembra de 3.000 a 10.000 plantas por hectáreas.



Figura 5. Viñedo Caliterra, Chile

A pesar de que el territorio colombiano no cuenta con las características necesarias para la plantación de uva, esto no ha sido un impedimento para su producción en la región. El proceso de elaboración en algunas casas es un poco diferente, ya que importan el mosto de la uva y lo fermentan añadiéndole el alcohol.

En la actualidad esto ha ido cambiando gracias a que se creó un proyecto de cultivo de uva que ha dado resultados positivos en este rubro. el enoturismo es un nuevo mercado al cual le apunta el país dedicado a dar a conocer las actividades relacionadas con el vino y su proceso de elaboración. Las principales regiones donde se cultiva y se elabora el vino son zapatoca y la vereda tabacal ubicados en el departamento de Santander, villa de Leyva y belencito ubicados en Boyacá, en las sabanas Bogotá, y por ultimo en la unión valle del cauca, estos son los principales viñedos establecidos en el país donde cultivan y fabrican su propia marca de vinos para comercializarlo a una menor escala. (Vinos de Chile) (Hernandez, 2016)



Figura 6. Viñedo en Bogotá, Colombia

1.3.4. Aceite de Oliva en Chile y Colombia

- **Díaz Guerrero Premium Olive Oil**

Antes de iniciar es importante resaltar los beneficios que trae consumir aceite de oliva ya que Es un antioxidante natural que retarda el envejecimiento prematuro de las células.

Que Ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares y del aparato circulatorio como el infarto de miocardio, la angina de pecho o la trombosis cerebral.

A nivel digestivo ayuda a mejorar el funcionamiento del estómago y el tránsito intestinal.

Es un buen tónico e hidratante y ejerce un efecto protector sobre la piel.

Mejora las funciones metabólicas del sistema endocrino. Al ser rico en vitamina A, es un gran protector de la vista.

Díaz Guerrero es una empresa familiar ubicada en el Fundo Río Claro, en el sector de Puente Negro, ciudad de San Fernando, VI Región de Chile. Este aceite de oliva se produce en el valle de Colchagua, en la Localidad de Puente Negro. Es un pequeño valle situado en una meseta a 570 metros de altura, rodeada por dos ríos (Tinguiririca y Claro). Este sector se caracteriza por poseer un microclima privilegiado, y condiciones fitosanitarias excepcionales,

para la producción de aceite de oliva extra virgen de calidad superior. Poseen plantaciones semi-intensivas e intensivas de olivos con variedades españolas e italianas.

Cuentan con riego tecnificado, goteo, para utilizar eficientemente un recurso cada vez más escaso, entregando el agua y nutrientes necesarios para un buen desarrollo tanto de las plantas como de sus frutos (olivas).

El proceso para la elaboración de aceite de oliva consta de cuatro pasos:

1. transporte a la almazara: se realiza un proceso de recolección de olivas manualmente en campo, luego se transporta en cajas plásticas de máximo 20 kg, el transporte se realiza en corto tiempo ya que la almazara se encuentra en el mismo predio, lo cual reduce costos de transporte y mermas en la calidad de la oliva.

2. Almazara: en este proceso se realiza una operación previa de limpieza y lavado donde se eliminan hojas, tallos y tierra que pueda provenir del campo, luego la aceituna se moltura en un molino de martillo, donde se obtiene una pasta que luego se pasa a una batidora donde por 40 minutos y a una temperatura de 25 c facilita la coalescencia de aceite, luego se realiza un proceso de centrifugado horizontal donde se separa la fase oleosa de la acuosa obteniendo como resultado un aceite de mejor calidad.

3. Filtración y almacenamiento: la filtración se realiza para eliminar impurezas del aceite, realizando un proceso de decantación natural para luego filtrar con papel de celulosa de baja presión.

Por otra parte en almacenamiento del aceite es esencial para mantener la calidad, este consta de tres factores fundamentales los cuales son la luz, el aire y temperatura. (Días Guerrero Díaz Guerrero Premiun Olive Oil)



Figura 7. Aceites Díaz Guerrero

2. Conclusiones

- El seminario de Gerenciamiento de Negocios Agroalimentarios desarrollado por la universidad de Chile, fue clave para el entendimiento de todo lo relacionado con la administración de negocios agroalimentarios y el marketing internacional, permitiendo complementar los conocimientos profesionales.
- Se concluye que para que una empresa agroalimentaria logre mantenerse competitiva y rentable en el actual mercado globalizado, debe ser flexible ante los constantes cambios de la demanda, implementar estrategias de marketing que apunten a marcar su diferenciación frente a sus competidores, y desarrollar todo el proceso administrativo para establecer las metas y objetivos deseados.
- Chile se ha posicionado mundialmente gracias a la innovación tecnológica implementada en sus cultivos, que le permiten ofrecer productos de calidad con un alto valor agregado.
- En cuanto a la parte técnica la experiencia fue muy enriquecedora ya que se conocieron nuevas tecnologías en los diferentes cultivos visitados, permitiendo así crear una visión amplia para poder implementar en la agricultura Colombiana.

Apéndice 1. Fotos





Bibliografía

- Almacenamiento -y-filtracion/. (s.f.). Obtenido de <http://www.olivo.cl/proceso/almacenamiento-y-filtracion/>
- Camara de Comercio de Bogotá. (2015). *Programa de Apoyo Agrícola y Agroindustrial Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial*. Recuperado el noviembre de 2016, de <https://www.ccb.org.co/content/download/13732/175126/Fresa.pdf>
- Días Guerrero Díaz Guerrero Premiun Olive Oíl. (s.f.). *Almacenamiento y Filtracion del aceite*. Recuperado el noviembre de 2016, de <http://www.olivo.cl/proceso/almacenamiento-y-filtracion/>
- Finagro. (s.f.). *Producción de Aguacate* . Recuperado el 18 de noviembre de 2016, de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/.../3_aguacate_produccion.docx
- Hernandez, E. (marzo de 2016). *Viñedos en Colombia: turismo enológico*. Recuperado el 14 de noviembre de 2016, de revista.pricetravel.co/vive-colombia/2016/03/09/vinedos-colombia-turismo/
- Huertos Chile. (s.f.). Recuperado el noviembre de 2016, de <http://www.huertoschile.cl/index.html>
- Magdahl Spiess , C. (septiembre- octubre de 2004). *Seminario Internacional de Paltos. Sociedad Gardiazabal y Magdahl Ltda.Quillota,*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016, de http://www.avocadosource.com/Journals/2_Seminario/2_Seminario_Magdahl_Industria_de_la_palta_SPAN.pdf
- Mora Gonzalez, M. (28 de noviembre 2016). *Entorno de los negocios agroalimentarios Universidad de Chile. Curso de gerenciamiento de negocios agroalimentarios*. Chile.
- Mora González, M. (Noviembre, de 2016). *Funciones de la Administracion: “Desde la Planificacion hasta el Control en la Administración de Agronegocios”*.
- Plan de negocio. (s.f.). Obtenido de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic.../plan_de_negocio.pdf
- Vinos de Chile. (s.f.). Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de www.vinosdechile.cl/

