

Propuesta productiva y comercial vinícola a partir del estudio caso Chile

Juan Camilo Roldán Useche
Mayra Alejandra Triana Medin

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.

2019

Propuesta productiva y comercial vinícola a partir del estudio caso Chile

Juan Camilo Roldan Useche
Mayra Alejandra Triana Medina

Asesor de trabajo
Catherine Valencia G

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.

2019

Agradecimientos

Gracias a Dios y a nuestras familias por su apoyo incondicional. A nuestra tutora por su exigencia y a cada persona que hizo parte de este proceso universitario.

Resumen

Este trabajo de investigación busca generar buenas prácticas productivas y comerciales en Colombia para el cultivo de uva y producción de vino a partir de las lecciones experiencia de Chile; el estudio se analiza desde la cadena de suministro abordando temas como: materia prima, producción, transporte, logística, agencias o sucursales, almacenamiento, venta o contacto con el cliente y distribución. Chile se ubica dentro de los primeros países exportadores de uva junto con Estados Unidos y Sudáfrica, sus características geográficas, climáticas, mano de obra y tecnificación favorecen las condiciones de los propietarios de los viñedos y de los empresarios para el fortalecimiento de este gremio. La metodología de investigación es de tipo cualitativo con alcance descriptivo y basado en fuentes secundarias como la recopilación de datos y cifras a partir de artículos, publicaciones y documentos.

Dentro de esta investigación se identifican casos de experimentación que tuvo Colombia en la década de los 80` y 90` frente al cultivo de uva y elaboración de vino que resultaron exitosos y que aún siguen funcionando. El proyecto se denomina consorcio Valle del Sol y describe todas las capacidades técnicas y humanas que posee el país para el mejoramiento de este subsector.

Palabras clave: Buenas Practicas, Estrategia, Cadena de Suministro, Chile, Colombia.

Abstract

The research work seeks to generate a successful productive and commercial strategy in Colombia for the cultivation of grapes and wine production based on good management practices and Chile's experience; the study is an analysis from the supply chain addressing topics such as raw material, production, transport, logistics, agencies or branches, storage, sale or contact with the customer and distribution. Chile is one of the first grape exporting countries together with the United States and South Africa, its geographical characteristics, climate, labor and technification favor the conditions of the owners of the vineyards and of the entrepreneurs for the strengthening of this guild. The research methodology is qualitative in scope and based on secondary sources such as data and figures from articles, publications and documents.

This research identifies cases of experimentation that Colombia had in the 1980s and 1990s with regard to the cultivation of grapes and the production of wine that proved successful and still work. The project is called Valle del Sol consortium and describes all the technical and human capacities that the country possesses for the improvement of this sector.

Keywords: Good Practices, Strategy, Supply Chain, Chile, Colombia.

Tabla de contenido

Introducción.....	11
1. Planteamiento del problema	12
1.1 Pregunta problema	13
2. Objetivos.....	14
2.1 Objetivo general.....	14
2.2 Objetivos específicos	14
3. Justificación	15
4. Marco referencial.....	16
4.1 Antecedentes de la investigación	16
4.2 Marco legal	17
4.3 Marco conceptual.....	18
4.4 Marco teórico	19
4.5 Marco metodológico	20
4.5.1 Fuentes de información.	20
5. Caracterización del subsector vinícola en Chile	21
5.1 Historia y cultura de la uva.....	21
5.2 Marco geográfico	22
5.3 Producción de uva.....	23
5.4 Proceso productivo de la uva	24
5.5 Perfil comercial de la uva	25
5.5.1 Producción de uva a nivel mundial 2017 – 2018.....	26
5.5.2 Producción y consumo de vino en Chile.	29
5.5.3 Exportaciones de vino.	31
6. Estrategias productivas y comerciales en Chile	32

6.1	Materia prima.....	32
6.1.1	Uva.....	33
6.1.2	Vino.....	34
6.2	Producción	35
6.2.1	Uva.....	35
6.2.2	Vino.....	36
6.3	Transporte y logística.....	36
6.3.1	Uva.....	37
6.4	Agencias o sucursales	38
6.4.1	Uva.....	38
6.4.2	Vino.....	39
6.5	Almacenamiento	40
6.5.1	Uva.....	40
6.5.2	Vino.....	41
6.6	Venta o contacto con el cliente	41
6.6.1	Uva.....	41
6.6.2	Vino.....	42
6.7	Distribución y entregas	44
6.7.1	Uva.....	44
6.7.2	Vino.....	44
7.	Buenas prácticas productivas y comerciales replicables en Colombia.....	47
7.1	Producción en Colombia.....	48
7.1.1	Producción de uva.....	48
7.1.2	Producción de vino	49
7.2	Comercialización en Colombia.....	49

7.2.1	Comercialización de uva.	49
7.2.2	Comercialización de vino.	50
	Conclusiones.....	51
	Referencias	52
	Anexos.....	55
	Anexo 01.....	55
	Anexo 02.....	55

Lista de figuras

Figura 1. Regiones de Chile. Imagen extraída del ministerio de Agricultura de Chile. (Ministerio de Agricultura Chile, 2015).....	23
Figura 2. Cadena de suministro. Arcia María (2018).....	19
Figura 3. Proceso producción uva, Autoría propia, con información tomada de El vino de la cepa a la copa. Mijares María (2007).....	25
Figura 4. Producción a nivel mundial de uva 2017 – 2018.....	26
Figura 5. Masa Neta Exportada de Uva por Países, 2012-2016 (miles t)	27
Figura 6. Valor exportado por país en el año 2017, tomado de OCDE.....	28
Figura 7. Destino exportación uvas chilenas tomada del ministerio de agricultura de EE.UU.	29
Figura 8. Participación y crecimiento en ventas de vino por segmento	30
Figura 9: Producción por planta (Millones de kilos Tabla obtenida de la oficina de estudios y políticas agrarias Ministerio de agricultura de Chile (2015).....	32
Figura 10: Proceso vegetativo de la vid. Autoría propia tomado de El vino de la cepa a la copa. Mijares María (2007)	33
Figura 11. Prácticas De Manejo Vitivinícola Autoría propia.....	34
Figura 1. Superficie cultivada. Elaboración propia. Información Catastro Vitícola Nacional (2014	
Figura 13. Proceso producción vino. Elaboración propia	36
Figura 14. Informe de tecnologías de dominio público de Chile (2017)	37
Figura 15. Viñedos de Chile (2017). Autoría propia.....	39
Figura 16. Principales filiales y centros de operación Concha y Toro. tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012).....	40
Figura 17. Bodegas de Chile. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012).....	41
Figura 18. Bodegas de Chile. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012).....	42
Figura 19. Exportaciones de cepas blancas y tintas por viñas. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012).....	43
Figura 20. Volumen mercado. tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012).....	43
Figura 21. Canales de distribución. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)	44

Lista de tablas

Tabla 1. Leyes y decretos que amparan la productividad agraria, comercio exterior y competitividad en Colombia	17
Tabla 2. Paralelo actividades de la cadena de suministro.....	45

Introducción

Este proyecto de investigación tiene como propósito el análisis del mercado vinícola de Chile exactamente su proceso logístico, esto con el objetivo que Colombia lo aplique a su proceso actual y en dado caso lo mejore.

Es por ello es imperante que tanto el sector vinícola como el estado colombiano asuman compromisos desde tres ejes fundamentales: mejorar las condiciones que permitan aumentar la productividad, optimizar el funcionamiento de los mercados e innovación empresarial.

El aumento de la productividad tiene estrecha relación en cuanto los ejes sociales el sector de salud, educación y vivienda, así como la seguridad e infraestructura del estado; la productiva tiende a crecer paulatinamente siempre y cuando se invierta y se promueva el desarrollo de estos ejes.

Colombia tiene un gran potencial para el crecimiento del sector agrícola y que de ese modo el sector aumente su participación en el PIB nacional. Este estudio propone las estrategias que debe replicar Colombia respecto de Chile en cuanto al subsector vinícola por medio del conocimiento de las buenas prácticas chilenas tanto del vino y la uva.

Con ayuda de datos suministrados por el Observatorio de Complejidad Económica, inicialmente se caracteriza el subsector vinícola en Chile en donde se registran variables de importación, exportación, posición a nivel mundial, consumo nacional, variedades y generalidades en el proceso productivo tanto de la uva como del vino. Posteriormente se detallan todas las características de la cadena de suministro con el fin de establecer un paralelo que direcciona a la estrategia que se necesita en Colombia. El último capítulo encierra las tácticas que debería replicar Colombia partiendo de sus fortalezas y debilidades para convertirlas en oportunidades de crecimiento a nivel social, cultural y económico.

1. Planteamiento del problema

Uno de los aspectos que ayudan a entender la razón por la cual Colombia no tiene un subsector vinícola tan considerable como otros que sí lo están (azúcar, papa, avocado) es que existe un bajo porcentaje de las zonas ideales para poner este cultivo. De acuerdo a la Clasificación climática de Köppen, Colombia cuenta con un reducido número de zonas en el país que presentan ciertas semejanzas climáticas requeridas para el cultivo de vid. Los municipios con mayores áreas de cultivo en el país son: Roldanillo, La Unión y Toro en el norte de Valle del Cauca (PINILLA, 2016), donde predominan las variedades de uvas tales como la Red Globe, Italia y Ribier. Estas regiones del país son particularmente especiales para el cultivo de vid debido a dos factores esenciales, la altitud y la cantidad de precipitaciones. Con una altitud aproximada de 2600 metros, y con consolidados de precipitación que oscilan entre los 820 y 850 milímetros de lluvia al año, estas condiciones logran crear cierta similitud con tierras francesas y españolas, sin embargo, las sumas de las dificultades para mantener viñedos estables han convertido a Colombia en un país importador desde la primera década del siglo pasado (Portafolio, 2006) (Gennari & Estrella, 2015)

El segundo aspecto a considerar es el letargo en la producción de uva debido a decisiones políticas en el pasado ya que a finales del S. XVI los productores españoles estaban preocupados por el crecimiento de la vitivinicultura en el nuevo mundo y presionaron al rey Felipe II para que restringiera la producción de vinos en La Nueva Granada. La corona emitió una prohibición (como consta en la Cédula Real de ese entonces), y los granadinos acataron la orden, lo que se tradujo en una ausencia histórica del vino. Por ende, el cultivo de la vid se extendió tardíamente, ya entrado el siglo XX, a pesar de haber llegado con la invasión europea de principios del XVI. (Terrón, 2018)

Evidenciados estos dos aspectos los productores de uva y vino deben tener en cuenta que para que Colombia aproveche su potencial para la producción de frutas este estudio busca conocer las buenas prácticas chilenas tanto del vino y la uva, y de ahí replicarlas en Colombia para fortalecer el subsector vinícola. Superar y satisfacer la demanda creciente en el país, tienen que tener en cuenta que la competitividad se ve definida con la capacidad de mejorar la calidad de los productos sin afectar el alza de los costos de producción, de otro modo el mercado colombiano no será competitivo en este nuevo entorno internacional.

En el año 2017 los principales exportadores de uva fueron Chile, los Estados Unidos y Sudáfrica; en cuanto a los vinos, el mayor exportador fue Francia seguido de Italia y en el tercer puesto

España; en ambos casos Colombia solo alcanzó exportar un valor de 80. Mil dólares en cuanto a las uvas y un valor de 513.mil para los vinos, valores que no se acercan ni aun quinto de lo que exporto por ejemplo en su caso Chile con un valor de (\$1,62 Miles de millones) (OEC, 2017). Para comprender este valor tan inferior en las exportaciones hay que tomar en cuenta diversos aspectos. Por ejemplo, a pesar que la demanda en Colombia en cuanto al consumo de vino aumentó un 254% en el periodo comprendido entre 2010 – 2013 ,esto no ha hecho que se produzca más vino en el territorio, a pesar de que en los últimos años se han venido desarrollando proyectos en el país para aumentar la producción de esta fruta, cultivos de grandes extensiones en el norte del Valle por parte de la empresa Grajales o proyectos como el Consorcio del Sol de Prado, 2015), la demanda es mayor a la producción nacional puesto que en el mismo periodo comprendido entre 2010 y 2013 Colombia pasó de importar US\$11 millones a US \$39 millones.

1.1 Pregunta problema

¿Qué buenas prácticas se pueden implementar para el desarrollo del subsector vinícola en Colombia a partir de las lecciones aprendidas de la experiencia de Chile?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Plantear buenas prácticas para el desarrollo del subsector vinícola en Colombia a partir de las lecciones aprendidas del estudio de caso Chile.

2.2 Objetivos específicos

- Caracterizar procesos productivos y comerciales del subsector vinícola en Chile.
- Describir la cadena de suministro de la uva y el vino en Chile
- Identificar los factores de éxito que derivan de buenas prácticas y lecciones aprendidas del sector vinícola chileno

3. Justificación

La participación del sector agrícola en el PIB colombiano ha caído paulatinamente desde 1965 en donde representaba el 68%, en 1990 cayó al 18% y desde el 2017 se ha mantenido en un 6%, una situación alarmante si se tiene en cuenta que la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura) pone a Colombia como uno de los siete países que poseen tierras agrícolas para atender su propia demanda doméstica y así mismo exportarla.

Los altos costos de producción y bajos precios pagados al productor, han ayudado a que las exportaciones colombianas decrezcan a una tasa anualizada del -11,7%, y llevado a que la exportación de Petróleo Crudo, un recurso que no es renovable tengan un papel importante en la economía colombiana. Hecho que la afecta directamente al no existir una diversificación de sus exportaciones. Si Colombia quiere mejorar su economía la diversificación de sus exportaciones es el mejor camino para lograrlo

Sin embargo, el mayor actor en contra ha sido y sigue siendo la violencia de los grupos narcoterroristas y con ello los cultivos de coca de 50 mil a 250 mil hectáreas. Cultivos que dólares ilícitos al país, producto de las exportaciones de coca y la minería ilegal, haciendo que se reevalúe el peso colombiano por medio del contrabando, del contrabando técnico o de las subfacturaciones.

Conocer la cadena de suministro de la uva y el vino chileno, radica en identificar cuáles son los procesos competitivos y sostenibles que permitan a Colombia diversificar sus exportaciones y traiga consigo beneficios sociales y económicos al país y así mismo el mejoramiento de los proceso de viticultura se presenta como una oportunidad de participar en una de las industrias con mayor posibilidad de crecimiento en el mercado internacional que permitiría lograr una posición más competitiva del país.

4. Marco referencial

Este apartado determina los diferentes lineamientos y parámetros que enmarcan la investigación.

4.1 Antecedentes de la investigación

Colombia es un país donde se consume uva tanto fresca como procesada y es a finales del año donde se hace más notorio esta tendencia, así mismo se ha podido percibir que se ha presentado un crecimiento acelerado en el consumo del vino; la uva que más se consume es la uva Sabella, uva negra de grano mediano y claro que tiene una gran aceptación de la población, aunque mayormente se destina a la preparación de vino.

Este comportamiento lo han evidenciado sectores que ven el mercado colombiano como un mercado potencial así mismo han identificado las ciudades principales (Cali, Bogotá, Medellín y Pereira) como las plazas importantes para ofrecer este producto, Segundo Agustín ha indicado en su estudio así mismo que el puerto de Buenaventura el más indicado si el producto es conducido por vía marítima. (Vergara, 2010)

En su Boletín mensual de alimentos de la DANE indica que la uva es una fruta que cuenta con una oferta a lo largo del año. Donde se puede evidenciar que entre enero del 2014 y abril de 2015 se registró un total de 27.160 t. que se grabaron en las centrales de abastecimiento (Dane, 2015).

Donde el 74,29 % fue producto nacional y 25,71 %, importado. El Valle del Cauca juega un papel importante y específicamente del municipio de La Unión en esto. Frente al producto importado se destacó la uva chilena y la estadounidense que son de buen sabor y tamaño, que en el mercado nacional se consumen principalmente en fresco, hay que agregar que el consumo de esta fruta es muy estacional, debido a que su demanda se incrementa hacia final de año, época en que se celebran las fiestas decembrinas, cuando es muy común su uso en platos típicos de la temporada. (Reporte de abastecimiento de alimentos, 2015)

Ahora bien, en cuanto al mercado del vino Colombia según cifras de ProChile (2018), el país austral se mantiene como el principal proveedor de vinos para Colombia desde el año 2009. En el 2016, las ventas registradas eran de US\$ 28,3 millones, obteniendo una participación de mercado del 56%.

En el segundo lugar está Argentina que cuenta con un 19,1% de participación, y en tercer puesto, España con una participación del 12,7%. Asimismo, para el año 2017 Chile exportó más de US1.407 millones de vino embotellado.

El consumo de vino en Colombia durante los últimos 5 años pasó de ser 400 mililitros anuales a casi cerca de 750 mililitros per cápita¹; es claro que no es muy representativo frente a otros países consumidores de vino, pero es evidente el crecimiento potencial que enfrenta esta bebida en el mercado colombiano. Pese al evento de coyuntura económica que ocurrió en Colombia relacionado con la implementación del impuesto a los licores, las cifras son positivas frente a lo que se estimaba que ocurriera. El impuesto a este tipo de bebida ha aumentado los precios y ha obligado a los empresarios del sector a buscar estrategias que mantengan y estimulen el consumo en el país.

Con la introducción de la Ley 189 de 2016, se estimó que el consumo fuera más que bajo, sin embargo, con la implementación de esta tasa impositiva, los resultados fueron contrarios y se vio aumentado el consumo de licores por parte de la población colombiana. Esta ley principalmente modifica el impuesto al consumo de licores y vinos y tiene dos grandes objetivos: el primero es el de balancear las cargas fiscales de los productores nacionales de licores, y la segunda es la de obtener recursos para la financiación de servicios de educación y salud. (Estudio del vino y el enoturismo chileno, 2018)

4.2 Marco legal

Tabla 1.

Leyes y decretos que amparan la productividad agraria, comercio exterior y competitividad en Colombia.

NORMA	Título	Descripción
LEY 7/1991	Ley marco del Comercio Exterior	Ley marco exterior por el cual se da la apertura económica y se incentivan las exportaciones

LEY 1816 DE 2016	Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de licores destilados, se modifica el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y se dictan otras disposiciones.	Facultad exclusiva del Estado para explotar directamente o a través de terceros la producción e introducción de licores destilados y para organizar, regular, fiscalizar y vigilar la producción e introducción de licores destilados en los términos de la presente ley.
RESOLUCIÓN NO. 003929 DE 2013	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional.	Establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional

Nota: Autoría propia, con información tomada de los ministerios del estado de Colombia.

4.3 Marco conceptual

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación es importante resaltar el significado de algunos conceptos que facilitan la comprensión del mismo. Las citas referenciadas a continuación fueron tomadas en su mayoría de informes de gestión de diversos países como de Chile y Estados Unidos siempre buscando dar mayor entendimiento a los conceptos abordados dentro del proyecto.

Enología: que se define como la ciencia que estudia la composición, propiedades y elaboración de todos los productos que proceden de la uva. Según el Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes. (Cerespain S.L, 2019)

Uva: se define como el fruto de la “vitis vinífera”.

Uva de vinificación: uva fresca madurada o sobre madurada en la misma planta o soleada después de la vendimia, sin llegar a la pasificación, para el proceso posterior del mosto o del vino.

Uva de consumo directo: uva fresca consumida en el estado natural.

Uva de mesa: uva de consumo directo de una serie de variedades agrupadas en distintos tipos. Aunque la uva tenga una tipología especial su proceso de cultivo no cambia, todas las variedades utilizadas para la vinificación proceden de la misma familia “vitis vinífera”

Uva pasa: es la uva desecada después de su maduración y con un grado de deshidratación que permita su conservación y consumo.

Productividad: La productividad es la relación entre la cantidad de algo que se produce y la cantidad de recursos que se han empleado para producirlo. (Drae), es importante señalar que para lograr competitividad en los mercados internacionales se requiere fortalecer las economías domésticas y, por tanto, tener en cuenta la productividad sujeta tanto al capital humano como a los recursos tecnológicos de que se disponga (Krugman, 1997).

4.4 Marco teórico

La cadena de suministro o de abastecimiento es el conjunto de actividades desde la obtención de la materia prima, la producción, distribución, transporte y entrega al cliente final, todos estos conjuntos de actividades permiten a las empresas mejorar en sus procesos y ofrecer productos de calidad, a un mejor precio y en el menor tiempo posible. (Arcia, 2018)

De acuerdo con Holmberg (2000) en un ambiente de decisión complejo como el que rodea la gestión de una cadena de abastecimiento, las decisiones deben sustentarse en un análisis integral del contexto económico, en las restricciones existentes y en las prácticas comerciales dominantes.

Jaideep y Mohamed (1999) plantean que la complejidad de un proceso de abastecimiento debe tomar en consideración un conjunto de variables relacionadas con el transporte, las fluctuaciones del mercado, los costos, las exigencias de calidad, los procesos de negociación y los procedimientos de inspección.



Figura 2. Cadena de suministro. Arcia María (2018)

4.5 Marco metodológico

La presente investigación es de tipo cualitativo con alcance descriptivo y basado en fuentes secundarias como la recopilación de datos y cifras a partir de artículos, publicaciones y documentos en donde el enfoque cualitativo se aborda mediante el análisis de estos mismos obtenido de informes presentados por distintas organizaciones gubernamentales. Documentos de carácter científico y técnico, que se centran en el sector vinícola y el cultivo viña, los procesos del vino, las bebidas a base de vino, las uvas de mesa, las uvas pasas y otros productos derivados de la vid. (OIV, 2018)

La primera parte realiza una descripción del mercado de uvas en Chile. En segundo lugar, se encuentra una descripción de las etapas de la cadena de suministro. La tercera parte, propone la estrategia productiva y comercial para el mercado colombiano. Para finalizar, se hacen las conclusiones de las partes de este trabajo.

4.5.1 Fuentes de información.

Así mismo por medio de distintos informes de fuentes secundarias como la ODEPA y del “The Observatory of Economic Complexity” ambas fuentes que recopilan el dinamismo del mercado del vino y nos da una aproximación con los diferentes estados que participan en él, se realizó una investigación exhaustiva y se comparó los datos de las distintas fuentes para un posterior análisis. Los resultados se compilan con base en el objetivo específico de estudio. Se muestran las preferencias actuales del mercado definidas por las fuentes oficiales del país de estudio, así como los diversos estudios de otros países en ese campo, así como los consolidados de mercado y comportamiento encontrados en las investigaciones documentales.

5. Caracterización del subsector vinícola en Chile

La primera década del siglo XXI viene marcada por el aumento del consumo de vinos de calidad. El público cada vez entiende más de vinos y los cursos de cata proliferan en muchas ciudades. La globalización de los mercados ha llevado a una mayor competencia entre los productores que para fortuna de los consumidores tienen a su alcance una mayor variedad de vinos con una excelente relación entre calidad-precio. (Paz, 2014)

Chile es una economía bastante competitiva en América Latina, su trabajo en la agroindustria en materia de cultivo de uva y producción de vino ha posicionado al país como referente en este sector, se ha caracterizado por su gran variedad en elaboración de vinos, sus cultivos y métodos de elaboración han convertido a este país como el mayor exportador de América y uno de los mayores productores a nivel mundial; por esta razón se ha seleccionado este país para su respectivo análisis y del cual se desarrolla la siguiente investigación.

5.1 Historia y cultura de la uva

La historia del vino en Chile se remonta al siglo XVI cuando los colonos trajeron las primeras cepas su objetivo era producir vinos de mesa para las celebraciones eucarísticas, durante varios siglos los españoles produjeron vinos chilenos y los productores utilizaban técnicas primitivas. En el siglo XIX comenzaron a plantar variedades francesas (Paz, 2014)

En el mismo siglo, Chile se independiza de las leyes españolas y las clases privilegiadas empiezan a emigrar a Europa con la oportunidad de apreciar los vinos franceses. Con el inicio de la importación de los varietales (vino elaborado con un solo tipo de uva), los chilenos descubrieron que podían producir una mejor clase de vinos.

En 1830 sus primeras especies eran de vides francesas, durante la segunda mitad del siglo XIX, los viñedos de Europa fueron devastados mientras los de Chile continuaban intactos, como consecuencia de esto fue descubierta una variedad de uva que se pensaba extinta: la Carmenère.

Con la muerte de Allende en 1973, el poder político pasó a manos del gobierno militar de Augusto Pinochet, que dio fin al proceso de nacionalización y devolvió los viñedos a las familias históricas. Los diecisiete años siguientes trajeron la guerra civil y la producción de vinos perdió su vigor. La mitad de los viñedos fueron destruidos a principios de los años 80.

Las nuevas compañías invirtieron en tecnología, restauraron y replantaron los viñedos creando una nueva generación de winemarkers. Cuando la democracia y la estabilidad de Chile fueron restauradas, los productores internacionales invirtieron en la agricultura chilena pues por su clima propicio atrajo el interés de empresas de Francia, España y Japón.

Chile se transformó y logro su prestigio gracias a que millones de personas asociaban el nombre del país con vinos varietales de excelente sabor. (Peñañiel, 2016)

El vino es una bebida que ha estado presente en la memoria de Chile y hace parte de su identidad cultural. Durante los siglos coloniales Chile fue forjando paulatinamente sus conocimientos sobre el cultivo de la vid y los vinos. Durante el siglo XVII se originó una industria local que promovía el emprendimiento comercial de los artesanos lo que contribuyó a un mayor desarrollo social y comercial. Los antecedentes históricos están ligados a su tradición y cultura razón por la que la producción vinícola es una de las más potentes del continente y que compite con grandes exportadores como los son: España, Italia, Francia y Australia. Para los chilenos la viña es el símbolo de la prosperidad y gracias a su cultura enológica mediante la modernización se convierte en un referente importante para otras naciones en desarrollo. (Aguilera, 2013-2014)

5.2 Marco geográfico

Chile se encuentra ubicado en el hemisferio sur y en el hemisferio oeste del planeta, prolongándose en el continente Antártico y alcanzando a la Isla de Pascua, en la Polinesia. De esta forma, tiene presencia en tres continentes: América, Antártica y Oceanía. Chile se extiende a lo largo de la costa del pacífico de América del sur posee 4.200 kilómetros. El país tiene una forma peculiar ya que a pesar de ser tan largo es a la vez muy estrecho, con solamente una media de 100 kilómetros de ancho. (Müller, 2004)

Chile posee un clima mediterráneo moderado, con veranos muy calurosos y secos. Durante el día sube hasta los 32 grados Celsius, mientras que todas las noches la cercanía de los andes se encarga de refrescar la temperatura. En cuanto a los suelos, éstos tienen propiedades muy diversas, los cuales son irrigados por aguas ricas en minerales, provenientes de las montañas, todo lo cual reúne las condiciones ideales para un crecimiento óptimo de las cepas. Además, la frontera natural de Chile central constituida por las montañas y el mar impiden el ingreso de infecciones e insectos que ataquen las vides, sobre todo la invasión de la filoxera. La ubicación de Chile determina el

cultivo de una amplia variedad de vides, (Müller, s.f.) menciona que el clima "templado-cálido con régimen de tipo mediterráneo de lluvias" que se genera en la zona, permite el desarrollo acelerado y sano de las cepas impidiendo la proliferación de muchas plagas y enfermedades.



Figura 3. Regiones de Chile. Imagen extraída del ministerio de Agricultura de Chile. (Ministerio de Agricultura Chile, 2015)

5.3 Producción de uva

El área plantada se extiende desde la parte norte del país hasta la parte sur del país. La superficie plantada con vides para vinificación, tuvo un rápido crecimiento en los años ochenta y parte de los noventa, comenzó a atenuar su expansión a partir del inicio del presente milenio, hasta cubrir poco más de 141.900 hectáreas a comienzos del año 2016, según cifras del catastro del Servicio Agrícola y Ganadero de Chile (Sag) de 2015.

Aunque la uva tenga una tipología especial su proceso de cultivo no cambia, todas las variedades utilizadas para la vinificación proceden de la misma familia "vitis vinífera", sin lugar a duda Chile como país representativo y líder en América del sur es pionero en la producción de uva como se muestra a continuación para el año 2015:

5.4 Proceso productivo de la uva

Con el propósito de explicar el proceso productivo de la uva, el siguiente apartado de esta investigación se basa en los diferentes mecanismos y procedimientos que llevan a cabo las compañías vinícolas como se puede visualizar en la figura 4, de este capítulo, en aras de buscar la optimización de procesos y calidad de la uva, en el cual se obtuvo principalmente información de los informes que proporciona la ODEPA.

El terreno a utilizar debe poseer una textura de suelo tipo franco arenosa, es decir en donde los componentes del suelo permiten la actividad agrícola. Posee un 60% de arena lo que lo hace relativamente fértil y con buen drenaje siendo el PH óptimo entre 6 a 7.5. La siembra debe iniciarse con la limpieza del terreno eliminando todo rastro de vegetales anteriores y piedras. Posteriormente se debe realizar una labor profunda en el suelo de 40 a 80 cm para facilitar el crecimiento de la planta y la inserción de la semilla.

La cantidad de agua que requiere la planta se calcula en mililitros y por etapas; durante el brote requiere de 15 mm, en la floración 10 mm, en el cuajado del fruto de 80 a 100 mm y la vendimia o cosecha de 40 mm, el riego durante esta en el aumento de lluvias ya que perjudica la producción. Para los cuidados de la uva se debe colocar periódicamente compost con estiércol maduro y fumigar el fruto con fosforuro de aluminio para eliminar insectos, larvas o huevos.

Cuando la vid es joven se debe realizar las primeras podas con el fin de darle forma deseada, esto depende de la región y la variedad de la uva. Se realiza en los primeros años en la estación de invierno y primavera. La poda de fructificación se realiza con el fin de controlar su crecimiento. Su cosecha inicia después de cumplido los 2 o 3 años de edad por lo general maduran entre agosto y octubre. Su sabor dulce es la característica para saber el tiempo de maduración.

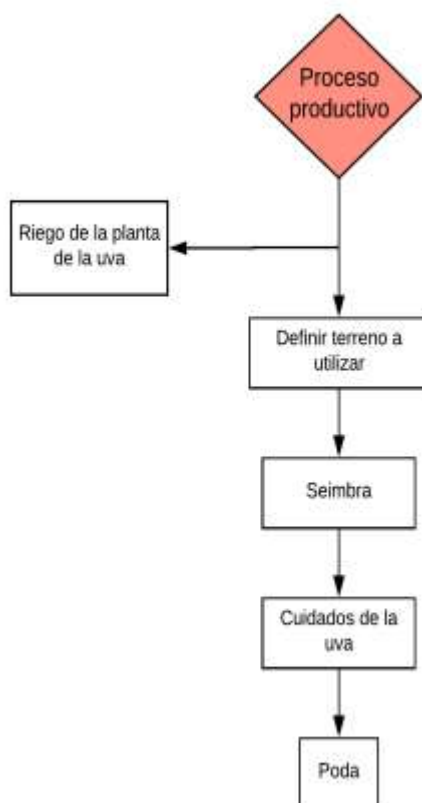


Figura 4. Proceso producción uva, Autoría propia, con información tomada de El vino de la cepa a la copa. Mijares María (2007)

Las uvas de vino son utilizadas con el fin de ser materia prima para la producción de vinos de alta calidad, debido a la acumulación de azúcar que poseen las bayas. Por lo general están conformadas por especies europeas. Las principales variedades son: Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot, Pinot Noir, Chardal onnay, Tannat, Malbec, Nebbiolo, Carmenere, Sauvignon Blanc, Zinfandel, entre otros. (Reynier, 2013)

5.5 Perfil comercial de la uva

De acuerdo al Ministerio de Agricultura Argentina la producción mundial de uva de mesa alcanza los 21,9 millones de toneladas. Continúa la tendencia creciente de China y la recuperación de Turquía.

Para el año 2011 la producción de uva en Chile fue de 15500 toneladas aprox., desde entonces ha tenido un crecimiento constante y para el 2016 su evolución llego hasta las 20000 toneladas

aprox. En Chile la producción se incrementó pasando de 42 mil a 910 mil toneladas debido a abundantes horas de frío, una primavera cálida y buena provisión de agua. Las exportaciones, siguiendo a la producción, se incrementaron en 42 mil a 730 mil toneladas debido a mayores embarques a los principales mercados, Estados Unidos y China. (Dansa, 2017)

5.5.1 Producción de uva a nivel mundial 2017 – 2018.

De acuerdo a un informe realizado por ODEPA (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias) en el año 2013, la producción mundial de uva habría alcanzado a 69,2 millones de toneladas en el año 2011. La producción de uva ha seguido una tendencia al alza experimentado un incremento desde 17,5 millones de toneladas en el año 2003 a 22,3 millones de toneladas en el año 2011. La uva vinífera ha tenido un leve aumento de su producción en ese mismo período, desde 45,9 millones de toneladas a 46,9 millones de toneladas.

Los mayores productores de uva de mesa a nivel mundial están liderados por China, país que ha experimentado un crecimiento desde 1,7 millones de toneladas en el año 2000 a 6,0 millones de toneladas en el año 2011. India, que ocupa el segundo lugar, ha registrado también un crecimiento muy dinámico en el período desde 1,0 millón a 2,2 millones de toneladas. Turquía ocupa el tercer lugar, con un leve crecimiento desde 1,4 millones a 1,8 millones, seguida por Irán, cuya producción ha permanecido estancada en 1,5 millones de toneladas, e Italia, que entre los países más importantes es el único que ha experimentado una caída en su producción desde 1,4 a 1,2 millones de toneladas.

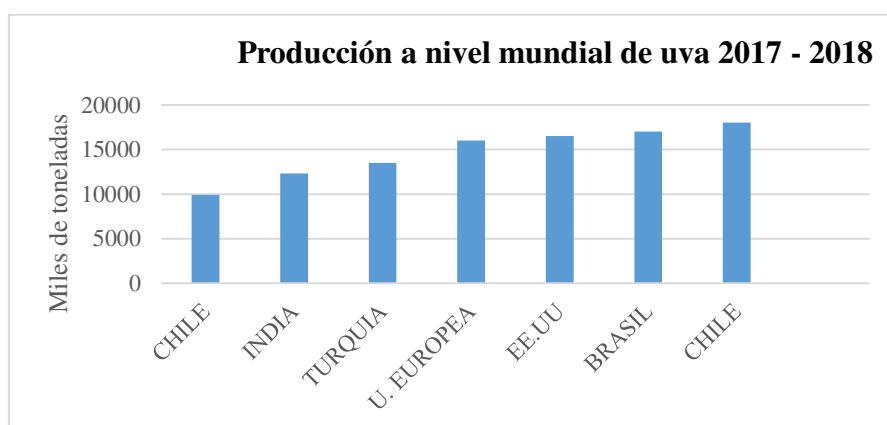


Figura 5. Producción a nivel mundial de uva 2017 – 2018. Autoría propia con información de OEC

5.5.1.1 Exportaciones de uva a nivel mundial.

Las exportaciones de uva fresca en el mundo se incrementaron en 8,8% entre el 2012 y el 2016, pasando de 4 053,9 a 4 411,3 miles de toneladas en dicho periodo. Desde el 2012 al 2016, Chile ocupó el primer lugar entre los países exportadores, aun cuando la cantidad exportada sufrió una contracción del 12,9% entre ambos años. Lo mismo ocurrió con las exportaciones de Italia y Estados Unidos, que ocuparon el segundo y tercer lugar del ranking, tal como puede apreciarse en el Cuadro No. 2. En cambio, los volúmenes exportados por Sudáfrica, Perú y China, que ocuparon los puestos cuarto, quinto y sexto, se incrementaron en 14,0%, 91,4% y 109,2% por ciento, respectivamente.

País	Años					Var. % 2016/2012	Part. 1% 2016
	2012	2013	2014	2015	2016		
Chile	812.6	856,7	731.9	751.1	708	-12.9	16
Italia	491.4	510,0	452.7	469.2	481.3	-2.1	10.9
Estados Unidos	422.2	473,7	444.7	392.2	386.4	-8.5	8.8
Sudáfrica	267.5	283,2	298.6	369.4	304.9	14	6.9
Perú	149.2	177,5	266.2	308	285.6	91.4	6.5
China	121.7	105,2	125.9	208	254.5	109.2	5.8
Baíses Bajos	248.1	279,3	276.5	2235	240.5	-3.1	5.5
Hong Kong, China	117.3	146,7	152.6	166.9	205.4	75.1	4.7
Turquía	209.4	203,3	257.8	175.2	173.2	17.3	3.9
España	128.1	140,4	145.3	149.2	157.1	22.7	3.6
México	167.9	149,6	152.5	163.5	155.7	-7.3	3.5
India	114.3	148,5	136.7	75.7	147	28.6	3.3
Resto	804.4	730,2	730.4	797.9	911.9	13.4	20.7
Total	4054.1	4204,3	4171.9	4250.04	4411.3	8.8	100

Figura 6. Masa Neta Exportada de Uva por Países, 2012-2016 (miles t) tomado de OCDE

5.5.1.2 Cifras de exportación de uva.

De acuerdo a un informe realizado por ODEPA (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias) Las ventas internacionales de exportaciones de uvas frescas por país totalizaron US \$ 8,3 mil millones en 2017. En general, el valor de las exportaciones de uvas aumentó en un promedio de 6.8% para todos los países exportadores desde 2013, cuando los envíos de uvas frescas se valoraron en \$ 7.8 mil millones. El valor de las uvas exportadas a nivel mundial se apreció un 4,5% entre 2016 y 2017.

Entre los continentes, los países europeos representaron el mayor valor en dólares de uvas exportadas durante 2017 con envíos valorados en \$ 2.5 mil millones o el 29.8% del total mundial. En segundo lugar, los exportadores de América Latina excluyeron a México, pero incluyeron el Caribe con un 23,5%, mientras que el 19,2% de los envíos de uvas a nivel mundial procedieron de Asia. América del Norte llegó al 13,8%, seguido por los cargadores africanos al 10,2%, con Oceanía (principalmente Australia y Nueva Zelanda) al 3,5%. Entre los países mencionados, los exportadores que registraron un mayor crecimiento desde 2013 fue: China (173.7% más), por el contrario, los que registraron disminuciones en sus ventas de uvas exportadas, a saber, fueron, Chile (hasta -23.1%) y Estados Unidos (-16.6%).

Chile	\$1.2 billion	14,04%
Estados Unidos	\$903.4 million	10,08%
Países Bajos	\$862.7 million	10,03%
Italia	\$858.1 million	10,03%
China	\$735.2 million	8,80%

Figura 7. Valor exportado por país en el año 2017, tomado de OCDE

5.5.1.3 *Destino de exportación de uva a nivel mundial.*

Estados Unidos se configura como el principal mercado de uvas de mesa chilenas las exportaciones en el 2016 alcanzaron una cantidad de 344,180 TM siendo el 47 por ciento del total de las exportaciones de uva de mesa (ver tabla).

El volumen de exportación desde el valle de Copiapó oscila entre 82,000 TM y 100,000 TM cada temporada. El setenta por ciento se exporta a los Estados Unidos, principalmente variedades sin semillas.

La variedad Red Globe producida en Copiapó se exporta a China, algunos exportadores del valle estiman que en las exportaciones de uva de mesa en el periodo 2018-2019 alcanzarán 90.200 TM.

Entre el 2017 y el 2018 las exportaciones se mantuvieron sin cambios desde el periodo anterior; Abril fue el pico de exportación en el periodo 2017 -2018, luego de una cosecha demorada en comparación con el periodo anterior. Cabe resaltar que las exportaciones de uva de mesa a los Estados Unidos disminuyeron 5% por ciento, mientras que las exportaciones a China aumentaron en un 21%

Las exportaciones a los Países Bajos y Corea del Sur disminuyeron un 4% y 6%, respectivamente. Así mismo se espera que las exportaciones chilenas de uva de mesa continúen esta tendencia, aumentando más las exportaciones al mercado chino. Se estima que en los años se reducirá el volumen de exportación en un 1.5% suponiendo rendimientos regulares, y una disminución en el área plantada

Chile export statistics Commodity:080610, Grapes, fresh						
Marketing Year (MY) and Year to Date Quantity (Mt)						
Partner Country	Marketing year (MT)			Year to Date(MT)		
	MY2015/16	MY2016/17	% Change	% Change	Jan - Aug 2018	% Change
World	687,559	731,156	6%	731,156	731,258	0%
United States	314,221	344,180	10%	344,180	328,081	-5%
China	120,259	97,334	-19%	97,334	118,155	21%
Netherlands	43,806	45,728	4%	45,728	43,726	-4%
Korea, South	33,466	34,343	1%	34,343	32,212	-6%
United Kingdom	30,466	31,546	4%	31,546	32,823	4%
Brazil	18,446	18,505	0%	18,505	16,162	-13%
Canada	13,132	17,527	33%	17,581	17,182	-2%
Russia	11,937	15,218	27%	15,218	16,700	10%
Mexico	12,986	14,381	11%	14,381	16,505	155
Japan	9,255	10,526	14%	10,586	8,972	-15%
Spain	5,637	9,088	61%	9,088	10,253	135
Germany	4,569	8,861	94%	8,861	9,316	5%
Indonesia	4,303	8,191	90%	8,191	6,947	-15%
Taiwan	6,421	6,459	1%	6,459	4,513	-30%
Saudi Arabia	4,990	6,155	23%	6,155	5,736	-7%
Others	53,274	63,114	18%	63,114	63,975	1%

Figura 8. Destino exportación uvas chilenas tomada del Ministerio de Agricultura de EE.UU.

5.5.2 Producción y consumo de vino en Chile.

De acuerdo al estudio realizado por Nielsen y Sargón, el mercado del vino en Chile presenta un alza notable de 10,1 en volumen de vino vendido, y de un 12.2% en valor. Lo más importante, destacan es el aumento de la categoría súper finos en un 16,5% en volumen igual que en valor; y en la categoría masivos de un 13,8% en volumen y 15,1% en valor.

Los vinos finos y súper finos representan juntos el 47% del total de las ventas nacionales, mientras el 53% restante se suma con los vinos corrientes y masivos.

Nielsen destaca además que las ventas de vinos en supermercados llegaron a un 49.1% del total en volumen, lo que representa el 50.6% del valor. Mientras, botillerías y almacenes representan el 42.8% y 35% del valor. Los canales tradicionales (restaurantes familiares y fuentes de soda) representan solo el 8.1% del volumen total y un 15% en valor.

PARTICIPACIÓN Y CRECIMIENTO EN VENTAS DE VINO POR SEGMENTO							
		Volumen (miles de litros)			Valor (millones de \$ corrientes)		
Participación de ventas por segmento		2015	2016	Crecimiento de ventas (%)	2015	2016	Crecimiento de ventas (% nominal)
MASIVOS	Masivos	72.5%	72.7%	13.7%	47.6%	47.6%	15.1%
	Corrientes	4.8%	4.9%	16.6%	5.5%	505.0%	15.9%
FINOS	Finos	13.9%	13.4%	9.4%	24.6%	22.0%	2.4%
	Super Finos	8.8%	8.9%	15.8%	22.4%	24.5%	25.2%

Figura 9. Participación y crecimiento en ventas de vino por segmento. Tomada del documento Estudio de Caracterización de la Cadena de Producción y Comercialización de la Industria Vitivinícola

Si bien el volumen de ventas tuvo una baja sostenida del 2011 al 2013, a partir del 2014 para llegar a tener un crecimiento del 10.1% el 2016. Díaz destaca que si el crecimiento de este año, de un 10.1% en volumen, se siguiera repitiendo en los próximos años, se llegaría a la meta que planteó el proyecto 2020 de Vinos de Chile, para llegar a los US\$ 800 millones en precio FOB anuales.

Sargón, destaca a la vez, según conclusiones del informe, que ha habido alzas cada vez menores en los precios de los vinos, lo cual se atribuye a que los ingresos de los chilenos se han estancado en los últimos años debido a la crisis económica. Destacable, sin embargo, es que, a pesar de ello, las ventas de vino no cayeron. Lo que sí ocurrió, agrega, fue una privación de acceso a marcas más caras.

5.5.2.1 *Producción de vino en Chile.*

Según el Catastro Vitivinícola del Servicio Agrícola y Ganadero SAG, en año 2017 se produjeron en Chile alrededor de 949 millones de litros de vino. De los litros producidos, el 84,8% correspondería a vinos con denominación de origen (vinos con D.O.), 11,6% a vinos sin denominación de origen (vinos sin D.O. que incluye también los vinos corrientes declarados que no especifican variedad (*)), y 3,6% a vinos producidos con uva de mesa.

5.5.3 Exportaciones de vino.

Los cuatro principales países exportadores a nivel mundial son liderados por Chile, con 18,7% de participación en 2011, seguido por Italia con 13%; Estados Unidos, que alcanzó una participación de 10,8%; Sudáfrica, con 6,4%, y Turquía, con 6,2%. El año 2017 las exportaciones de vino embotellado alcanzaron USD 1.520,2 millones, correspondiente a 53 millones de cajas. De ellas, 44,2% correspondió a cajas con un valor entre USD 20 y USD 29,9 cada una y 26,3% a cajas con valor menor a USD 20. En relación con el vino a granel, el año 2017 se exportó 393,9 millones de litros por un valor de USD 340,1 millones, se aprecia una importante alza en la venta de vinos con valores entre USD 0,8 y USD 1,49, disminuyendo la exportación de vinos de valor menor a USD 0,8 por litro (Horta, 2018).

5.5.3.1 Cifras de exportación de vino.

Cifras entregadas por la Asociación de Vinos de Chile, para el año 2017 presento un fuerte dinamismo en el mercado chino y brasileño. El vino embotellado logro un alza en las exportaciones de 5.8% en volumen y en valor 6.4%, alcanzando US\$1,604.5 millones y 57.2 millones de cajas. El espumante creció 6.8 % en volumen y en valor 7%, alcanzando 605.1 mil cajas y US\$21.9 millones. El granel, creció 3% en volumen y 27.5.5 en valor, dado un aumento de 23.9% el crecimiento total de las exportaciones de vino es de 3.7% en volumen y 8.8% en valor, alcanzando US\$ 1,850.3 millones. (Chile A. d., 2017).

5.5.3.2 Destino de exportación de vino.

En el año 2018 principal destino de sus exportaciones fue China y exporto un valor de US \$ 347 millones los Estados Unidos de América (EE. UU) fue el segundo destino de las exportaciones y se exporto un valor de US \$ 243 millones.

Al Reino Unido se exporto un valor de US \$ 192 millones, Japón, con US \$ 189 millones y Alemania US \$ 63 millones. No inesperadamente, cabe anotar que Chile exporta una proporción significativa de su vino a otros países de América del Sur, que no figuran en los 20 principales destinos, los mercados donde más está creciendo su número de exportaciones son los países como Japón y los Países Bajos, mientras que Australia está actualmente muy por delante de Chile en China, Estados Unidos y el Reino Unido. (Wine Australia, 2018)

6. Estrategias productivas y comerciales en Chile

Este capítulo se asocia directamente al marco teórico, expuesto en el apartado 4.4 que se define el proceso de cadena de suministro. Para su adecuado desarrollo se toma el documento Estudio de Caracterización de la Cadena de Producción y Comercialización de la Industria Vitivinícola: Estructura, Agentes y Prácticas elaborado por La oficina de estudios y políticas agrarias del ministerio de agricultura de Chile, de forma parcial y resumida.

6.1 Materia prima

Para Chile las uvas y el vino son una importante fuente de ingreso en su economía. Gremios agricultores e industriales se han interesado por mejorar sus procesos de cultivo y de producción vinícola; de acuerdo con información suministrada por el informe los grupos empresariales más importantes son: Concha y Toro, San Pedro Tarapacá y Santa Rita.

La principal fuente de insumos para la producción de vino corresponde a las uvas cosechadas propias, así como a uvas cosechadas por terceros. La empresa San Pedro Terapacá para el año 2014 el 23% del vino producido fue de uvas de la propia empresa y el 77% restante comprado a terceros. Pr otro lado la empresa Concha y Toro ya que es líder tanto en la producción de cultivo de uva propia como en los procesos de vinificación. A continuación, se presenta la producción de uva realizada en hectáreas de la propiedad de esta empresa:

Planta	2012	2013	2014
Nueva Aurora	14,8	9,9	12,1
Puente Alto	12,3	12,7	11
Lo espejo	0	3,6	3,2
Cachapoal	34,6	39,4	32,4
Chimbarongo	62,8	71,7	58,9
Peralillo	3,5	2,7	2,6
Las mercedes	8,9	11,5	10,5
Lontué	27,8	27,6	24,6
Curicó	15,9	17,3	15,9
Lourdes	28,3	26,2	26,9
San Javier	44,9	50,6	41,1
Total	273,8	298,4	257,2

Figura 10: Producción por planta (Millones de kilos Tabla obtenida de la oficina de estudios y políticas agrarias Ministerio de agricultura de Chile (2015)

6.1.1 Uva.

El proceso de cultivo de la uva se desarrolla en valles ya sean de cultivo propio o arrendado; Limarí, Casabalanca, Alhué y Rapel hacen parte del viñedo Santa Rita y son superficies de cultivo propias. Otros como San Antonio, Colchagua y Maipo son terrenos en arriendo a largo plazo.

Aunque las condiciones climáticas pueden variar, el proceso vegetativo de la vid se puede resumir en siete pasos:

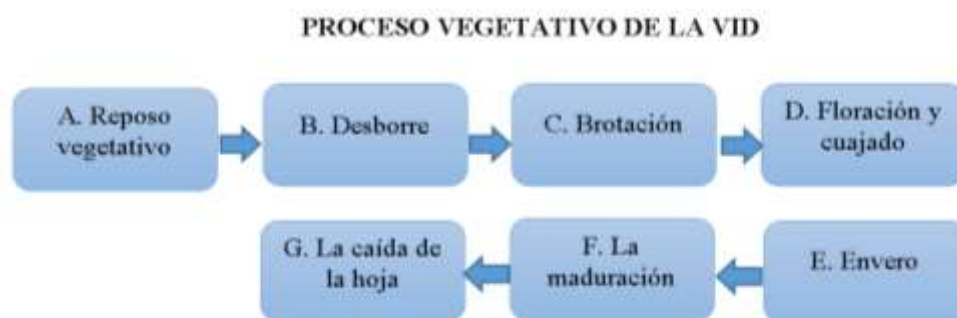


Figura 11. Proceso vegetativo de la vid. Autoría propia tomado de El vino de la cepa a la copa. Mijares María (2007)

Se da entre el otoño y el invierno, el aspecto de la planta es leñosa, no hay hojas ni ninguna estructura vegetal. Las raíces no absorben ningún tipo de nutriente del suelo.

Se da a finales del invierno y principios de primavera, las yemas de las plantas empiezan a hincharse; la temperatura es de 10° y empieza la función de absorción de nutrientes.

Se da a inicios de la primavera, aquí se extienden las hojas y se empiezan a formar los racimillos. La insolación y la cantidad de agua ayudan en este proceso.

Se desarrollan flores muy pequeñas que tras su polinización cuajan el fruto, su tamaño inicial es el de un guisante.

A mediados del verano el grano empieza a aumentar de tamaño y de color, a verde amarillento a uvas blancas y a moradas en las tintas, el tiempo es de 15 días, esta fase es la más importante en la maduración.

Desde mediados de verano e inicios de otoño, este periodo determina la calidad de la cosecha. La uva aumenta su tamaño y pierde acidez acumulando cada vez más azúcares. La cantidad de azúcar determina la cantidad de alcohol que tendrá el vino de esas uvas

La planta tiene una menor actividad, no absorben nutrientes y las hojas toman un color rojizo que luego caen; hasta este punto se ha completado un año de la vid.

6.1.2 Vino.

La materia prima del vino es la uva proveniente del fruto de la vid, es importante tener en cuenta las buenas prácticas de manejo vitivinícola ya que el buen manejo del fruto garantizara la calidad del vino que se desea.

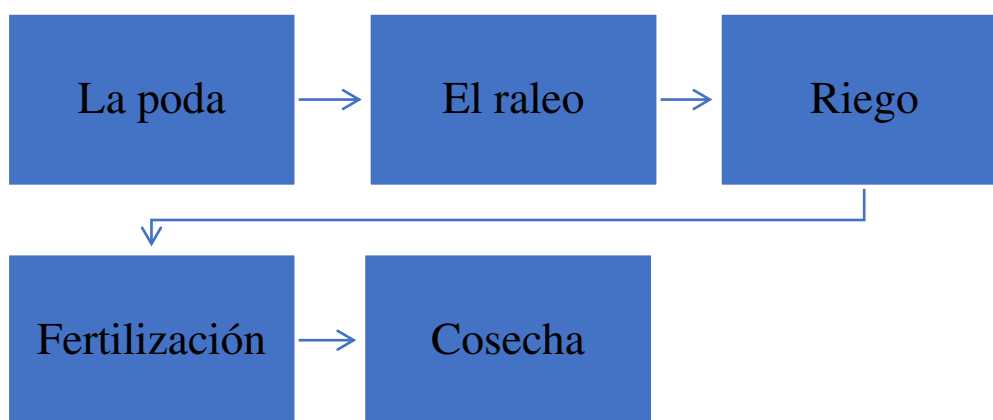


Figura 12. Prácticas De Manejo Vitivinícola Autoría propia

Estas prácticas están orientadas especialmente al manejo de la uva vinífera; la poda se realiza dos veces por año y se dividen en poda seca que es realizada después de la cosecha y regula la producción de los siguientes años; y la poda verde se da luego de dos meses para eliminar brotes que vienen sin fruta. En el raleo se mejora la uniformidad de color de las uvas y se mantiene la relación de hojas y frutos, se aconseja que el riego se haga de manera tecnificada para controlar los volúmenes de agua que necesita el suelo. El cultivo extrae grandes cantidades de nutrientes del suelo por lo que deben ser repuestos con nitrógeno, fosforo y potasio de esto depende el crecimiento, calidad y rendimiento de la cosecha. Por último, se hacen tres recolectas durante el

mes con el fin del que la uva tenga el nivel suficiente de azúcar ya que después de retirada no aumenta. (Valdeavellano, 2019)

6.2 Producción

Chile posee casi 29,8 millones de hectáreas bajo explotación agropecuaria, el 63% de estos suelos corresponden a cultivos anuales y permanentes, grupo en el que se encuentran las plantaciones periódicas y también aquellos cultivos de periodos prolongados que no necesitan plantarse tras cada cosecha, entre estos se incluyen los árboles frutales y las vides o las viñas. (Lima, 2015)

A continuación, se detalla la producción de la uva por región y por cepas de igual manera la fabricación de vinos y sus principales tipos.

6.2.1 Uva.

Las superficies de viñedos utilizados en la vinificación se localizan entre las regiones de Atacama y los Lagos incluyendo la Región Metropolitana. El 74 % de los viñedos son de cepas tintas y el 26% de cepas blancas las variedades de mayor representación son:

Región	Cepas Blancas	Cepas tintas	Total	Porcentaje
Tarapacá	3.0	2.0	5.0	0,00%
Antofagasta	1,06	3,91	4,97	0,00%
Atacama	104,33	13,09	117,42	0,10%
Coquimbo	1.642,55	1.741,02	3.383,57	2,50%
Valparaíso	6.338,32	3.823,87	10.162,19	7,40%
Libertador B	6.915,65	40,466,42	47.382,07	34,40%
Maule	14.633,65	38,862,86	53.496,51	38,90%
Bio Bio	4.413,13	5.154,92	9.568,05	7,00%
Araucanía	34,04	20,92	54,96	0,00%
Los lagos	13,9	5,1	1900,00%	0,00%
Region Met.	1.741,09	11.657,61	13.398,70	9,70%
Total Nal.	35.840,72	101.751,72	137592%	100%

Figura 13. Superficie cultivada. Elaboración propia. Información Catastro Vitícola Nacional (2014.)

6.2.2 Vino.

La plantación de cero de un viñedo implica una inversión inicial monetaria y de tiempo, ya que las viñas requieren entre cuatro y cinco años para producir a plena capacidad desde el momento en que se plantan. Durante en los primeros años no se reciben ingresos por lo contrario se debe incurrir en costos de mantenimiento del viñedo.

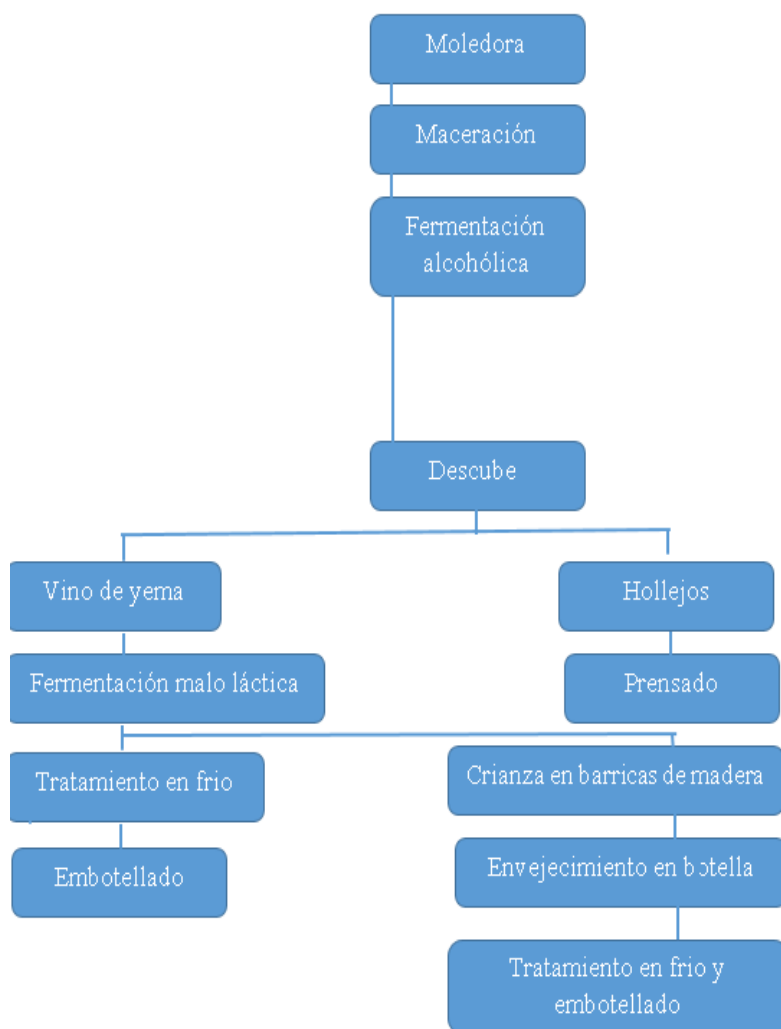


Figura 13. Proceso producción vino. Elaboración propia

6.3 Transporte y logística

Para llegar a los mercados de destino con un producto óptimo de calidad, existen parámetros que se deben cumplir desde el momento de la cosecha con el fin de garantizar un buen almacenamiento y transporte para que tenga la aceptación del cliente final.

6.3.1 Uva.

El cambio climático es uno de los retos a los que le apuesta Chile, el aumento constante de la temperatura requiere tomar acciones oportunas que mitiguen las pérdidas durante la vendimia. La incorporación de tecnología es un aspecto clave para el desarrollo de este sector ya que le permitirá ser más competitivo.

La cercanía de las bodegas con los viñedos logra un mejor manejo y planificación de la llegada de la uva la automatización será clave para disminuir perdidas con la materia prima. Alguna de la maquinaria utilizada por Chile es la siguiente:

El sistema de recogida y transporte de racimos de uva se encuentra en el informe de tecnologías de dominio público de Chile emitido en Abril de 2018. La maquinaria Gual S.L de procedencia española por el inventor Gual Amela, Josep, permite que los racimos estén siempre refrigerados para que las uvas fermenten como resultado de la temperatura ambiente entre el punto de cosecha y de recepción en bodega.

Contenedor de recepción y evacuación de uva de vendimia creada por Vaucher Beguet S.A de origen francés, permite obtener buena calidad enológica protegiendo los racimos de cualquier aplastamiento, deterioro u oxidación. (Vera, 2018)

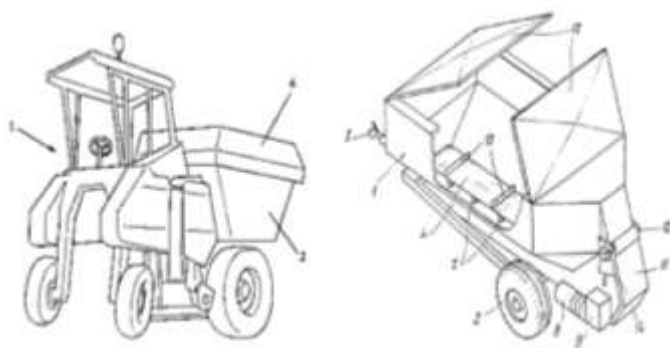


Figura 14. Informe de tecnologías de dominio público de Chile (2017)

El factor logístico del transporte doméstico, es decir el que se maneja dentro del país no es factor determinante para la empresa San Pedro Tarapacá ya que las distancias de traslado son bastante pequeñas entre las bodegas y los viñedos. El caso contrario para la empresa Concha y Toro este manejo cobra un papel muy importante ya que tiene 12 bodegas propias y cerca de 50

arrendadas algunas de ellas exclusivas para ciertos procesos como moler, embotellar y almacenar. Por este motivo las distancias recorridas por su sistema de transporte son extensas y demandan de altos costos.

Dentro de su administración Concha y Toro trabaja con una empresa transportista terrestre llamada Transportes Viscontó es otra subsidiaria del grupo Concha y Toro, transporta productos de vino a granel entre las bodegas de la compañía, y entre las plantas envasadoras y los productos a las embarcaciones que los transportan desde los puertos chilenos. Posee una flota de 11 camiones, complementados con remolques y estanques que durante el año 2014 fueron capaces de transportar 137 millones de litros entre las bodegas y las plantas envasadoras.

Para el traslado de producto terminado se debe considerar el volumen. Si se trata de envío de muestras se aconseja transporte aéreo para que el cliente reciba el producto con mayor rapidez y acelerando una orden de compra. Para las exportaciones de mayores volúmenes se recomienda el transporte marítimo que contemple una ruta directa para proteger el contenedor de altas temperaturas. (Zagers, 2014)

6.4 Agencias o sucursales

Las agencias o sucursales se deben tener como estrategia de negocio para lograr mayor penetración de las marcas y reconocimiento en los diferentes mercados. Concha y Toro ha utilizado esta estrategia y ha invertido \$407 mil millones de pesos en los últimos 10 años en terrenos, viñedos e infraestructura para aumentar su producción propia. Las inversiones involucran la expansión de la capacidad productiva.

6.4.1 Uva.

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, la producción de vino se realiza con uvas en cultivos de hectáreas propias y en arriendo; Concha y Toro como la viña más importante trabaja de la mano con proveedores externos para satisfacer la demanda, compran uva a aproximadamente 828 productores independientes. Los criterios de compra son ubicación geográfica, variedad de las uvas y métodos agrícolas. Dentro de las principales firmas que participan en este proceso se encuentran:



Figura 15. Viñedos de Chile (2017). Autoría propia

6.4.2 Vino.

Concha y Toro S.A es la principal productora y exportadora de Chile. En 130 años de trabajo, se ha caracterizado por el compromiso con la calidad y el medio ambiente. Mantiene la segunda posición con más viñedos plantados en el mundo 10.750 hectáreas para el cultivo de la vid distribuidas en Chile 9.133 hectáreas, Argentina 1154 hectáreas y Estados Unidos 463 hectáreas. Sus principales operaciones están en Chile y adicionalmente cuenta con operaciones en Argentina a través de su filial Trivento Bodegas y viñedos, y en California a través de su filial Fetzer Vineyards. La distribución también opera bajo filiales en Europa, Asia, Estados Unidos, México, Brasil, Canadá y Sudáfrica.



Figura 16. Principales filiales y centros de operación Concha y Toro. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)

6.5 Almacenamiento

Es posible guardar y conservar el vino de acuerdo con el tipo de vino que se fabrique, se deben garantizar unas características óptimas para su excelente conservación y posterior embotellamiento; un lugar protegido de la luz, ventilado y sin movimientos.

6.5.1 Uva.

En Chile existen intermediarios o acopiadores, que agrupan la producción de los pequeños productores de uva de cada zona y luego venden la uva a grandes viñas con la opción de procesarla en vino para luego venderlo a las grandes viñas. La razón principal es económica ya que las grandes viñas se evitan acordar precios con varios productores y recolectar la uva en sitios diferentes. El objetivo es acordar con el intermediario la cantidad de vino o uva que necesita.

6.5.2 Vino.

Luego de terminada la vinificación, el proceso de guarda y crianza en barrica el vino es embotellado en una de las plantas de Concha y Toro. Pirqu . La planta principal es Pirqu  y posee siete líneas de envasado entre ellas seis automáticas y una manual. Se pueden acomodar botellas de 1,5 lt, 1 lt, .750 ml y 187 ml. La planta posee una capacidad de 9,4 millones de litros al mes cuando es operada en seis días de trabajo semanal.

La capacidad de almacenamiento de Concha y Toro al año 2014 ha crecido un 33% respecto al 2010, alcanzando un total de 1.600.00 cajas de 9 litros (14,4 millones de litros).

Bodega	2010	2011	2012	2013	2014
(Cantidad de cajas)					
Pirque	306.000	306.000	306.000	320.000	320.000
Vespucio I	335.000	335.000	335.000	346.000	315.000
Vespucio II	0	0	0	742.000	720.000
Santa Rosa	200.000	200.000	200.000	0	0
Lo Espejo	358.000	358.000	358.000	251.000	245.000
Total	1.199.000	1.199.000	1.199.000	1.659.000	1.600.000

Figura 17. Bodegas de Chile. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)

6.6 Venta o contacto con el cliente

Tanto para el mercado interno como externo el mayor volumen de ventas se origina a partir del vino corriente; 91% de las exportaciones y 85% de la producción nacional. El vino espumante y con denominación de origen presenta estadísticas similares en los precios de exportación. Existen tres modalidades de contratación para compra y venta de uva y las principales empresas que lideran el mercado del vino.

6.6.1 Uva.

La comercialización de la uva vinífera en Chile ha estado orientada principalmente a la contratación anual o al mercado spot. Los contratos de compra venta de uva en el mercado spot no

reconocen la calidad más allá de los de los grados de alcohol probable. En relación con las prácticas de comercialización de la uva en el mercado chileno se observan tres tipos de contratación:



Figura 18. Bodegas de Chile. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)

6.6.2 Vino.

Dentro de la venta o el contacto directo con el cliente se deben mencionar las principales empresas que lideran el mercado en Chile, ya que son las encargadas de hacer contacto directo con el cliente y finalmente son las que arrojan resultados en términos de venta.

Para el año 2012 Chile registra 93 empresas productoras y 73 empresas exportadoras de vino. De acuerdo a los datos de ODEPA para el año 2014 la exportación de vinos es liderada por Grupo Concha y Toro con vino de cepas tintas 29% y cepas blancas 27.2%. Le sigue Viña San Pedro Tarapacá con 10.3%, Viña Santa Carolina 3.7% y Viña Santa Rita 3.6%. Las diez principales empresas exportadoras representan el 57,6%.

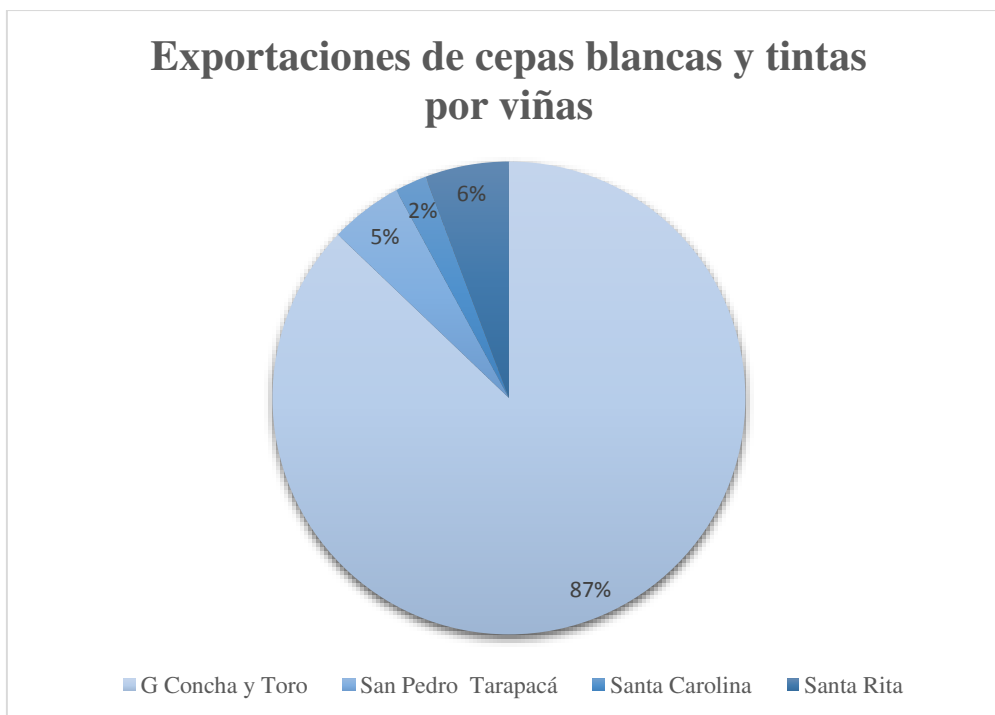


Figura 19. Exportaciones de cepas blancas y tintas por viñas. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)

El análisis del volumen de ventas para Concha y Toro en el periodo 2010-2014 refleja una variación del 12% entre el mercado doméstico y las exportaciones desagregadas entre el vino embotellado y el vino a granel, el resultado se debe a la disminución de venta del vino embotellado al mercado doméstico como se muestra en la siguiente tabla:

Columna1	Columna2	2010	2011	2012	2013	2014	Δ%
Volumen mercado doméstico (miles de litros)	Vino embotellado	70.435	65.119	61.934	59.160	62.658	-11%
	Vino a granel	1.155	1.681	28	19	30	-97%
	Total	71.590	66.800	61.962	59.179	62.688	-12%
Volumen Exportaciones (miles de litros)	Vino embotellado	170.927	170.145	175.437	180.113	197.984	16%
	Vino a granel	3.192	216	912	1.872	3.503	10%
	Total	174.119	170.361	176.349	181.985	201.487	16%

Figura 20. Volumen mercado. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)

6.7 Distribución y entregas

La distribución como se mencionó la lidera el grupo Concha y Toro, se consolida como una de las empresas mejor organizadas y con procesos de alta calidad que conllevan al mejoramiento continuo de su compañía y a ser competitivos en el resto del mundo.

6.7.1 Uva.

La cosecha de uva para vinificación independiente de su forma de recolección manual o mecánica, las uvas se reciben en la bodega, donde se pesa y se registra información del productor, valle y tipo de uva. Luego los racimos se vuelcan en el contenedor de recepción y pueden ser trasladados para comenzar el proceso directamente en prensa o someterse a otra fase previa de molienda.

6.7.2 Vino.

Concha y Toro tiene su propia capacidad de distribución a través de la Subsidiaria Comercial Peumo, cuenta con 15 oficinas regionales que sirven a todo el territorio nacional y 14 centros de distribución. Su fuerza de venta se conforma por 213 vendedores, 31 supervisores, 2 subgerentes, 2 gerentes regionales y 4 gerentes de ventas por canal. Comercial Peumo sirve a 15,000 clientes a lo largo del país, es la empresa de distribución más grande.

La distribución de los vinos del grupo San Pedro Tarapacá es realizada por Comercial CCU o Comercial Patagona Ltda., el canal de distribución que más se destaca es botillerías y comercio pequeño y mediano. La siguiente tabla muestra los porcentajes por canal de distribución:

Canales de distribución	2010	2011	2012	2013	2014
Botillerías y comercio pequeño y mediano	26%	29%	33%	34%	34%
Restaurantes, bares y hoteles	6%	6%	5%	5%	5%
Wholesalers (Comercio mayorista)	29%	29%	26%	24%	22%
Supermercados	38%	37%	36%	37%	39%

Figura 21. Canales de distribución. Tomado del Reporte de Sustentabilidad Concha y Toro (2012)

Tabla 2.

Paralelo actividades de la cadena de suministro.

C.D.S	UVA	VINO
MATERIA PRIMA	<p>Las uvas se cosechan en viñedos propios o arrendados.</p> <p>El proceso de cultivo se puede trabajar de manera manual o con ayuda de maquinaria.</p> <p>Las semillas son de origen español o europeo.</p> <p>La uva de Chile pasa por las cuatro estaciones: invierno, otoño, primavera y verano.</p>	<p>Los viñedos de mayor importancia se asocian en grupos.</p> <p>Aplican las buenas prácticas de manejo vitivinícola, de esto depende la calidad del vino deseado.</p> <p>La poda, el raleo, riego, fertilización y cosecha definen la cantidad de azúcar y la producción de los siguientes años.</p>
PRODUCCIÓN	<p>La mano de obra artesanal en la recolección del fruto la hace de mayor calidad.</p> <p>Lograr que los suelos sean aptos para una mejor producción anual.</p> <p>Se producen distintas variedades de cepas.</p>	<p>Se elabora con uva propia o comprada a terceros.</p> <p>La producción a plena capacidad se da en los primeros cinco años.</p> <p>Chile utiliza barricas en madera y acero inoxidable.</p> <p>Para reducir costos el embotellamiento y etiquetado se hacen con terceros.</p>
TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	<p>Se considera oportuna la cercanía entre los viñedos y las bodegas para evitar daños del fruto.</p> <p>La automatización es clave para la pérdida de materia prima.</p> <p>Utilizan maquinaria de avanzada tecnología de procedencia Europea garantizando buena refrigeración, fermentación y calidad enológica.</p>	<p>La logística de transporte de vino la trabajan con otras empresas.</p> <p>En Chile utilizan transporte terrestre, aéreo para envío de muestras y marítimo con ruta directa con el fin de proteger el contenedor de altas temperaturas.</p>
AGENCIA SUCURSALES	<p>Se utilizan como estrategia de negocio para lograr mayor penetración en el mercado.</p> <p>Los criterios de alianza de las empresas son: ubicación geográfica, variedad de uvas y métodos agrícolas.</p>	<p>Concha y Toro S.A principal productora y exportadora de Chile, ocupa la segunda posición con más viñedos plantados en el mundo.</p> <p>Manejan hectáreas para cultivo en Chile, Argentina y Estados Unidos. Operan en Europa, Asia, México y Canadá.</p>
ALMACENAMIENTO	<p>Existen intermediarios que agrupan la producción de pequeños productores evitando trayectos para recolectar la uva en sitios diferentes.</p>	<p>Para la conservación y el embotellamiento se buscan lugares protegidos de la luz, ventilado y sin movimientos.</p>

Para el envasado se puede hacer de forma manual o automática.

VENTA O CONTACTO CON EL CLIENTE

La venta de uva en el mercado chileno se lleva bajo tres modalidades de contratación: largo plazo, anual, spot (es el más utilizado, se vende la uva por kilos y el intermediario mantiene el mismo precio para los productores.

Chile es uno de los principales exportadores de vino.

Las ventas en el mercado doméstico son de vino embotellado y vino a granel.

DISTRIBUCIÓN Y ENTREGAS

La distribución la lidera el grupo Concha y Toro, es una de las empresas mejor organizadas y con procesos de alta calidad.

La competitividad es clave para el éxito de las empresas en Chile.

La distribución la manejan a través de subsidiarias comerciales.

Canales de distribución: botillerías, restaurantes (bares y hoteles), comercio mayorista (wholesalers) y supermercados.

Nota: Autoría propia.

7. Buenas prácticas productivas y comerciales replicables en Colombia

El desarrollo de este capítulo sirve como un modelo a seguir para el desarrollo de nuevas ideas en la producción y comercialización de uva y vino en Colombia. De acuerdo a la investigación realizada de la cadena de suministro se puede establecer dos etapas: la primera desde la obtención de la materia prima hasta las agencias o sucursales donde se logra el producto final y la segunda desde el almacenamiento hasta la distribución o entrega final. Las etapas anteriores evidencian que se debe generar buenas prácticas a nivel de producción y otra a nivel de comercialización.

Existen hechos que aportan como soporte de estudio a esta investigación y que aumentan la viabilidad de que Colombia sea competitivo en la agroindustria de la uva y del vino; hacia mediados de 1980 el profesor Marco Antonio Quijano comprobó su tesis en un proyecto llamado las colinas de Puntalarga ubicado en Nobsa (Boyacá) entre 2550 y 2600 MTSNM, con una temperatura promedio de 16°C y con la precipitación ideal para la viticultura. Se utilizaron suelos y laderas improductivos de municipios boyacenses en lo que se conoce como Valle del Sol comprendido desde Paipa hasta Pesca y municipios cercanos. Además planteo la idea de asociar los productores bajo la figura de cooperativa a través de la Unión de Viticultores asegurando la recolección de la materia prima y la industrialización de la misma. (Redacción El Tiempo, 1998)

En 1987 Pedro Toro, ingeniero agrícola y mecánico amigo de Marco Quijano se interesó por el tema y busco expertos franceses para que le aconsejaran comprar el terreno más adecuado. El lote elegido se encuentra a diez km de Villa de Leyva, que tiene un clima seco y luminoso y presenta una diferencia importante de temperatura entre el día y la noche. Este viñedo recibe por nombre Ain Karim, que en hebreo significa “manantial que surge de la vida”. La maquinaria que compró fue de origen Europeo y trajo varios injertos desde Francia entre ellos cabernet sauvignon y sauvignon blanc. Dentro de su experimento cometió un error en el sembrado de la planta y no tenía con quien compararlas; ya que las uvas de la vid son más pequeñas y dulces a diferencia de las que se cultiva en el Valle del Cauca por ser uva de mesa la producción de vino es completamente diferente, esta experiencia lo hizo mejorar e innovar en sus procesos.

Pablo Toro hijo del fundador de Ain Karim asumió la gerencia del viñedo tras la muerte de su padre: tomo varias iniciativas como traer patólogos nacionales y extranjeros para el control de plagas y obtener reconocimientos internacionales. El registro hasta el año 2016 reporta doce hectáreas y un lote experimental con quince cepas sembradas, actualmente producen 20.000

botellas al año que venden el Boyacá y Cundinamarca. No tienen interés en exportar ni aumentar la producción, Pedro asegura que hay que romper el paradigma de que el vino colombiano es dulce y no seco como los que ofrece esta marca, los vinos del trópico. (Martinez, 2016)

7.1 Producción en Colombia

Es claro que en Colombia no existe la cultura del vino debido a que no es un país productor de uva y a que el consumo del vino no está tan frecuente como en los países de la región, aunque se han hecho grandes esfuerzos por fortalecer este subsector el contrabando del vino y la uva desestabilizan cualquier proyecto que pretenda aumentar el consumo de uva y vino colombiano, esto acompañado de que no se cuenta con la infraestructura que permita reducir los costos de producción. Durante años el vino se ha considerado como un bien exclusivo y de alto costo dependiendo de su calidad. Por esta razón es importante aplicar ideas de países que llevan mayor trayectoria y experiencia en el área de cultivo de uva y elaboración de vino en este caso el país de referencia Chile, este país se ubica en la OEC como el principal exportador \$1,62 miles de millones con un 16 % de la producción mundial. Como se ha dicho Colombia es un diamante en bruto que debe ser trabajado y perfeccionado, por eso se ha seleccionado la uva y el vino ya que han sido poco estudiados y pueden convertirse en productos populares, apreciados y consumidos por todos los colombianos.

7.1.1 Producción de uva.

Aunque Colombia no cuenta con todas las estaciones está comprobado que el cultivo de uva si se puede llevar a cabo. Ejemplo de ello son los cultivos de la vid en Antioquia, Boyacá, Caquetá, Huila, Nariño, Norte de Santander, Santander, Quindío y Vaupés. Se propone que el cultivo de uva se realice en el llamado Valle del Sol (Sogamoso, Paipa, Duitama, Nobsa, Sutamarchan, etc.) por los días de luminosidad intensa y desértica.

Chile utiliza procesos con maquinaria y manuales, para mejor calidad del fruto su proceso de cultivo, corte, poda y recolección se recomiendan hacer de forma manual capacitando al agricultor colombiano sobre el cultivo de la uva además adoptar las buenas prácticas de manejo agrícola. Se deben hacer ensayos con distintos tipos de cepas para definir cuál es más apropiado se debe tener en cuenta una ventaja sobre Chile y es que ellos no tienen cosecha en el segundo semestre del año.

Con ayuda del Ministerio de Agricultura e ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) se debe consolidar y organizar todos los agricultores de uva con el objetivo de seccionar por departamentos y establecer las principales bodegas. La maquinaria de transporte se recomienda adquirirla por leasing para incurrir en los altos costos de compra. La consolidación de gremios o alianzas empresariales permitirán fortalecer los volúmenes de producción, disminución de gastos, mejor logística y mejor estrategia de venta.

7.1.2 Producción de vino

Chile es el quinto exportados de vino con un 6.2% de la producción mundial y \$2,2 miles de millones. Partiendo de aspectos culturales se conoce que el vino chileno es una bebida por tradición en Colombia se debe inculcar la cultura del vino a un país que no es productor de uva, las empresas han optado por importar mosto, fermentarlo y añadirle alcohol. La propuesta para el aumento de la producción es optimizar los tratamientos y aporte de nutrientes a las viñas y mejorar los sistemas de control de calidad en el campo y la bodega. Se necesita una inversión en tecnología para analizar el suelo que precise información y optimizar tiempo en las empresas. Otra posibilidad es la importación de uva para su transformación estableciendo acuerdos comerciales con Chile o en su defecto estableciendo una sucursal.

7.2 Comercialización en Colombia

Existe la clara necesidad de mejorar toda la fuerza de ventas tanto de uva como de vino, dentro de los esfuerzos que realiza el país por mejorar la producción y dejar de importar mosto para convertirlo en vino es factible que Colombia si mejore en los aspectos mencionados. Los niveles de inversión iniciales son altos, el gremio agricultor debe estar respaldado con capacidad de crédito que permita el desarrollo del proyecto. Se debe iniciar un buen plan de marketing para incentivar la realización, promoción y asistencia del subsector vitivinícola; el colombiano se caracteriza por ser muy visual, es decir utilizan los medios para tomar decisiones frente a su consumo.

7.2.1 Comercialización de uva.

En Colombia existen varios canales de distribución definidos por varios intermediarios se propone un acopiador para toda la recolección de la uva y un distribuidor mayorista que cubrirá minoristas (tiendas, supermercados, restaurantes), grandes superficies y plazas de mercado

(consumidor final), al igual que en Chile se pretende cubrir a todos los nichos y llegar a todos los estratos sociales.

7.2.2 Comercialización de vino.

Al igual que las uvas existe la necesidad de cubrir todos los nichos de mercado para que llegue a todos los estratos, cubriendo tiendas y pueblos. La bebida se ha posicionado de forma paulatina esto no lo han logrado las bodegas más exclusivas, hoy por hoy tiendas como D1 y encontrar vinos a bajo costo esto lo logran mediante importación de grandes volúmenes, por esta razón es importante que el gobierno reestructure los tributos o impuestos de consumo y que beneficien al empresario colombiano. Ahora bien, en La bodega principal debe ubicarse en el sector de Boyacá con el fin de disminuir gastos de transporte y ser más competitivos.

Siguiendo con otros aspectos de la cadena Chile maneja la venta de vino embotellado y vino a granel, en Colombia es posible aplicar este tipo de venta a grandes supermercados que realicen el proceso de embotellamiento evitando hacer contratos con otras empresas para este trabajo.

Conclusiones

Dentro de los inconvenientes que ha tenido Colombia en la producción de uva es factor climático por no tener todas las estaciones, dentro de esta investigación se pudo establecer que el país si puede ser competitivo y es posible mejorar la calidad de la producción de uva para la elaboración de vino. El país ha trabajado por mejorar este subsector, no se le ha prestado mayor interés y hay deficiencias a nivel tecnológico y logístico que se pueden implementar o reorganizar para lograr objetivos mucho más eficientes y claros.

Basados en la experiencia chilena la estrategia productiva y comercial que debe replicarse inicia en incentivar la cultura en el consumo de vino y de uva; la meta principal es organizar las familias productoras de los municipios de Boyacá para obtener una producción en volumen más alta al igual que en el Valle del Cauca que, aunque no se le dio mayor relevancia también cultivan gran proporción de la vid. La instauración de una bodega que acopie todo el cultivo sin intermediarios, las distancias entre los viñedos y la fábrica deben ser cortos para evitar el daño del fruto, el proceso de elaboración de uva debe contar con todas las normas sanitarias que se exigen. La distribución se hace con intermediarios para cubrir todos los nichos y se debe plantear un buen marketing para que el proyecto tenga éxito, se considera que la mayor dificultad en este proceso es la falta de apoyo gubernamental y de recursos para el gremio campesino.

Dentro del capítulo seis se estudiaron las características de la cadena de suministro de Chile dentro de estas se encontró que parte de sus procesos se enfocan con mayor relevancia a la elaboración de vinos. Aunque cuentan con una posición geográfica la producción por año es solo una. La viña Concha y Toro es el gremio más importante a nivel de comercialización ya que cuentan con toda la capacidad financiera e instauran sucursales en otros países, contribuye con los empleos del país y ayuda con el crecimiento económico. Las alianzas en este caso son positivas ya que si los agricultores trabajaran por cuenta propia no se verían los mismos resultados.

Colombia posee todas las capacidades técnicas y humanas como se mencionó en los casos del Valle del Sol y Villa de Leiva que deben ser orientadas y respaldadas por el gobierno; la viabilidad de cultivar uvas y de producir vino en Colombia si es posible.

Referencias

- Arcia, m. (17 de julio de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/316908>
- Ministerio de agricultura Chile. (2015). *regiones de chile*. Obtenido de <http://www.mindep.cl/wp-content/uploads/2015/01/mapa-edi.jpg>
- Aguilera, g. r. (2013-2014). *Patrimonio e identidad vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución*. Obtenido de http://revistarivar.cl/images/vol2-n4/6_rojas.pdf
- Arcia maría (2018) *¿quiénes integran una cadena de suministro?* grupo Beristaín puebla: Obtenido de <https://grupoberistain.com/quienes-integran-cadena-suministro/>
- Borja, e. l. (2017). *Análisis de las buenas prácticas agrícolas en el cultivo de uva*. Obtenido de universidad técnica de Babahoyo: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/3314/1/e-utb-faciag-ing%20agron-000085.pdf>
- Cerespain s.l. (3 de marzo de 2019). *Cerespain*. Obtenido de http://www.cerespain.com/ley_del_vino.html
- Dansa, l. a. (2017). *Perfil de mercado de uva de mesa 2017*. obtenido de ministerio de agro industria de Argentina: https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/ss_mercados_agropecuarios/areas/frutas/_archivos/000030_informes/100007_perfil%20de%20mercado/000006_perfil%20de%20mercado%20de%20uva%20de%20mesa%202017.pdf
- Gonzalez, s. (2018). *chile: fresh deciduous fruit annual*. retrieved from usda foreing agricultural service: <https://www.fas.usda.gov/data/chile-fresh-deciduous-fruit-annual-3>
- M, J. B. (2013). *Uva de mesa: se ratifica el liderazgo exportador mundial de Chile*. Obtenido de Oficina De Estudios Y Políticas Agrarias: <https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/11258.pdf>
- Ministerio de Agricultura de Chile. (2015) <https://www.minagri.gob.cl/>

- Müller, K. (2004). *Chile vitivinícola en pocas palabras*. Obtenido de Universidad de Chile: <http://www.gie.uchile.cl/pdf/Katrina%20Muller/Chile%20Vitivin%EDcola%20en%20pocas%20palabras.pdf>
- Paz, A. O. (2014). *Sumillería. El vino y su servicio*. España: editorial síntesis, s.a.
- Peñafiel, P. (13 de Septiembre de 2016). *El vino chileno: 460 años de historia*. México.
- Pozo, J. d. (1998). *La historia del vino Chileno*. Libros arces-lom.
- Reynier, A. (2013). *Manual de Viticultura*. Omega..
- Valdeavellano, F. (12 de Marzo de 2019). Obtenido de y http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2006/valdeavellano_f/sources/valdeavellano_f.pdf
- Análisis del mercado del vino en países de Latinoamérica. (2015). Obtenido de Camera di Commercio di Treviso-Belluno: https://www.tb.camcom.gov.it/uploads/CCIAA/Corsi/Atti/2015_06_23/Market_Analysis_Colombia.pdf
- Estrella, G. &. (2015). *América Latina en la historia económica*. Obtenido de <http://alhe.mora.edu.mx/index.php/alhe/article/view/568/997>
- Horta, C. B. (febrero de 2018). *Oficina de estudios y políticas agrarias*. Obtenido de <https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/vino2018.pdf>
- OECD. (2017). *OECD*. Obtenido de observatorio de la complejidad económica: <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/0806/>
- Paz, A. O. (2014). *Sumillería. El vino y su servicio*. España: editorial síntesis, s.a.
- Peñafiel, P. (13 de septiembre de 2016). *El vino chileno: 460 años de historia*. México.
- Pinilla, j. g. (12 de abril de 2016). *Agro negocios*. (Ministerio de Agricultura) Recuperado el 06 de Mayo de 2019, de <https://www.agronegocios.co/agricultura/colombia-duplicaria-su-produccion-de-uva-y-el-valle-del-cauca-es-el-lider-2621888>
- Prado, M. F. (febrero de 25 de 2015). *El Espectador*. Obtenido de Sembrar uva: la nueva opción: <https://amp.elespectador.com/opinion/sembrar-uva-la-nueva-opcion-columna-546492>
- Terrón, I. (2018). *Ibero Terrón*. Obtenido de Ibero Terrón

Estudio del vino y el enoturismo chileno. (2018). Obtenido de Universidad Del Rosario:
[http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/17919/TrejosOspina-
JuanJacobo-2018.pdf?sequence=1](http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/17919/TrejosOspina-JuanJacobo-2018.pdf?sequence=1)

Reporte de abastecimiento de alimentos (2015). Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE:
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/bol_abas_1quincena_may15.
pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/bol_abas_1quincena_may15.pdf)

Vergara, S. A. (Junio de 2010). *Resumen de mercado de la uva fresca de cascara en Colombia y Ecuador.* Obtenido de Gerencia Regional de Agricultura:
[http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe%20de%20inteligencia%20de
%20mercado%20uva_2010.pdf](http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe%20de%20inteligencia%20de%20mercado%20uva_2010.pdf)

Ministerio de Agricultura de Chile. (<https://www.minagri.gob.cl/>)

Anexos

Anexo 01. Masa Neta Exportada de Uva por Países, 2012-2016 (miles

<http://www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2017?download=12239>

Anexo 02 Tabla obtenida del departamento de agricultura de Los Estados Unidos

<https://www.fas.usda.gov/data/chile-fresh-deciduous-fruit-annual-3>